

- Rodríguez Bustamante, A. (En edición). Ecuador, destino de profesores europeos en el mundo de las revoluciones. La Escuela Superior de Minas de Cuenca y la Facultad de Ciencias de la Universidad de Cuenca, 1934-1941. *Theorein. Revista de Ciencias Sociales*. Volumen 6, número 1. En edición.
- Rosenstock, J. (1927). [Comunicación en la que se incluyó la orden de no visar pasaportes a inmigrantes de ninguna nacionalidad]. *Comunicaciones dirigidas por los consulados del Ecuador en Europa (A-C), 1927*. Libro D.19.6. Archivo Histórico “Alfredo Pareja Diezcanseco” del Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador.
- Veloz, L.F. (1934). [Sobre los inmigrantes procedentes de Rusia y Europa del Este]. *Consulados del Ecuador en Europa, (H-I), 1934*. Libro D.19.28. Archivo Histórico “Alfredo Pareja Diezcanseco” del Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador.

Lecturas acotadas para espacios compartidos: el semanario *Argentinisches Wochenblatt* como referente cultural de la comunidad germano-argentina

Short readings for shared spaces: the weekly *Argentinisches Wochenblatt* as a cultural reference of the German-Argentine community

Leituras curtas para espaços compartilhados: o semanário *Argentinisches Wochenblatt* como referência cultural da comunidade germano-argentina

Tomás Schierenbeck

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
Universidad Nacional de La Plata (FaHCE-UNLP)
E-mail: t_schierenbeck@hotmail.com

Resumen

El siguiente ensayo se propone 1) exponer al semanario *Argentinisches Wochenblatt* como una institución étnica capaz de operar a modo de referente cultural dentro de la comunidad germano parlante en la Argentina, al mismo tiempo que 2) indagar en las formas de apropiación del semanario por parte de sus lectores, durante los años 1945-46. Para esto, no nos detendremos en las secciones editoriales ni en las columnas políticas del semanario que marcan de forma clara el posicionamiento político del mismo y que ya han sido arduamente estudiadas dentro de la germanística nacional e internacional. Por el contrario, nos proponemos aproximarnos a aquellos breves espacios y columnas dirigidas a funcionar como vasos comunicacionales entre un cúmulo de lectores en lengua alemana distribuidos por la Argentina capaces de operar como vías aptas de conformar una comunidad imaginada y una identidad colectiva entre los mismos

Palabras clave: Identidad; Publicaciones Periódicas; Germano-argentinos

Palavras chave: Identidade; Periódicos; Alemão-argentinos.

Abstract

The following essay aims 1) to expose the weekly *Argentinisches Wochenblatt* as an ethnic institution capable of operating as a cultural reference within the German-speaking community in Argentina, and 2) to investigate the forms of appropriation of the weekly by its readers during the years 1945-46. For this purpose, we will not consider the editorial sections or the political columns of the weekly, which clearly mark its political positioning and which have already been studied at length in the field of national and international German studies. On the contrary, we propose to focus on those brief spaces and columns that function as communicational vessels between a large number of German-speaking readers distributed throughout Argentina and that are able to operate as ways of forming an imagined community and a collective identity among them.

Key Words: Identity; Periodicals; German-Argentines.

Resumo

O seguinte ensaio visa 1) expor o semanário *Argentinisches Wochenblatt* como uma instituição étnica capaz de operar como uma referência cultural dentro da comunidade de língua alemã na Argentina, e 2) investigar as formas de apropriação do semanário por seus leitores durante os anos de 1945-46. Para este fim, não vamos nos deter nas seções editoriais ou nas colunas políticas do semanário, que marcam claramente seu posicionamento político e que já foram arduamente estudadas em estudos alemães nacionais e internacionais. Pelo contrário, pretendemos nos concentrar naqueles breves espaços e colunas que funcionam como vasos de comunicação entre um grande número de leitores de língua alemã distribuídos em toda a Argentina e que são capazes de operar como formas de formar uma comunidade imaginada e uma identidade coletiva entre eles.

Recibido: 15.01.2022 Aceptado: 05.04.2022

Introducción

Las publicaciones periódicas editadas y/o dirigidas para ser consumidas dentro de comunidades migrantes en la Argentina en el siglo XIX y XX han sido un especial foco de atención dentro de la historiografía nacional. Las mismas habilitaron una serie de interrogantes en torno a los diferentes roles que estos proyectos editoriales desarrollaron, ya sea estrictamente como proyectos comerciales o bien, en la reproducción y reconfiguración de un cumulo de migrantes con un pasado migrante y una habilidad lingüística compartida en una comunidad imaginada de lectores. Sin embargo, dentro de los estudios referidos a las publicaciones periódicas en alemán existe una particular atención a estudiar las transferencias, repercusiones y compromisos políticos en torno a sucesivos conflictos políticos y bélicos europeos en la primera parte del siglo XX dentro de la comunidad germano hablante.

Desde esta premisa general, el siguiente ensayo se propone hacer hincapié en otros espacios y en subsiguiente en -posibles- otros usos y dimensiones que el semanario ofreció entre sus lectores, a través de las cuales se configuró como un referente cultural germano-argentino. Para esto, en primer lugar, expondremos las características de nuestro objeto de estudio y contextualizaremos las condiciones de su producción dentro de la comunidad germano-argentina en los años cuarenta. En segundo lugar, proponemos un sucinto recorrido teórico desde el concepto de cultura hasta el de instituciones étnicas con el objetivo de marcar aquellas premisas sobre las que se versa este ensayo. Por último, ensayaremos una interpretación en torno a cómo los avisos laborales y fúnebres, las pro-

puestas matrimoniales, los avisos personales como columnas de consejos, componen una miscelánea de pequeñas secciones y tópicos en torno a los cuales el *Wochenblatt* no solo supo funcionar como una institución dinamizadora de una identidad colectiva, si no también cómo el mismo -en tanto artefacto cultural- posibilita el análisis de las lecturas y apropiaciones silenciosas que sus consumidores hicieron del mismo.

El semanario *Argentinisches Wochenblatt*: ¿Un referente cultural para la comunidad germanohablante en la Argentina?

Durante la Segunda Guerra Mundial las comunidades germanoparlantes en la Argentina se componían de un número aproximado de 300.000 personas (Friedmann,2009). Las cuales, una gran cantidad se encontraba concentrada en la Ciudad de Buenos Aires y el corredor urbano que rodea a la capital rioplatense (Saint Sauveur-Henn,2001). Dentro de las tantas instituciones culturales dirigidas por miembros de este colectivo se encontraba el semanario *Argentinisches Wochenblatt*. Una publicación periódica fundada por Johann Allemann y cuya primera edición se registra en el año 1878 en la ciudad de Buenos Aires. A pesar de ser editado en la capital este proyecto editorial, cuya tirada se estipula para los años treinta del siglo XX de aproximadamente 18.000 ejemplares semanales (Shoep,1996), no tenía como objetivo principal su circulación en la misma, ya que para este publico Allemann había comenzado a publicar en el año 1889 el periódico *Argentinisches Tageblatt*. Por el contrario, el semanario estaba pensado para su consumo en las provincias del interior como en los países del cono sur, mediante un sistema de agentes encargados de la venta como de la captación publicitaria (Shoep,1996). Más allá de su espacio de circulación diferenciado, estas publicaciones periódicas impresas en la editorial Allemann también tenían características materiales distintas. Mientras el semanario estaba destinado a “destinado a una lectura instructiva y reflexiva” (...) “el diario – sin cerrarse a artículos de fondo, los cuales luego se reproducían en los semanarios- se nutría ante todo de noticias, actualidades y avisos” (Langbehn,2017, p.47). Fuera de

estas características editoriales, y a diferencia de periódico *Deutsche La Plata Zeitung*, editado por Hermann y Emilio Tjarks y alineado con la ideología Nazi (Laberenz,2008), durante los años treinta y cuarenta las publicaciones periódicas dirigidas por la familia Alemann formaban parte de una batería de espacios sociales y proyectos culturales que compartían un posicionamiento antifascista (Friedmann,2010), la cual era claramente minoritaria dentro de la comunidad germanoargentina en aquel momento. En este sentido, gran parte de la historiografía nacional e internacional se ha encargado de estudiar al *Argentinisches Tageblatt* como estas últimas publicaciones periódicas y proyectos culturales en alemán en Argentina en tanto espacios de resistencia a la ideología nazi desde Sudamérica (Friedmann,2010;Schoep,1996; Kießling,1981), donde también se disputaba y reconfiguraban los sentidos identitarios de opositores al nazismo y exiliados que habían llegado a las costas argentina ante el avance del fascismo en Europa (Carreras,2019).

No obstante, este interés general por recomponer al semanario desde las grandes narrativas de la historia ha llevado a obviar otras facetas del *Argentinisches Tageblatt* y su versión semanal el *Argentinisches Wochenblatt* (AW) desligadas, al menos en parte, de las disputas ideológicas del momento. Es decir, reponer en los usos y apropiaciones que sus lectores podían hacer de la propia publicación como el rol de la misma en tanto referente cultural capaz de delimitar y/o proponer para la vida cotidiana espacios, practicas e ideas configurantes para una identidad germano-argentina.

Algunas premisas teóricas

Partimos de la premisa conceptual de la cultura como “la organización social de significados, interiorizados de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivados en formas simbólicas, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados” (Gimenez,2009,

p.8). Esta definición establecida por Giménez (2009) viene a colación de las reformulaciones de los conceptuales de cultura en las ciencias sociales en la segunda parte del siglo XX, donde, como ha planteado Hall (1994), el propio concepto se convirtió en un todo complejo que, “antes que una idea lógica o conceptualmente clarificada, es el ámbito de una convergencia de intereses” (p.72). Entre aquellos que generaron propuestas renovadas se encuentra el antropólogo Clifford Geertz (1997), quien planteó una nueva definición del término y cuyo punto nodal se encuentra en su carácter restringido, pero a la vez operativo para su uso en las ciencias sociales. En este sentido, Geertz (1997) definió cultura como la trama de significación (una urdimbre) tejida por el hombre y en la cual el mismo se encuentra inserto.

Retomando el planteo de Giménez (2009), este autor distingue entre las “formas objetivadas” y las “formas interiorizadas” de cultura. Las primeras, refieren a aquellos significados culturales objetivados “en forma de artefactos o comportamientos observables” (p. 9). En cambio, los segundos, “se interiorizan en forma de *habitus*, de esquemas cognitivos o de representaciones sociales” (p.9). Estas esferas esquematizadas de la cultura, nos advierte Giménez, funcionan “dialécticamente relacionadas entre sí”, ya que, por una parte, “las formas interiorizadas provienen de experiencias comunes y compartidas, mediadas por las formas objetivadas de la cultura; y por otra, no se podrían interpretar ni leer las formas culturales exteriorizadas sin los esquemas cognitivos o *habitus* que nos habilitan para ello” (p. 9). Este ejercicio de retroalimentación no solo implica reconocer que la cultura no es un cúmulo estático e inmodificable de significados si no también, y en tanto producto social, que solo tiene lugar a través de “los actores sociales que la interiorizan, la “incorporan” y la convierten en sustancia propia” (p. 9). Es decir, que “no todos los significados pueden llamarse culturales, sino sólo los significados más o menos ampliamente compartidos por los individuos y relativamente duraderos dentro de un grupo o de una sociedad” (Strauss y Quin, 2001, como se citó en Giménez, 2009).

Giménez también nos advierte que “la cultura, entendida como “pauta de significados”, sería la proveedora de los “materiales de construcción” de las identidades sociales” (p.8). Es decir, funcionará a modo de batería de pautas materiales y simbólicas sobre las cuales los sujetos (y colectivos) pondrán en funcionamiento y retroalimentan lo que el autor entiende que son las premisas básicas sobre las que versa identidad. Estas últimas serían, “1) la permanencia en el tiempo de un sujeto de acción; 2) concebido como una unidad con límites; 3) que lo distinguen de todos los demás sujetos, y 4) aunque también se requiere el reconocimiento de estos últimos” (p.12). Lo cual, conduce al autor a conceptualizar identidad como “un proceso subjetivo (y frecuentemente auto reflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante la autoasignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo” (p.12). Donde, “la autoidentificación del sujeto del modo susodicho requiere ser reconocida por los demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente” (p.12).

Quisiera detenerme en este punto en tanto y en cuanto la visión de Giménez, al igual que la definición de cultura de Geertz (1997) y su propuesta por poner en práctica una descripción densa a modo de lectura creativa de lo social, nos invita a interpelar a las identidades en el plano de lo real y alejarnos de las perspectivas estereotipadas de la cultura. Coincidimos con Hall (1996) y Barth (1976) en la necesidad de superar una mirada esencialista sobre cómo se constituye la misma. Es decir, aquella perspectiva analítica que sostiene que “la identificación se construye sobre la base del reconocimiento de algún origen común o unas características compartidas con otra persona o grupo o con un ideal, y con el vallado natural de la solidaridad y la lealtad establecidas sobre este fundamento” (Hall,1996, p.15). Por el contrario, creemos pertinente advertir que la identidad (y en particular la identidad colectiva de un grupo) debe entenderse “más bien como una implicación o un resultado que como una característica primaria y definitiva de la organización del grupo étni-

co” (Barth, 1976, p.12). Por lo cual, aceptamos que “las identidades (...) nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos” (Hall, 1996, p.17). En este punto, resulta pertinente reponer en la salvedad propuesta por Giménez (2009) de que “se puede hablar de “identidades colectivas” sólo por analogía con las identidades individuales” (p.16), en tanto y cuanto “los grupos y otras categorías colectivas carecen de autoconciencia, de “carácter”, de voluntad o de psicología propia, por lo que debe evitarse su “personalización” abusiva, es decir, la tendencia a atribuirles rasgos (principalmente psicológicos) que sólo corresponden al sujeto individual” (p.16). A lo que debe sumarse, que las mismas “no constituyen un dato, un componente “natural” del mundo social, sino un “acontecimiento” contingente y a veces precario producido mediante un complicado proceso social” (p.16)

Compartimos también con Hall y Barth que es más bien en torno al “juego de la diferencia” ante un Otro que a la perpetuidad de determinados rasgos culturales lo que hace a la identidad de un colectivo. Es decir, como ha sistematizado Giménez (2009) sobre la propuesta teórico-metodológico de Barth, “cuando se asume una perspectiva histórica o diacrónica, se comprueba que los grupos étnicos pueden –y suelen– modificar los rasgos fundamentales de su cultura manteniendo al mismo tiempo sus fronteras, es decir, sin perder su identidad” (p.18). Lo cual, en primer lugar, “no significa que las identidades estén vacías de contenido cultural” (p.19). Por el contrario, como advierte Giménez siguiendo a Barth, “las fronteras identitarias se definen siempre a través de marcadores culturales. Pero estos marcadores pueden variar en el tiempo y nunca son la expresión simple de una cultura preexistente supuestamente heredada en forma intacta de los ancestros” (p.19). En segundo lugar, también sugiere que “las distinciones étnicas no dependen de una ausencia de interacción y aceptación sociales; por el contrario, generalmente son el fundamento mismo sobre el cual están construidos los sistemas sociales que las contienen” (Barth, 1976, p.10). Ahora bien, como nuestro objeto de estudio es una publicación periódica dirigido a una comunidad inmigrante, el

concepto y tipo ideal de grupo étnico criticado, pero a la vez legitimado por Barth (1976), también resulta pertinente de retomar. En este sentido, recuperamos de Barth la idea de los grupos étnicos como “una forma de organización social” (p.15). Esto es, “categorías de adscripción e identificación que son utilizadas por los actores mismos y tienen, por tanto, la característica de organizar interacción entre los individuos” (p.10). Donde los rasgos que son tomados en cuenta por un grupo “no son la suma de diferencias “objetivas”, sino solamente aquellas que los actores mismos consideran significativas” (p.15). Es decir, hacen operativos “procesos sociales de exclusión e incorporación por los cuales son conservadas categorías discretas a pesar de los cambios de participación y afiliación” (p.10). Para nuestro caso, sostenemos que la lengua alemana puede advertirse como aquel rasgo diacrítico que hace a los lectores identificarse como pertenecientes a una comunidad germano-argentina.

En este punto, creemos pertinente detenernos en la perspectiva de Hall y su propuesta de entender que las identidades se forman dentro del ámbito de lo simbólico y en torno a las representaciones sociales. Hall (1996) nos advierte que, “precisamente porque las identidades se construyen dentro del discurso y no fuera de él, debemos considerarlas producidas en ámbitos históricos e institucionales específicos en el interior de formaciones y prácticas discursivas específicas, mediante estrategias enunciativas específicas” (p.18). En este sentido, nos adscribimos a la idea del autor de entender las identidades como un punto de sutura o adhesión entre, por un lado, “los discursos y prácticas que intentan «interpelarnos», hablarnos o ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares” y, por otro, los procesos que producen subjetividades, que nos construyen como sujetos susceptibles de «decirse»” (p.20). Esta peculiar línea interpretativa sobre la identidad, apoyada en Voloshinov y la importancia de quien tiene la capacidad de significación sobre los signos, presta especial atención a la incidencia de la misma como estrategia enunciativa en la práctica del poder, ya que entiende que “la constitución de una identidad siempre se basa en la exclusión de algo y el establecimiento de una jerarquía violenta entre los dos polos resultantes” (p.19). Asimismo, Hall (1981) nos plantea

también que los medios de comunicación, en tanto aparato ideológico de Estado que permite la asimilación de los discursos dominantes, no solo son los encargados de “proveer realidades sociales donde antes no existían o dar nuevas direcciones a tendencias ya presentes, de tal modo que la adopción de la nueva actitud sea un modo de conducta socialmente aceptable y que la no adopción se represente como una desviación socialmente desaprobada” (Halloran, 1970, como se citó en Hall, 1981), sino también

son crecientemente responsables de a) suministrar la base a partir de la cual los grupos y clases construyen una “imagen” de las vidas, significados, prácticas y valores de los otros grupos y clases; b) suministrar las imágenes, representaciones e ideas, alrededor de las que la totalidad social, compuesta de todas estas piezas separadas y fragmentadas, puede ser captada coherentemente como tal “totalidad” (p. 245).

Aquí podemos marcar una disgregación teórica por parte de Hall respecto a Williams (1980), quien entiende y ratifica a los medios como parte de las instituciones que, en el juego de “lo hegemónico”, efectivamente “ejercen presiones inmediatas y poderosas sobre las condiciones de vida y sobre las condiciones en las que la vida se produce; enseñan, confirman y en la mayoría de los casos finalmente refuerzan significados, valores y actividades seleccionadas” (p.140). Donde los medios en particular “materializan las noticias y la opinión seleccionadas y también una amplia gama de percepciones y actitudes seleccionadas” (p.140). Empero, y a partir de ser un fragmento de un todo, cargado de conflictos y contradicciones, que funciona en íntima interacción y donde los sujetos no actúan como meras tabulas rasas, Williams nos advierte que resultaría erróneo tomar a los medios de comunicación (en conjunto con las demás instituciones sean estas culturales, políticas o económicas) como la cultura efectiva de una sociedad.

Es decir, puede proponer una lectura particularizada de la tradición, “una versión intencionalmente selectiva de un pasado configurativo y un presente preconfigurado, que resulta entonces poderosamente operativo dentro del proceso de definición e identificación cultural y social” (p.137), pero que de ningún modo reproduce íntegramente el carácter material de

las culturas en la que se insertan, ya que las formas culturales “vivas” toman forma a partir de la interacción de elementos dominantes, residuales y emergentes, y que se manifiestan en formaciones particularizadas. Por último, De Certeau (2000) también nos advierte de evitar el ejercicio de trasvasamiento de las ideas ofrecidas por un proyecto editorial y la real recepción de aquellos textos por sus lectores. Estas apropiaciones se distancian de los discursos construidos desde la “producción racionalizada, expansionista y centralizada, ruidosa y espectacular” (p. XLIII) y, es más bien próxima a otro estilo de apropiación que “es astuta, se encuentra dispersa, pero se insinúa en todas partes, silenciosa y casi invisible, pues no señala con productos propios sino en las maneras de emplear los productos impuestos por el orden económico dominante.” (p. XLIII).

Hasta aquí definimos (sucintamente) lo que entendemos por cultura e identidad al mismo tiempo que hemos expuesto las implicancias que pueden tener los medios de comunicación en (al menos) proveer narrativas que pueden (o no) tener implicancia en la formación identitaria de un grupo al establecer límites y proponer significados, prácticas y valores en común. Con todo lo anterior, pretendemos alcanzar nuestro propio punto de adhesión teórica en torno a nuestro objeto de estudio y a partir del concepto de Instituciones étnicas desarrollada por Bryce (2008). Es decir, aquellas instituciones que asisten en la promoción y persistencia de espacios (como clubs, escuelas, asociaciones, iglesias, etc.), marcadores de etnicidad o prácticas culturales de una determinada comunidad y caracterizados mayoritariamente por no representar de forma plena al grupo étnico por igual, ya que son proyectos desarrollados por parte de un fragmento social, sea de género, clase o religión del grupo. En esta sintonía, comprendemos al *Wochenblatt*, por un lado, como una institución étnica dinamizadora de una determinada significación de la identidad germano-argentina entre sus lectores al proponer una lengua como frontera étnica. Por otro, como un espacio de indagación en sí mismo, donde la significación de lo germano-argentino por los propios lectores adquiere materialidad. Para esto último, nos proponemos acercarnos a lo que De Certeau (2000) denominó

las tácticas operadas por los débiles. Estas operaciones que hacen los lectores sobre los límites del objeto de consumo y que son los que, en última instancia, producen la cultura. Es decir, una cultura múltiple y que opera como punto de fuga sobre la cultura producida desde y por una élite social.

4. Dimensiones y usos (reales) de una institución étnica

4.1 Lecturas propuestas y paisajes imaginados compartidos:

Siempre publicando sus noticias y anuncios en idioma alemán, durante el periodo de la segunda guerra mundial el AW dio especial atención a los acontecimientos sucedidos en las distintas dimensiones del conflicto bélico y apoyándose en empresas de comunicación internacional como *United Press* o *Reuters* para hacerse de la información. Esto conllevó a que las noticias referidas a la Argentina y los problemas de la vida diaria de sus lectores en el país recién se ubiquen en la sexta o séptima página del semanario. No obstante, estas características también expresan al menos dos límites étnicos estructurales propuestos por el semanario. En primer lugar, la ausencia de noticias en idioma español impone un primer rasgo diacrítico y límite étnico entre los potenciales lectores y el resto de la sociedad, ya que para su consumo necesariamente el usuario debía tener como lengua materna (o al menos un gran conocimiento) en la lengua alemana. Por otra parte, la propia organización de la información expresa un segundo límite por parte del semanario para con sus lectores. Esto es, poner el foco de atención en Europa como un espacio conocido, al que se pertenece, y al que el lector puede retornar imaginariamente mediante el ejercicio de la lectura. Incluso, podríamos advertir que la columna editorial del semanario, la cual expresaría el punto de vista sobre lo que el semanario entiende que es el tema de mayor relevancia del momento, en pocas ocasiones hacen referencia a la Argentina y, en cambio, pone el foco de atención en acontecimientos internacionales. En este punto resulta pertinente reponer a Appadurai (2001) y su análisis en torno a la incidencia de los medios de comunicación en la producción y puesta en

circulación de imágenes entre sus consumidores. A pesar de que el autor hace referencia a los “nuevos medios de comunicación” y su incidencia en la circulación de imágenes e información en la “Aldea global”, es interesante reponer su idea de los medios como generadores de “paisajes mediáticos”.

Los paisajes mediáticos, ya sean producidos por intereses privados o estatales, tienden a centrarse en imágenes, a estar contruidos sobre la base de narraciones de franjas de realidad, y ofrecen a aquellos que los viven y los transforman una serie de elementos (personajes, tramas, formas textuales) a partir de los que se pueden componer guiones de vidas imaginadas, tanto las suyas propias como las de otras personas que viven en otros lugares (p.33).

Este punto teórico toma mayor dimensión si no detenemos en aquellas pequeñas columnas y anuncios donde el semanario hacía las veces de vaso comunicacional entre sus lectores. El semanario a la hora de dialogar con estos últimos supo promocionar comercios que ofrecían servicios o productos por sujetos que hablaban en lengua alemana. Sobre este último punto se registra seis avisos publicitarios regulares durante nuestro periodo, una farmacia, una sastrería y un hotel en la Ciudad de Buenos Aires, una librería en Rosario (Provincia de Santa Fe), una distribuidora de frutas del valle de Rio Negro y una casa de tintes para indumentaria sin locación fija. Sin embargo, es interesante remarcar aquí que la única institución que hacía propaganda en las hojas del semanario era el *Colegio Pestalozzi*, un instituto bilingüe y un espacio educativo donde, como ha propuesto Bryce (2018), cooperaba en la reproducción de la lengua en los niños que pertenecían al grupo étnico.

El semanario al generar espacios como los avisos clasificados (sean ofertas de trabajo, compraventa de productos, búsqueda de parejas) y los avisos personales en lengua alemana también construyó y habilitó instancias de intercambio hacia el interior del grupo étnico que, como hemos advertido inicialmente, era numéricamente reducido y se encontraba distribuido por todo el territorio nacional. En este sentido, si nos detenemos en los anuncios clasificados expuestos en la imagen más bajo de este escrito, se puede

observar la oferta de un puesto de trabajo (jardinero) en la ciudad cordobesa de Villa Argüello a más de 700 km de la ciudad de Buenos Aires como la venta de una peluquería en la provincia de Misiones y terrenos nuevamente en la ciudad de Villa Argüello (AW, 12.01.1946, p.8). Es decir, el AW funcionó como instancia mediadora entre lectores a punto tal que, usualmente, los avisos (en este caso el de Misiones) informaban que el interesado debía comunicarse con el semanario para obtener más información respecto a la oferta anunciada. Asimismo, podemos advertir que el AW también funcionó como dispositivo para la difusión de las actividades de otras instituciones del propio grupo. Al respecto, la *Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas* (DAIA) publicitó en el semanario un día de luto para toda la colectividad judía en la Argentina por las víctimas en Europa donde los locales debían cerrar sus puertas y las fábricas detener la producción por cinco minutos (AW,17.04.1945,p.5), la *Cruz Roja* buscaba localizar personas mediante el semanario (AW,22.12.1945,p.8), al mismo tiempo que el *Hospital Alemán* solicitaba ayuda de sus nuevos socios para recuperar la institución y formalizar su desnazificación (AW,27.10.1945, p.8), y el *Subcomité Austriaco* promocionaba sus actividades como, por ejemplo, un mercado navideño para juntar fondos.

Este sucinto cúmulo de ejemplos de fronteras étnicas y espacios de encuentro tanto materiales como inmateriales propuestas por el semanario nos permite argumentar que este proyecto editorial dinamizó la formación de, en términos de Benedict Anderson, una comunidad imaginada germano-argentina, ya que generó ciertos mecanismos desde donde componer espacios comunes y sentidos de pertenencia entre sus lectores que, en su gran mayoría, no se conocían el uno al otro. Al igual que los medios más modernos de comunicación para Appadurai (2001), el semanario supo instalarse en la rutina diaria de las personas, brindando a estos recursos y materias primas para hacer de la construcción de la imagen del yo un proyecto social cotidiano. Ahora bien, el AW como institución étnica también expuso los intereses de un determinado fragmento social dentro del grupo étnico. Un claro ejemplo de esto se ubica en la ausencia de cualquier estilo de aviso de espacios de quienes apoyaban al nacionalsocialismo en

la comunidad germano-argentina. Incluso, podemos encontrar anuncios de revistas políticas como *Das Andere Deutschland* (AW,26.05.1945, p.10), y empresas editoriales ligadas a grupos antifascista en la Argentina como la editorial *Cosmopolita* (AW,31.03.1945, p. 8), al mismo tiempo que, podemos encontrar recurrentes avisos publicitarios de libros publicados por la propia editorial Alemann (AW,03.11.1945, p.10). Es decir, si en una primera instancia podemos ubicar la búsqueda por representar determinados intereses políticos dentro del grupo étnico, en cambio, lo segundo nos advierte la disposición del semanario como una empresa comercial que ofrecía, a través de una publicación periódica, un producto que pretendía cubrir la demanda de una lectura por entretenimiento en lengua alemana.

4.2 *Espacios mínimos y prácticas silenciosas:*

Las secciones *Seelenklinik* y *Briefkasten* comparten la característica general de disponerse como secciones dirigidas al intercambio entre el medio gráfico y sus lectores. El abanico de temáticas consultadas allí bien expresa la distancia entre el proyecto editorial y, al menos parte de, los usos que sus lectores realizaban del mismo. Lejos de las narrativas de los frentes de batalla y la disputas entre fascistas y antifascistas en la Argentina, aquí sus lectores proponen apropiación distinta del medio gráfico como un espacio donde pueden evacuar dudas respecto a cuestiones cotidianas, generar nuevos contactos e incluso obtener consejos amorosos o ligados al asesoramiento espiritual. Mientras la primera sección se encontraba dirigida por la psicóloga exiliada Livia Neumann, quien utilizara luego en parte este material en su libro *Hab Mut zum Glück*, se dirigía a este último aspecto mencionado, la sección *Briefkasten* venía a proponer un espacio donde el lector podía averiguar una miscelánea de cuestiones como recetas de cocina, el domicilio de profesionales que podían resolver dudas más particulares, direcciones de instituciones públicas donde realizar trámites, el contacto de empresas y negocio perteneciente al grupo étnico, el correcto uso de productos para los quehaceres domésticos, e incluso lo que podríamos denominar consultas de carácter enciclopédicos. La columna *Seelenklinik*, en cambio, se dispone como

un segmento dirigido a aconsejar sobre cuestiones de lo más íntimas. Para esto, los lectores debían enviar sus cartas a Neumann, quien sin mencionar la identidad del lector (pero otorgando una referencia indirecta para que este se reconociera), desarrollaba una síntesis de su conflicto y daba su opinión al respecto. Uno de los principales puntos sobre los que la psicóloga debía aconsejar se encontraban en conflictos amorosos o en torno a sentimientos encontrados en los integrantes de una relación

“San Isidro”: Vergiften Sie Ihrem Mann mit dieser kleinlichen Eifersucht nicht das Leben! Wenn Sie wissen, dann er eienen treu ist und nur gerne “ein Auge riskiert”, dann gönnen Sie Ihm dieses Vergnügen. Sie schreiben, dass es Sie zuletzt kränkt und verletzt, wenn er in Lokalen und auf der Strasse sich nach netten Frauen umdreht. “Ich habe das Gefühl, dass er mich in solchen Augenblicken ganz vergisst...”.. klangen Sie. Ich befürchte das Gegenteil: in solchen Augenblicken fallen Sie ihm gerade ein... (AW.07.15.1944, p.10).

Una tercera dimensión del uso del semanario se encuentra en los anuncios clasificados (*Kleine Anzeige*). Aquí podemos encontrar que los lectores del semanario utilizan al AW como un espacio para encontrar pareja, vender productos, ofrecer servicios (por ejemplo, en la imagen adjunta podemos observar la oferta de clases de idioma a distancia) o empleos.

La lectura de los avisos denominados “solicitudes de matrimonio” (*Heiratsgesuche*) nos expone la incidencia que para aquellos lectores anunciantes tenía iniciar o recomponer una vida amorosa con sujetos que no solo cumplieran ciertos rasgos físicos o estéticos sino también que adscribieran a una u otra religión (cristiana o judía), sean germanos parlantes o bien, provengan de algún sector en particular de Europa del norte.

KLEINE ANZEIGEN

STELLENGESUCHE
GAERTNER - GRANIERO
 von Beruf die Frau perfekt in jeder
 neuen Zeichnungswesen
 ten sich an: Vertrauensposten. Z.
 Peltro, Villa Aliende, Strasse
 Córdoba. 811

ZU VERKAUFEN
 Günstig zu verkaufen: konkur-
 renzlos zentralgelegenes Herr-
 und Damen - Friseurgeschäft in
 grosser Kolonie von Millionen.
 Adresse bei der Redaktion. 811

CORDOBA
 In Argüello, in herrlicher Villen-
 zonen, 25 Minuten vom Zentrum
 von Córdoba, zwischen 2 schat-
 tigen Strassen; grossartige Aus-
 sicht auf nahe Gebirge, Parklan-
 de sowie grösstes Privatschwimmb-
 aden, 100 Mr. Imm. Auf 2 km.
 beste Schule von Córdoba (Colegio
 La Salle), elektrisches Licht, Tele-
 fon, erstklassige Wasser- und Ab-
 wasser-Station, Omnibus, Collecti-
 vos verkauft 100.000 Quadratme-
 ter in Quinta-Lotes als Rest einer
 Parzellierung, geteilt oder in
 Parzellen von je einzeln Quinta,
 sehr billig! Vidal 2793, Dep. A. Te-
 lefon 70 Nufes 6397. 81

UNTERRICHT

Fernunterricht, Sprachen, Buchhal-
 tung, Zeitschriften, Kurzschrift ab
 3 s - monatlich, Berlin Akademie,
 Villa Palmar für Alex. 81/82

HEIRATSGESUCHE

Ich suche ein Lebensgefährte! Ju-
 din, gross und schlank, klug und ge-
 wandt. Ein selbständiger Importeur,
 rheinländer 31 Jahre, 1,72 Mr., gute
 Beschäftigung. Córdoba 202124 Correo
 Central. 81-71

Ein fine matrimonioles, rubia, ale-
 mana de 26 años viuda con familia, de
 muy buena presencia y mucho carita
 ni hokar, quisiera conocer a caballero
 culto y serio de mediana edad
 sea viudo con hijos o soltero, preferido
 fuera de la capital. "R. J." Adm. 81-71

Unternehmer, 42 Jahre, mit Heren-
 bildung, festem, gutem, aufrechten
 Charakter und geltem, Grosspartisanen
 wünscht wegen Mangels an Liebhabinnen
 eine strenge, norrmale Mädchen
 vom Arbeiterstande zwecks Heirat
 kennen zu lernen. Zuschriften an Co-
 rdoba No. 62, Bureau Correo No. 7
 post. 81-71

Für meinen Freund, eleganten, di-
 stinktion Herrn Anfang 40, Akad-
 emiker, Diplomatiker, Attache Mö-
 biliar in sehr guter Position, suche
 eine sehr hübsche, gebildet, mädche-
 vernünftig, junge Dame aus dem be-
 sten Gesellschaftskreisen. Gefl. An-
 81-71

Avisos clasificados o
Kleine Anzeige (AW.01.
 12.1946, p.8)

Un ejemplo de esto se puede observar en el siguiente “*Ich suche als Lebemanngefährtin, Jüdin, gross und schlank, klug und gewandt. Für selbständiger Importeur; Rheinländer. 31 Jahre, 1,72 mtr.*” (AW, 06.01.1946, p.8). Como bien se advierte, la cuestión física adquiere tanta importancia como la religión practicada.

Asimismo, anunciar en la sección avisos personales (*Personalmeldungen*) del semanario pueden interpretarse no sólo como una forma para informar sobre eventos (fiestas de cumpleaños y aniversarios) ante el grupo étnico por parte de familias y asociaciones, sino también una estrategia para exponer los logros de personalidades de la comunidad en la esfera pública o bien, simplemente recordar el fallecimiento de sujetos que integraban el colectivo. En un sentido análogo, los avisos dirigidos a ofrecer empleo también nos dan una pista de aquellos lectores en tanto y cuanto, en ocasiones, no solo se busca alguien que quiera o sepa realizar cierta actividad, también se pretende que este pueda hablar alemán. Incluso, la oferta de bienes inmuebles ofrecidos en el semanario y mencionadas anteriormente parecen disponerse también a sabiendas de conseguir un comprador dentro del grupo étnico.

En este sentido, una mirada más detallada de estos nos permite inferir la consciente búsqueda de aquellos publicistas por interlocutores germanoparlantes ya que, si reflexionamos en el proceso de mediación para que estos avisos lleguen a la luz de posibles compradores o empleados, los avisos tuvieron que haber recorrido miles kilómetros antes de ser publicados. Esto es, desde el lugar donde se vendía el inmueble o se buscaba mano de obra (como las provincias de Misiones o Córdoba) hasta la ciudad de Buenos Aires donde el semanario se editaba, y la subsiguiente circulación de la información por todo el territorio nacional.

Hasta aquí las lecturas propuestas han planteado, por un lado, el rol del semanario como referente cultural capaz de proponer límites étnicos entre una comunidad lingüística. Por otro, nos hemos encargado de dar cuenta también que sobre aquella misma propuesta editorial los lectores desarrolla-

ron sus propias practicas y usos del semanario con fines individuales. Sin embargo, podemos reconcer la existencia de un punto intermedio entre una y otro ejercicio intelectual dentro del AW. Las cartas de lectores que, de forma esporádica se publicaban en el semanario, se disponen como un espacio donde los usuarios participaban de aquella comunidad imaginada de lectores, pero simultaneamente podían tanto estimular como tensar los sentidos identitarios propuestos por el semanario. Es decir, una nueva faceta en su rol como referente cultural sobre el cual sus lectores podían apoyarse y desde allí establecer diálogos e interpretaciones. En este sentido, podemos marcar dos cartas de distinto calibre que dan cuenta del rol del semanario como demarcación y punto de fuga de la identidad del lector. Nuestro primer ejemplo da cuenta del factor didáctico del semanario en la formación de un lector en torno a los valores democráticos y liberales al mismo tiempo que la incidencia del semanario en el lector para sentirse acompañado mediante la lectura en su lengua materna en su paso por la Argentina.

Als langjähriger Abonnent ihres Blattes nehme ich nach Aufhebung der Postsperrung und nach dem unseligen Kriege die Gelegenheit wahr. Ihnen aus Anhänglichkeit und Freundschaft die herzlichsten Grüße zu übermitteln. Während der Jahre 1926 bis Ende 1933 war ich in Buenos Aires ansässig. Ich verliess Argentinien wegen Arbeitslosigkeit und fand bei der Firma Louis Eliers, Hannover Eisenhoch- und Brückenbau Beschäftigung. Ich hatte das Glück, an den Bau des Puente Alsina mitzuwirken. Ich sollte vor dem Kriege beruflich nach Argentinien kommen, was mit durch den Ausbruch des Krieges unmöglich wurde. Wie oft habe ich während des Krieges an Argentinien und das Argentinische Tageblatt gedacht; in letzterem wurde in vielen Leitartikeln und politischen Abhandlungen alles das vorausgesagt, was durch „Rattenfänger von Braunau“ über Deutschland und die Welt hereinbrechen wird.

Ich schätze mich glücklich, dass ich ein guter Demokrat geblieben bin. Dieses habe ich in hohem Masse dem Umstände zu verdanken, dass ich Ihre geschätzte Zeitung nicht nur gelesen habe, sondern durch Ihre Zeitung zum Demokraten geschult worden bin. Ich danke ihnen dafür und hoffe, dass es mir gelingen wird, bald wieder in Buenos Aires zu sein und such mein Argentinisches Tagelatt wieder zu lesen (AW.1946.10.12, p.7).

No obstante, la siguiente carta también expresa el rol del lector como sujeto crítico que, sobre lo dispuesto en un artículo del semanario, desarrolló sus interpretaciones en algo tan delicado como los derechos y la identidad.

In der Ausgabe ihres sehr geschätzten Blattes vom 11. Juli berichten Sie unter der Ueberschrift “Deutsche Juden sind nicht heimatlos” über eine richterliche Entscheidung, derzufolge Jüdische Emigranten aus Deutschland durch die Aufhebung der Rassengesetze seitens des alliierten Oberkommandos ihre frühere deutsche Staatsangehörigkeit automatisch wiedererlangen haben. Gestatten Sie mir zu bemerken, dass die Entscheidung erheblichen Bedenken begegnet. Zunächst kann es schon zweifelhaft sein, ob das deutsche Ausbürgerungsgesetz überhaupt den Charakter eines Rassengesetzes hat, denn es richtet sich nicht - oder wenigstens nicht ausdrücklich - gegen “mentarische“ deutsche Staatsangehörige, sondern gegen alle Deutschen ohne Unterschied der Rasse, die nach einem gewissen Zeitpunkt ausgewandert sind. Ueber dieses Bedenken würde man freilich schon hinwegkommen. Erheblicher scheint folgender grundsätzlicher Einwand:

Der Richter hat in seiner, von der Berufungskammer gebilligten Entscheidung ausdrücklich anerkannt, dass die Ausbürgerung als die gesetzliche Massregel eines souveränen Staates an sich gültig ist. Dem ist zu zustimmen. Dagegen ist es mehr als fraglich, ob durch die Aufhebung des Gesetzes als eines “Rassengesetzes” die ursprüngliche Staatsangehörigkeit ohne weitere wiederhergestellt wird. Durch das Ausbürgerungsgesetz haben die davon Betroffenen ihre deutsche Staatsangehörigkeit in gültiger Weise verloren. Diese Staatsangehörigkeit aber kann ihnen durch ein das ursprüngliche Gesetz nachträglich aufhebendes deutsches Gesetz ohne ihre Zustimmung nicht wieder aufgezwungen werden, und zwar in erster Linie deshalb nicht, weil die ausgebürgerten Emigranten, die im Ausland leben mit Bezug auf ihre persönlichen Verhältnisse weder den deutschen Gesetzen noch den diesen gleichstehenden Verordnungen des alliierten Oberkommandos unterworfen sind, ebenso wenig wie solche Emigranten, die inzwischen eine neue Staatsangehörigkeit erworben haben (AW.1946.07.27, p.7).

5. Conclusión

Detenemos en la funcionalidad de un semanario como referente cultural de un colectivo minoritario y distribuido sobre el territorio nacional, ya no en sus grandes secciones sino más bien en aquellos espacios que funcionaban como vasos comunicacionales con sus lectores, nos habilita esgrimir algunos lineamientos externos al ya clásico análisis de la pugna que tuvo la empresa editorial de los Alemann para con los espacios dentro de la comunidad que apoyaban al nacionalsocialismo. En sucintas palabras, una primer mirada “desde arriba” o institucional nos permite considerar que el AW como una institución étnica que propuso un paisaje mediático entre sus lectores y que, mediante sus secciones, expuso una serie de prácticas, espacios y discursos que pudieron postular límites étnicos, estimular la formación de una comunidad imaginada y, con ello, una identidad colectiva germano-argentina, entre sus lectores. Aunque, como hemos intentando exponer, también marcaron en aquellas significaciones étnicas posicionamientos políticos hacia el interior del colectivo y ligadas a la disputa política que marcaba a la comunidad en aquel momento. En cambio, una mirada “desde abajo”, nos permite inferir que al menos parte de sus lectores utilizaron el semanario en prácticas más bien alejadas del clima político y bélico que vivía la comunidad para ese entonces. Es decir, usaban el semanario como una instancia donde poder alcanzar objetivos íntimamente personales ligados tanto a la vida profesional como privada y a instancias de encontrar sus interlocutores dentro del propio grupo étnico. En última instancia, podemos proponer que, en términos de Hall (1996), el punto de sutura entre los discursos propuestos por el semanario y las propias prácticas que sus lectores realizaban con el semanario y sus narrativas, delimitaba el espacio simbólico donde la identidad germano-argentina era operativa.

Referencias

- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- Barth, F (1976) *Los grupos étnicos y sus fronteras*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bryce, B. (2008). *Germans in Ontario and Buenos Aires, 1905-1918: Das Argentinische Tageblatt and Das Berliner Journal's Discourse about Ethnicity and Its Changes During World War I*. Toronto: York University.
- Carreras, S (2019) *Identidad en cuestión y compromiso político. Los emigrados germanohablantes en América del Sur*. Madrid: Iberoamericana.
- Das Anderes Deutschland. (26.05.1945) *Argentinisches Wochenblatt*, pp.10
- de Certeau, M (1979) *La invención de lo cotidiano*. México: Universidad Iberoamericana,
- Die Krise in Deutsche Hospital. Ein Rettungsversuch (27.10.1945). *Argentinisches Wochenblatt*, pp.8
- Friedmann, G (2010). *Alemanes antinazis en la Argentina*. Buenos Aires: Siglo XXI
- Geertz, C (1997) *La interpretación de las culturas*, Barcelona: Gedisa.
- Gesuchte Personen. (22.12.1945). *Argentinisches Wochenblatt*, pp.8
- Giménez, G. (2009). Cultura, identidad y memoria: Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas. *Frontera norte*, 21(41), 7-32.
- Hall, Stuart. (1994) “Estudios culturales: dos paradigmas”, en *Revista Causas y azares*. N° 1. Buenos Aires.
- Hall, S (1996) “¿Quién necesita «identidad»?”, en Hall, Stuart y du Gay, Paul (Eds), *Questions of cultural identity*. Sage Publications, Londres.

- Hall, S. (1981). La cultura, los medios de comunicación y el ‘efecto ideológico’, en Curran, James y otros (comps.). *Sociedad y comunicación de masas*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Heiratsgesuche (06.01.1945). *Argentinisches Wochenblatt*, pp.8.
- Jüdischer Trauertag am 14.März. (17.04.1945). *Argentinisches Wochenblatt*, pp.5.
- Kießling, Wolfgang. (1981). *Kunst und Literatur im antifaschistischen Exil 1933-1945: Exil in Lateinamerika*. Leipzig: Reclam.
- Kleine anzeigen. (06.01.1945). *Argentinisches Wochenblatt*, pp.8.
- Laberenz, L. (2008). *Vom Kaiser zum Führer-Deutschsprachige Nationalismuskurse in Buenos Aires 1918-1933*. Berlin: Universidad de Berlín.
- Langbehn, R (2017). “Comienzos del periodismo en idioma alemán en la Argentina”. Cuadernos del Archivo DIHA (1), 47-62
- Leser Schreiben: (10.12.1946). *Argentinisches Wochenblatt* ,pp.8
- Leser Schreiben: (07.27.1946). *Argentinisches Wochenblatt* ,pp.8
- Mercado navideño organizado por el Subcomité Austriaco de la Unión Internacional de Socorro a los niños. (10.8.1946) . *Argentinisches Wochenblatt*,pp. 7
- Neuerscheinungen. Cosmpolita (31.03.1945). *Argentinisches Wochenblatt*, pp.10.
- Personalnachrichten (17.03.1945). *Argentinisches Wochenblatt*, pp.6
- Saint Sauveur-Henn, A. (2001). Arlt y la emigración alemana a la Argentina hacia 1900. Roberto Arlt. Una modernidad argentina, 2001-13
- Schoepp, Sebastian (1996). *Das Argentinische Tageblatt 1933 bis 1945. Ein Forum antinationalisozialistischen Emigranten*, Berlin: Wissenschaftlicher Verlag.
- Seelenklinik (15.07.1944). *Argentinisches Wochenblatt*, pp.10

- Unión Internacional de Socorro a los niños. (10.8.1946). *Argentinisches Wochenblatt*, pp.7.
- Werke. Unseres Verlags (03.11.1945). *Argentinisches Wochenblatt*, pp.10
- Williams, R. (1980). *Marxismo y literatura*, Barcelona. Península, 198.