

Singularidades do jornalismo português nos Estados Unidos: língua, diplomacia e publicidade (1920-1940)

Singularities of Portuguese journalism in the United States: language, diplomacy and advertising (1920-1940)

Alberto Pena-Rodríguez

Universidade de Vigo e CEIS20/Universidade de Coimbra

alberto@uvigo.es

ORCID ID: [0000-0001-8667-6287](https://orcid.org/0000-0001-8667-6287)

Resumo: Após um período em que numerosos meios de comunicação impressos em língua portuguesa floresceram nos Estados Unidos, graças ao afluxo maciço de novos imigrantes entre 1890 e 1920, o jornalismo português afirmou-se gradualmente como uma actividade profissional interessante para aqueles que tinham a formação e a capacidade de fundar um jornal e atrair um número suficiente de anunciantes e leitores para o tornar sustentável. Alguns meios de comunicação foram editados por famílias num ambiente quase doméstico, feitos por e para imigrantes portugueses de origens muito específicas, provenientes de pequenas aldeias açorianas, madeirenses ou de Portugal continental, e com perfis socioculturais particulares. Durante o processo de consolidação deste modelo de jornalismo desenvolvido com enormes limitações, surgiram circunstâncias singulares, não só na forma de produzir e narrar as notícias, mas também na tipologia dos anunciantes e no formato dos seus anúncios publicitários. Esta comunicação estuda algumas das marcas que distinguiram este tipo de jornalismo durante o período de 1920 a 1940, quando o governo dos EUA começou a restringir a entrada de novos imigrantes portugueses e a concorrência tornou-se cada vez mais feroz devido ao declínio do público. Além disso, a emergência de um novo meio, a rádio, provocou uma redução significativa da publicidade, obrigando ao encerramento de muitos jornais. No meio desta dinâmica de sobrevivência, surgiu um debate entre os imigrantes sobre o uso da língua por alguns jornalistas, que foram acusados por alguns diplomatas portugueses de maltratar a língua de Camões e criar uma espécie de neolinguagem. Através de uma metodologia que utiliza técnicas qualitativas como a análise do discurso, estudam-se alguns dos jornais mais relevantes deste período, como *Alvorada* de New Bedford, ou o *Heraldo Português* de Taunton, em que se pode apreciar o estilo da narrativa jornalística e publicitária dos imigrantes.

Palavras-chave: jornalismo; imprensa; história; imigração portuguesa; Estados Unidos.

Abstract: After a period in which numerous Portuguese-language print media flourished in the United States, thanks to the massive influx of new immigrants between 1890 and 1920, Portuguese journalism gradually asserted itself as an interesting professional activity for those who had the training and ability to found a newspaper and attract a sufficient number of advertisers and readers to make it sustainable. Some media were edited by families in an almost domestic setting, made by and for Portuguese immigrants of very specific origins, coming from small villages in the Azores, Madeira or mainland Portugal, and with particular sociocultural profiles. During the process of consolidation of this model of journalism developed with enormous limitations, unique circumstances arose, not only in the way of producing and narrating the news, but also in the typology of advertisers and the format of their advertisements. This paper studies some of the hallmarks that distinguished this type of journalism during the period from 1920 to 1940, when the US government began to restrict the entry of new Portuguese immigrants and competition became increasingly fierce due to the declining audience. In addition, the emergence of a new medium, radio, caused a significant reduction in advertising, forcing many newspapers to close. In the midst of this dynamic of survival, a debate arose among immigrants about the use of language by some journalists, who were accused by some Portuguese diplomats of mistreating the language of Camões and creating a kind of neolanguage. Through a methodology that uses qualitative techniques such as discourse analysis, we study some of the most relevant newspapers of this period, such as *Alvorada* from New Bedford, or the Portuguese *Heraldo* from Taunton, in which we can appreciate the style of journalistic and advertising narrative of the immigrants.

Keywords: journalism; press; history; Portuguese immigration; United States.

Introducción

Este trabajo pretende poner en valor el trabajo periodístico realizado por decenas de inmigrantes, mayoritariamente de origen azoriano, que llegaron a Norteamérica en busca de su sueño americano en un período crítico para el asentamiento y desarrollo de la comunidad portuguesa en Estados Unidos, entre 1920 y 1940. Las razones por las que inmigrantes portugueses

decidieron editar publicaciones periódicas para hacer periodismo se basan en motivaciones de tipo lingüístico, emocional, cultural, político y económico. Por un lado, los inmigrantes necesitaban leer en portugués noticias sobre Portugal para saber lo que ocurría en sus regiones de origen. Por otro, era importante para ellos disponer de informaciones sobre todo lo que tenía que ver con la comunidad lusa en Estados Unidos, especialmente después de la creación y la expansión de las actividades de sus propios organismos asociativos y culturales, que deseaban captar nuevos socios o dar a conocer sus eventos entre sus coterráneos. En cierto sentido, los periódicos eran también una especie de escuela, su principal fuente de educación en su nueva vida americana (Mark, 1965, p. 139). Algunas cabeceras consideraban incluso que el principal cometido de la prensa inmigrante era combatir el “mal” de la ignorancia.¹

Según los datos de esta investigación extraídos de varios archivos de la comunidad lusófona en Norteamérica y en Portugal, en los años veinte los inmigrantes portugueses editaron al menos 34 publicaciones periódicas, que se difundieron entre los Estados de Massachusetts (23), California (5) New Jersey (3) Rhode Island (2) y Nueva York (1). Y en la década de 1930, hubo otros 27 nuevos periódicos a pesar de la crisis económica de 1929, que afectó especialmente a la industria textil de Nueva Inglaterra, lo que estimuló la emigración a California, donde se editaron 11 nuevos títulos, 6 en Massachusetts, 5 en Nueva York, 4 en Nueva Jersey y 1 en Connecticut. Entre las cabeceras más destacadas en el período de análisis están las siguientes. En Massachusetts: *A Alvorada* (1919-1926), luego convertido en el *Diário de Notícias* (1927-1973), *O Independente* (1897-1945), *Novidades* (1907-1948), *O Popular* (1914-1935) y *O Colonial* (1925-1945). Y en California: *A União Portuguesa* (1887-1942), *Jornal Português* (1932-1997), *A Liberdade* (1900-1937), *A Colonia Portuguesa* (1924-1932), *O Lavrador Português* (1912-1927).

Un factor importante a tener en cuenta en relación con la difusión de la prensa y el periodismo portugués en la colonia inmigrante a lo largo de su historia es la tasa de analfabetismo (Bartoli, 1996). Los informes oficiales de inmigración americanos estudiados por Leo Pap (1981, pp. 94-102) indican que casi el 70% de los inmigrantes portugueses que llegaron entre 1899 y 1910, con edad superior a 14 años, admitieron que no sabían leer ni escribir, entre ellos Guilherme Machado Luiz, fundador del *Diário de Notícias*. Este registro sitúa a los portugueses en el último puesto en la escala de alfabetización entre los inmigrantes de diversas nacionalidades; lo que es un reflejo exacto de la situación de Portugal en el contexto europeo de entonces, con la tasa de analfabetismo más elevada, que afectaba al 70% de las mujeres y el 55% de los hombres (Proença, 1996). Tras la caída de la monarquía y la inauguración de la República en 1910, entre 1911 y 1917 el porcentaje de analfabetos se redujo hasta el 50% (Pap, 1981, pp. 97). Con la implantación del test obligatorio de alfabetización

1 El artículo aparece citado por *A Revista Portuguesa*, nº 2, febrero de 1915. “Notas do editor”, p. 12.

para inmigrantes en las fronteras norteamericanas y la mejora del índice de escolarización en Portugal, la cifra fue bajando cada año. El propio gobierno portugués llegó a prohibir la emigración de ciudadanos analfabetos en 1929. El analfabetismo, obviamente, representó un problema para la prensa inmigrante, que se vio también afectada por la tendencia general por parte de los hijos de los inmigrantes a adoptar la lengua inglesa como un factor de desarrollo y prestigio personal. Un problema que algunos periódicos achacaban a un cierto complejo de inferioridad frente a la cultura local:

A maioria dos filhos dos nossos emigrantes poderiam, se quizessem e tivessem boa vontade, aprende-la bem, fala-la com correção relativa. Era uma questão de, entre os 15 e 20 anos, lhe dedicarem duas horas diárias e dum tempo que nessa altura da vida nenhuma falta lhes faria. Mas, talvez mais por culpa dos pais que por sua própria, a nossa mocidade não cultiva o nosso belo e rico idioma, esquece-o até –se o conhecia um pouco do contacto com a mãe ou o avô, que teimosamente se recusou a aprender o inglês- quando se afasta do lar paterno e se embrenha no meio cosmopolita em que vive. Dá-se até o caso curioso de ser o povo inculto que mais fala o português, facto que revela a ridícula ‘inferiority complex’ que ataca a maioria das pessoas cultas ou com cursos superiores (*Diario de Noticias*, 1940, 31 de julio, p. 2, nº 6446).

Aunque, en ocasiones, el nivel cultural de los inmigrantes era insuficiente para interpretar determinado tipo de contenidos, los periódicos pudieron ser un estímulo para aumentar el índice de alfabetización en la colonia en sus primeras décadas de historia, pues las publicaciones en portugués eran medios de referencia cultural en cada núcleo inmigrante. Ante los lamentos de los diplomáticos por la falta de formación en la colonia, *A California Alegre* afirma en 1937 que los portugueses en California eran “rudos” porque estaban allí para trabajar. Argumentaba que la colonia no era culta ni estaba instruída, pero era patriota y tenía buen corazón.² Un hecho que pusieron de manifiesto otros periódicos, como el *Diario de Noticias*, que aún reconociendo las excelentes cualidades para trabajar del inmigrante portugués, constataba su falta de cultura “mercê de uma política reles e escandalosa que se fazia então em Portugal”.³ Los que tenían algún tipo de preparación académica acababan por convertirse en colaboradores de esta prensa, asumiendo un cierto liderazgo público a través del ejercicio del periodismo.

2 *A California Alegre*, 21 de noviembre de 1937, p. 4.

3 *Diario de Noticias*, 26 de marzo de 1959, p. 1.

Marco teórico y estado de la cuestión

Para conocer los rasgos específicos que definen al periodismo portugués en Estados Unidos y su verdadera significación histórica, es necesario observar la evolución de los datos cuantitativos relacionados con la prensa editada por las comunidades inmigrantes, denominada por la bibliografía científica como “prensa étnica”. El fenómeno de la prensa en lengua no inglesa alcanza su máxima expansión en la etapa de la emigración masiva desde Europa, entre 1890 y 1930, cuando más de 22 millones de personas llegaron a EE.UU., sobre todo a través de los puertos de Nueva York y San Francisco. En 1910, había más de 1300 periódicos en lengua no inglesa (hasta en 30 lenguas diferentes) (Park, 1922), de los cuales más de 500 eran en alemán, 75 en italiano, la misma cifra en español, 67 en noruego y 12 en portugués, de acuerdo con el *N. W. and Son's Ayer's American Newspaper Annual and Directory* (1909). En total, sumando todas estas publicaciones de origen étnico, de las cuales 150 eran diarias, su tirada estimada rondaría los 2,6 millones de ejemplares (Blanchard, 1998, p. 207). A pesar de la fugacidad de la mayoría, algunas cabeceras alcanzaron posiciones de relevancia e influencia pública. En el caso portugués, a lo largo de historia, hay constancia de la fundación de, al menos, 167 publicaciones periódicas, la mayoría fugaces (43 duraron menos de un año, aunque hubo 5 que superaron el medio siglo de existencia), editadas en diferentes Estados y ciudades, 135 de las cuales vieron la luz entre 1900 y 1930 (Pena-Rodríguez, 2020a, 2019).

La prensa en lengua extranjera no ha sido un fenómeno marginal, con escaso nivel de impacto en la sociedad norteamericana. Hay numerosos trabajos, desde diversos enfoques y metodologías, que ilustran hasta qué punto este tipo de prensa fue un actor relevante en diferentes períodos históricos y comunidades (Rhodes, 2010; Johnson, 2000; Wittke, 1957; Joyce, 1976; Kowalick, 1978; o Kessler, 1984, entre otros). Dentro del elenco de estudios generalistas y manuales sobre este fenómeno periodístico destaca la edición de Sally M. Miller (1987), en el que se abordan periódicos pertenecientes a 27 minorías, entre ellas la prensa árabe, rusa, china, croata, danesa, alemana, filipina, francesa, griega, irlandesa, japonesa, judía, letona, lituana, noruega, mexicana o polaca.

El estudio de la prensa y el periodismo inmigrante portugués en Estados Unidos es una línea de investigación que hasta ahora ha suscitado un escaso interés. Desde una visión interdisciplinar, el pionero fue Leo Pap, que publicó en la citada obra de Miller (1987) un breve capítulo que aporta una visión panorámica de la evolución histórica de la prensa lusa. Por su parte, Geoffrey L. Gomes (1995) se aproximó a la función política de este tipo de prensa en California entre 1888 y 1928. Más recientemente, Lusa Ponte (2014) publicó un artículo sobre el periódico *Acores-América* (1903), y el autor de este trabajo ha ido publicado diferentes aportaciones durante los últimos años, entre las que destaca la monografía editada por la Tagus Press (University of Massachusetts Press) *News on the American Dream. A History of the Portuguese Press in the United States* (2020).

Metodología

Mediante el empleo de técnicas de carácter cualitativo basadas en el análisis del discurso y algunos datos de tipo cuantitativo, este trabajo tiene como objetivo aproximarse al fenómeno del periodismo inmigrante portugués en Estados Unidos mediante el análisis de aquellos aspectos de tipo paradigmático que caracterizaron de una forma distintiva el ejercicio profesional del periodismo en los medios de comunicación impresos editados por los inmigrantes portugueses en el período entre 1920 y 1940, cuando se produjo un sensible crecimiento en la producción de cabeceras periodísticas en los núcleos de población de origen portugués, especialmente en Massachusetts y California, debido a la llegada masiva de inmigrantes a inicios del siglo XX (Baganha, 2009; Barrow, 2002). El trabajo pivota sobre tres temas esenciales que tuvieron una gran importancia durante el período de análisis y que definen singularmente este tipo de periodismo: la lengua portuguesa como símbolo cultural de la comunidad y asunto de debate en el discurso periodístico, la relación política y profesional entre los periodistas y los diplomáticos portugueses que trabajaban en la embajada de Washington y los consulados portugueses de New Bedford, Boston, Fall River, Providence, San Francisco y Nueva York, y algunos elementos sobre la comunicación publicitaria como medio fundamental de financiación de este fenómeno periodístico entre los inmigrantes.

El rol dinamizador del periodismo inmigrante y su sentimiento de abandono

En su propia lengua, a través de los medios periodísticos propios, el inmigrante podía enterarse de diversas noticias sobre Portugal, tanto si eran sobre asuntos nacionales como si trataban hechos acaecidos en su ciudad o pueblo de origen, o incluso en una remota aldea situada en alguna zona recóndita de Azores. Bastaba con que hubiera un número suficiente de potenciales lectores de un determinado lugar residiendo en Estados Unidos para que un periódico decidiese incluir secciones específicas. A través de las páginas de la prensa, el inmigrante conocía también diversos aspectos de la política y la economía norteamericana. Pero, sobre todo, por medio de este tipo de periodismo tenía conocimiento de las celebraciones, las instituciones, los actos públicos, los negocios y las personas relevantes de la colonia portuguesa.

El papel dinamizador que, tanto cultural como económicamente, podían ejercer los periódicos portugueses, era enorme, como señala Mark Vaz: “Often these foreign publications sought to remind the immigrant that despite hardships and difficulties, and sometimes misunderstandings, he had something to be proud of, a cultural heritage, a history, a name. They did much, these early foreign language papers, to instill in the immigrant a sense of dignity, to live his standing in the community, to give him self-respect and to remind him of

the cultural pattern that had formed him” (1965, pp. 139-140). El sentimiento de pertenencia a la comunidad lusa que alimentaba la prensa en portugués era, además, un elemento que reforzaba su capacidad en la defensa de sus intereses. El embajador de Portugal entre 1933 y 1947, João António de Bianchi, reconoció públicamente en su visita a la colonia luso-americana en California en septiembre de 1935, el enorme valor de los periódicos portugueses para el progreso y la dignificación de sus compatriotas:

A Imprensa em geral da California a par dos muitos serviços que tem prestado a varias gerações de Portugueses é um repositório da gloriosa história do quinhão que coube ao povo Português no deslumbrante desenvolvimento deste próspero Estado e traspondo essas mesmas barreiras como contemporanea que foi dos primeiros passos de tão vertiginoso progresso, encerra a crónica de toda a vida da California. Saúdo a imprensa Portuguesa, que bem merece da Pátria Portuguesa e do Portugal da California, pelo passado que a dignifica, e ao desejar-lhe um futuro cheio de prosperidade, confio que continuará a manter a sua valorosa obra a bem do Povo e da Nação Portuguesa (*A Liberdade*, 1935, 7 de septiembre, p. 1, nº 3300, año 35).

Aunque la mayoría de las publicaciones periódicas luso-americanas fueron efímeras, cada una ellas representa un avance en el desarrollo de la colonia. A pesar del relevante servicio informativo que este tipo de periodismo prestaba a la comunidad, no siempre fue reconocido. Los editores portugueses se vieron a menudo obligados a reivindicar más respeto para el trabajo que trataban de realizar “a bem da colónia”, eslogan que fue utilizado por algunos periódicos como el *Luso-Americano* de Newark.⁴

A *Colonia Portuguesa* de Oakland (Cal.) decía en 1925 que la falta de reconocimiento del trabajo realizado por los periodistas se debía, sobre todo, a la falta de comprensión de una gran mayoría de compatriotas, que eran incapaces de apreciar el enorme servicio que estaba prestando la prensa en portugués a su comunidad. Para el bisemanario de Oakland, la prensa era la escuela del pueblo:

A vida de jornalista, e principalmente de jornalistas na California e uma vida ardua e difícil, e no entanto parece não haver coisa mais convidativa, mas é o eterno canto mitológico da Sereia. A profissão de jornalista é muito ingrata, porque o nosso povo ainda não compreendeu a sua missão; vê nele, e algumas vezes com razão, o explorador que vive da tesoura, e que quer impingir êsse trabalho ao leitor e trocá-lo pelo suor do rosto de um trabalhador. Mas não, nao há missão mais sublime do que a de alimentar o espírito do nosso povo com leitura sã, que depois de dirigida alguma coisa

4 *Luso-Americano*, 7 de diciembre de 1939, p. 1. O también *Luso-Americano*, 6 de diciembre de 1989, especial 50º aniversário, p. 2.

de proveito deixe. O jornal, com as suas diversas secções deve ser uma escola onde o povo possa beber a água pura dos conhecimentos humanos, reunidos e coligidos por homens que tenham estudado ou adquirido êsses conhecimentos. Infelizmente, dizem, não há jornais na California que possam atingir êsse desideratum. É facto, e a razão é que não tendo o apoio do povo o jornal nao pode progredir por não poder manter pessoal competente (*A Colonia Portuguesa*, 1925, p. 4, 3 de noviembre, nº 171, año II).

Los inmigrantes portugueses estaban acostumbrados a desarrollar trabajos físicos y eran incapaces de reconocer el sacrificio que suponía la impresión de cada nuevo número; desconocían la complejidad que tenía la elaboración de un periódico. Para tratar de hacer pedagogía entre los inmigrantes, el *Jornal Português* publicó un artículo titulado “O esfroço na confecção do ‘Jornal Português’”, con el que intenta explicar el disciplinado esfuerzo que representa editar un periódico, que ha de superar a contra-reloj diversas rutinas productivas para que el lector pudiese disfrutar de su lectura puntualmente:

O assinante que recebe o jornal e que ao fim do seu dia de trabalho se senta confortavelmente numa cadeira lendo o jornal, não calcula, não imagina, não faz uma pequenina ideia do esforço, das arrelias, e das canseiras do pobre jornalista português na America do Norte. Não avalia o quanto sofrimento e de lutas estão aí representadas nestas páginas que os seus olhos percorrem. Isto, meus caros patricios, desde a angariação de anuncios, á feitura das gravuras, desde a composição dos artigos, leitura da revisão das provas á paginação do jornal vai uma avalanche de vontade, uma montanha de sacrificios de de trabalho arduo, de trabalho ‘duro e forte’ no dizer pitoresco da nossa gente. E ainda há pessoas (oh! Santa ignorancia!) que dizem que se os jornalistas querem comer que vão trabalhar! (*Jornal Português*, 1946, Número Especial, sin paginar).

En general, la única fuente de financiación del periodismo inmigrante eran los anuncios que publicaban los comerciantes portugueses que intentaban dar a conocer sus pequeños negocios. En este sentido, el periodismo inmigrante portugués se sintió abandonado por el gobierno de Lisboa. De hecho, el *Diario de Noticias* publicó el 16 de noviembre de 1938 un extenso editorial en el que criticaba la indiferencia y menosprecio mostrado por el Estado portugués hacia la prensa lusa en Estados Unidos:

Num meio imenso como este, onde a vitalidade dinamica da lingua inglesa naturalmente tudo avassala, é preciso ser-se dotado duma coragem indomavel e dum patriotismo a toda a prova, para que o desanimo não tome a preponderancia. (...) Os governantes de Portugal, e especialmente o illustre chefe de governo, o Sr. Dr. Antonio de Oliveira Salazar sabe perfeitamente que o metodo mais eficaz de preservar a lingua e a nacionalidade dos colonos portugueses que vivem no estrangeiro, é falar-lhes da sua pátria em geral e das vilas e aldeias em particular, por meio de jornais em

lingua portuguesa. Ora esses jornais não dificilmente se mateem com os fracos proventos que lhes adveem do comercio colonial, que é pobre, ou das assinaturas dos subscritores que são em número reduzido. (...) Até hoje os governantes de Portugal teem desprezado absolutamente a imprensa portuguesa na America. Tem abandonado com ingratidão imperdoável, essa poderosa fonte de reclamo e esse élo indispensável para continuar vivo o amor patrio nos corações portugueses. Esta imprensa, a pesar de pobre, muito tem concorrido para que a colonia esteja ainda agregada num todo (...). O que tem feito Portugal no respeitante aos portugueses que emigraram para aquí? Absolutamente nada de concreto. Nunca é falta para remediar uma falta e temos esperanças de que o Estado Novo, que sob a sabia chefia de Salazar tão grande impulso tem dado ao desenvolvimiento cultural, comercial e industrial de Portugal, volverá um olhar compadecido para as empresas jornalísticas na America, cuja obra é profundamente patriótica, pois que visa a perpetuar neste imenso paiz o belo idioma portuguez que a todos nos enche de orgulho (*Diario de Noticias*, 1938, 16 de noviembre, p. 2, nº 5930).

Se trataba de una queja realizada, por otra parte, con gran sentido de la oportunidad, pues 1939 fue un año en el que la propaganda realizada por el Estado Novo en Estados Unidos alcanzó una gran difusión debido a la participación de Portugal en la *World's Fair* de Nueva York. Aún así, el 11 de agosto de ese año, el propietario del *Diario de Noticias* seguía lamentando la falta de apoyo y de sensibilidad de los sucesivos ministros portugueses de educación pública:

A maior culpa deve ser atribuida aos nossos Ministros da Instrução em Portugal que nos voltaram ao esquecimento, nunca compensando, pelo menos com palavras de encorajamento, os esforços dos portugueses neste paiz que muito teem contribuido para a propaganda da Pátria, tanto por meio dos jornais como escolas particulares (*Diario de Noticias*, 1939, 11 de agosto, p.1, nº 6152).

La lucha por la supervivencia: los anuncios publicitarios y la aparición de la radio

En general, los periódicos en portugués tenían que recurrir a argumentos cargados de patriotismo para estimular las suscripciones de lectores, cuyos pagos solían sufrir retrasos y que raramente garantizaban la sostenibilidad financiera. La prensa americana, que disponía de ediciones de mayor calidad, más profesionalizada, con más contenidos y mayor distribución, ofrecía, además, una fuerte competencia. El redactor jefe del *Diario de Noticias*, António F. Cacella, reflejaba esta posición de desventaja en un artículo publicado el 7 de abril de 1936:

Dependendo duma colonia relativamente pobre e muito dispersa tem alem disso que lutar contra dois poderosos obstaculos, a saber: os jornais do pais, colossos de informação que abrangem todas as actividades do mundo inteiro; e o que é pior, a indiferença duma grande parte dos colonos que lhe negam o apoio devido (*Diario de Noticias*, 1936, 7 de abril, p. 4, nº 5142).

Por esta razón algunos medios hacían regularmente campañas para atraer lectores e incrementar las suscripciones.⁵ Algunos medios se dirigían a los lectores y potenciales anunciantes en un tono pedagógico para informarles de las virtudes de los anuncios publicitarios, tal y como se puede comprobar en un editorial del *Alvorada Diaria* el 7 de noviembre de 1922:

O anuncio é como um amigo que francamente aconselha o público qual o caminho a seguir para aplicar o seu dinheiro sem prejuizo e sem exploração. O anuncio é como uma fresta, que ao abrir-se, inunda de luz um quarto que estava em completa escuridão. O anuncio é a bussola comercial que sempre indica o ponto da economia e a maneira facil de se comprar um genero sem prejuizo para o consumidor. O anuncio é uma carta aberta ao público, sem ‘excelencias’, sem ‘atentos e veneradores’, sem ‘delicadezas fraudulentas’, mas sim tratando todos fraternalmente, como o unico fim de lhes proporcionar uma lucrativa aplicação do seu dinheiro. O comerciante que sabe anunciar é como se tivesse todos os seus artigos no meio d’uma praça pública, expostos ao justo exame e apreciação dos compradores, e nesse caso, os compradores de maneira alguma, podem ser enganados, mas até patrocinados pelo vendedor (*Alvorada Diaria*, 1922, 7 de noviembre, p. 1, nº 1063).

Si se observan panorámicamente los anuncios publicados por la prensa luso-americana entre 1920 y 1940, se puede concluir que han sido decenas de pequeños comercios de varios sectores los que han contribuido a la financiación de los periódicos portugueses. Algunos son negocios que están asociados al perfil del inmigrante como cliente, como las agencias de viajes y la venta de pasajes marítimos o las oficinas bancarias para el envío de divisas. Otros tienen que ver, posiblemente, con las propias cualidades profesionales o empresariales de los inmigrantes: funerarias, peluquerías, tipografías, panaderías, mercerías, tiendas familiares, empresas de fontanería, bares y toda clase de pequeños comercios, abiertos con nombres en portugués y que ofrecían productos portugueses para atraer, sobre todo, a los inmigrantes oriundos de Portugal. Y en una tercera categoría entrarían los anuncios de modestas pero pujantes fábricas en nichos empresariales concretos asociados a la comunidad, como el caso de la industria lechera de California o las factorías de “linguiça” en Nueva Inglaterra.

Uno de los patrocinadores más relevantes de este tipo de periodismo era la industria

⁵ A *Alvorada* desarrolló en 1924 una intensa campaña para aumentar el número de suscriptores ofreciendo una rebaja en el precio anual y regalando una bandeja valorada en 3 dólares.

naviera, que había convertido la inmigración en su principal fuente de ingresos. En 1926, existía en Nueva Inglaterra una Associação de Agentes Portugueses de Vapores, cuyo presidente era John T. Marshall y su secretario Manuel P. da Rosa, con sede en Warren (R. Island), y estaba integrada por una veintena de profesionales que operaban en 14 localidades: New Bedford, Fall River, Boston, Cambridge, Ludlow, Taunton, Lowell, Plymouth, Providence, Warren, Valley Falls, Pawtucket, Newport y Stonington.⁶ Entre otros medios impresos, la asociación de agentes de navegación publicaba anuncios en el *Alvorada* de Guilherme Machado Luiz, que consiguió ampliar y extender sus propios negocios utilizando su periódico para realizar campañas publicitarias sobre sus servicios marítimos y bancarios.⁷ En 1922, Guilherme M. Luiz ofrecía pasajes en barco de la Fabre Line para la ruta Azores-Lisboa, con salidas en Providence, Boston y New Bedford, en los buques “Asia”, “Providence”, “Braga”, “Patria” y “Madonna”, cuyos anuncios informaban que la travesía marítima duraba 6 días a las islas y 9 a la capital portuguesa.⁸

La vocación empresarial y la visión de negocio de Guilherme M. Luiz se manifestó también a través de sus diversas iniciativas comerciales, que se extendieron mas allá de la venta de pasajes y el envío de divisas.⁹ En marzo de 1925, organizó una campaña para promocionar su periódico ofreciendo una suscripción anual con un seguro de accidentes y enfermedad por 10 dólares. Mediante cifras estadísticas, el anuncio explica la necesidad perentoria de contratar el seguro a los lectores:

Mais de três milhões de pessoas se encontram doentes cada dia, e pode muito bem dar-se ao caso de algum dia vós serdes um destes milhões. Somente por automóveis são feridas mais de 500.000 pessoas cada ano. Os automoveis matam mais de 50 pessoas por dia. Por tanto, não deveis demorar-vos em proteger-vos (*A Alvorada*, 1925, 25 de marzo, p. 3).

La popularización de la radio entre los inmigrantes Portugueses en los años treinta (Pena-Rodríguez, 2020b) alimentó nuevas dudas sobre la viabilidad económicas de algunos periódicos. Inicialmente fue un acontecimiento celebrado por los líderes de opinión de la colonia portuguesa porque creían que contribuiría al desarrollo de la comunidad y de la cultura lusófona en Estados Unidos. Sin embargo, no todos vieron la expansión de la radio como una ventaja. Algunos editores de periódicos interpretaron la irrupción del nuevo medio como una amenaza a su supervivencia. La seducción de los inmigrantes por las emisiones radiofónicas hizo temer a algunos medios impresos un drástico descenso de lectores y una consiguiente

6 *Alvorada*, 5 de agosto de 1926, página no visible.

7 Véase, por ejemplo, en *Alvorada*, el anuncio de 9 de septiembre de 1920: “Guilherme M. Luiz. Banqueiro e Agente de Companhias de Navegação”. Sin paginar.

8 “Fabre Line”. *Alvorada*, 25 de febrero de 1922, sin página.

9 “Servindo A Colonia há 25 Anos. *Diario de Noticias*, 2 de mayo de 1934, p. 3.

pérdida de ingresos publicitarios, su principal medio de vida. La rápida penetración de la radio entre el público inmigrante hizo que algunos periódicos se resintieran de su pérdida de popularidad y liderazgo criticando los programas y presentadores radiofónicos de la colonia portuguesa, a los que acusaban de “maltratar” el idioma portugués. Una de las cabeceras que más juzgó las emisiones radiofónicas fue el periódico satírico de Sacramento *A California Alegre*, que trató de deslegitimarlas y desacreditarlas atacando el modo que tenían algunos locutores de hablar en portugués, pronunciado de una manera “mestiça e vergonhosa”, en un estilo y una forma de narrar “quase africano”.¹⁰

Cuando el miedo a la radio se fue disipando, algunos periodistas que trabajaban en la prensa, al ver las oportunidades profesionales que ofrecía el nuevo medio, decidieron probar suerte en las ondas. Uno de los más famosos fue Affonso Gil Ferreira Mendes, que mientras trabajaba para el diario *O Popular* (Mass.) realizaba la sección radiofónica “A Voz de Portugal”, emitida desde New Bedford a partir de julio de 1933.¹¹ Ante el poder informativo y persuasivo de la radio y su pujanza como plataforma de negocio, hubo periódicos portugueses que hicieron de la necesidad virtud y, para mantener la fidelidad de sus lectores y captar nuevas audiencias, patrocinaron sus propios programas radiofónicos, como hizo el semanario *Jornal Português*, que en 1940 inauguraría en Santa Rosa (Cal.) la “Hora de Arte Radiofónica”, transmitido a través de la emisora KSRO.¹²

Diplomáticos y periodistas, una relación compleja

La mayoría de los editores y periodistas inmigrantes sentían que en su trabajo informativo estaba implícita su vocación de servicio público hacia sus compatriotas, que necesitaban tanto como ellos el aliento espiritual que proporcionaba un periódico en portugués para crear un verdadero sentimiento de comunidad. Sin embargo, la libertad con la que podían desarrollar su trabajo, sin censuras, sin escribir al dictado de ninguna orden política, como ocurrió en Portugal en varios períodos, no era del agrado de algunos representantes consulares del gobierno portugués. Tal era la animadversión de algunos diplomáticos hacia el periodismo que realizaban los inmigrantes, que el cónsul en Boston llegó a proponer al gobierno en 1934 la creación de un gran diario portugués promovido por el Estado Novo para liberar a la colonia de la “nefasta influência” de este tipo de prensa, a la que atribuía muchos de los males que padecía la comunidad luso-americana.¹³

10 “Falar Bem Português”. *A California Alegre*, 23 de mayo de 1936, p. 4.

11 “A Voz de Portugal”. *Diário de Notícias*, 25 de septiembre 1933, p. 2.

12 “Novo programa de radio”. *A California Alegre*, 1 de noviembre 1940, p. 2.

13 Arquivo Histórico Diplomático de Lisboa (Ministério dos Negócios Estrangeiros). Embaixada de Portugal em Washington. Caixa nº 36. “Inquérito Consular sobre a situação das colónias portuguesas no estrangeiro”. Respuesta del cónsul en Boston, 12 de septiembre de 1934.

Los cónsules portugueses en Massachusetts y Rhode Island ya habían intentado poner en marcha esta idea adquiriendo en los años veinte en semanario *O Independente*, pero no tuvo el éxito esperado.¹⁴ Según el que fuera editor del *Luso-Americano*, Vasco Jardim, el proyecto había sido diseñado por el entonces cónsul en Boston Eduardo de Carvalho, que fue duramente atacado por *O Popular*, entonces el semanario portugués más reconocido en Estados Unidos, en el que trabajaban periodistas como João Rodrigues Rocha, Alberto Botelho, Inácio Santos, António S. Lemos, Affonso Ferreira Mendes y el propio Vasco Jardim.¹⁵ El cónsul de Portugal en Providence, José Agostinho Oliveira, llegó a convertirse en propietario y director del *Diario de Noticias* entre junio de 1940 y 1943, pero no logró consolidar su proyecto periodístico, que acabaría vendiendo a João R. Rocha.

Tras su misión diplomática en Boston, Eduardo de Carvalho hizo un balance de su experiencia en Nueva Inglaterra y sobre la situación de la comunidad portuguesa en Estados Unidos a través de la edición de una serie de textos de género epistolar inspirados en artículos publicados entre 1926 y 1927 en *O Colonial* de Falmouth (Mass.), reunidos en un libro titulado *Os Portugueses na Nova Inglaterra*, editado en 1931. En cierto modo, el diplomático luso parecía estar haciendo un ajuste de cuentas con los inmigrantes periodistas, que tradicionalmente habían sido críticos con las misiones consulares portuguesas en Estados Unidos por su falta de profesionalidad. Con frecuencia, la prensa se permitía aconsejar a los cónsules cómo debían comportarse y actuar en determinadas situaciones. El *Alvorada Diaria* señalaba, por ejemplo, el 26 de agosto de 1921:

Em toda a parte um cónsul deve ser justo, imparcial e tolerante. Na América deve ser todo isto e mais *Energico, Efficiente e Expedito*. Quando um portuguez precisa de qualquer serviço numa repartição pública da America, está acostumado a ser servido naquele momento. Venha logo ou venha amanhã são frases que ele já não está acostumado a ouvir (*Alvorada Diaria*, 1921, 26 de agosto, p. 2, nº 728).

Según Carvalho, las quejas habían llegado al punto de solicitar que el gobierno delegase en la colonia la designación de los cónsules. Este fenómeno fue definido por Carvalho como “regionalismo consular”, que describía gráficamente así: “Pois qué! — exclamam indignados — Somos tantos mil açoreanos e não temos cum cónsul açoreano? É justo que cada grupo colonial tenha o seu representante! Estamos fartos de ser mandados e explorados por meninos do Continente” (Carvalho, 1931, p. 123). El cónsul portugués cuestiona un modo de hacer periodismo irresponsable, poco riguroso y sin respetar los más elementales principios deontológicos: “sempre que há um jornal feito para dar lucro e não para semear ideias, fácilmente o

14 *Luso-Americano*, 25 de octubre de 1989, p. 39.

15 *Luso-Americano*, 25 de noviembre de 1989, p. 34.

vemos cair, em determinado momento, num inventor ou explorador de escândalos” (Carvalho, 1931, pp. 120-121).

La falta de pericia profesional y el estilo personalista de hacer periodismo provocó muchos enfrentamientos con los diplomáticos y entre editores (Gomes, 1995). La prensa luso-americana, de hecho, fue objeto de algunas denuncias por difamación. Uno de los procesos judiciales que tuvo más repercusión en el período de estudio fue iniciado en diciembre de 1929 por Abílio de Oliviera Águas, cónsul de Portugal en Providence, contra el *Diario de Noticias*, al que pidió una indemnización de 50.000 dólares por haberlo presuntamente difamado en una serie de artículos.¹⁶ Águas, que había sido depuesto por quejarse públicamente de las condiciones deplorables en las que viajaban a Estados Unidos los inmigrantes cabo-verdeanos en la compañía marítima patrocinada por la dictadura, fue objeto de una campaña en su contra por parte del diario de New Bedford, que justificó y aplaudió la decisión del gobierno de Lisboa: “Não nos surpreendeu a notícia por quanto aquele funcionário desde ha muito tempo tinha tornado necessária a sua exoneração, apesar da importância balôfa do seu apregoado patriotismo como que, em várias ocasiões pretendeu conquistar as boas graças dos pobres de espírito”, apuntaba el *Diario de Noticias* sobre su cese.¹⁷ Y añadía: “A colónia, sem dúvida, deve ainda recordar o que a imprensa colonial relatou acerca dos ‘rasgos’ de má fé e petulância que Abílio O. Águas praticou para conseguir a nomeação de cónsul de Portugal em Providence”.¹⁸

El diario de Massachusetts justificaba sus ataques al diplomático por una serie de comportamientos públicos que consideró inadecuados. Lo acusaba de haberse fotografiado “petulantemente” en el puerto de Providence con las 250 cajas de material de ayuda que los portugueses de Nueva Inglaterra habían reunido para enviar a Azores a las víctimas del terremoto de Faial. También le atribuía haber promovido una asociación comercial e industrial portuguesa, desde la que atacaba “a todo o corpo consular” de Nueva Inglaterra, y de arrogarse con impostura un rol como “leader” de la colonia luso-americana.¹⁹

Las rivalidades entre miembros de la colonia también eran aprovechadas por los periódicos para ganar audiencia. En ocasiones, las diferencias tenían que ver con asuntos relacionados con temas políticos o informativos, que podían enfrentar a los periódicos entre sí en largas polémicas. Otras veces, los enfrentamientos tenían su origen en debates entre los socios de diferentes instituciones fraternales, entre feligreses de diferentes congregaciones religiosas, entre los oriundos de las distintas islas de las Azores, o entre inmigrantes continentales e insulares. En determinados períodos históricos, especialmente entre los años

16 *Diario de Noticias*, 10 de diciembre de 1929, p. 1.

17 *Diario de Noticias*, 30 de noviembre de 1929, p. 1.

18 *Ibidem.*

19 *Ibidem.*

veinte y cuarenta, la mayoría de las polémicas tenían un trasfondo ideológico, en un contraste constante entre la política nacional portuguesa y americana.

En un tono un tanto exagerado, Eduardo de Carvalho creía que la colonia estaba indefensa frente a la actitud inmoral de algunos periódicos, que atacaban a personas anónimas, instituciones o representaciones consulares sin ningún tipo de fiscalización por parte de las autoridades locales, que por desconocimiento del portugués y por tratarse de asuntos relacionados con extranjeros, no prestaban demasiada atención. Para Carvalho, la única solución que tenían las víctimas de los artículos injuriosos o difamatorios, algunos motivados por un “delirio soez” o el “sadismo” periodístico, era traducirlos al inglés y entregarlos en el juzgado (Carvalho, 1931, p. 122).

La libertad de prensa y las políticas editoriales de los propietarios de los medios de comunicación, que pugnaban por ganarse una audiencia suficiente para poder atraer anunciantes con los que financiarse, estimulaban directa o indirectamente este tipo de dinámicas. No había prácticamente ningún asunto público polémico de la comunidad que no fuese oportunamente debatido en la prensa inmigrante. Esta situación no era exclusiva de la prensa portuguesa, sino que ha sido común históricamente entre los periódicos de otras comunidades étnicas (Joyce, 1976). Según Leara D. Rhodes, “business or not, the ethnic press transferred the home country rivalries and political disputes to the United States” (Rhodes, 2010, p. 125).

Conclusiones

El periodismo inmigrante portugués en Estados Unidos entre 1920 y 1940, realizado a través de la fundación de decenas de publicaciones periódicas en los lugares donde había núcleos de población suficientemente numerosos para atraer una audiencia que financiara los proyectos periodísticos, sobre todo en los Estados de Massachusetts y California, fue un fenómeno asociado de la masiva llegada de inmigrantes a principios del siglo XX y su necesidad por estar informados en su propia lengua, pues la mayoría no entendían el inglés. En este período se fundaron dos de los periódicos de mayor relevancia e influencia en la historia del periodismo luso en Norteamérica, el *Diario de Noticias*, de New Bedford, editado entre 1927 y 1973, y el semanario *Jornal Português*, publicado en Oakland desde 1932 hasta 1997.

El discurso informativo de este tipo de periódicos le dio voz a los inmigrantes en Estados Unidos y contribuyó a desarrollar un sentimiento de cohesión y pertenencia a la comunidad. Muchos periodistas inmigrantes sintieron que en su tarea como informadores estaba implícita una función de servicio público que, sin embargo, no era suficientemente reconocida por sus lectores, la mayoría con escasa formación, que no comprendían el esfuerzo que para ellos representaba publicar cada número de periódico.

Para poder sobrevivir, algunos editores recurrían con frecuencia a agitar polémicas y

debates sobre temas políticos o asuntos relacionados con las instituciones fraternales o con el rol de los diplomáticos portugueses en Estados Unidos con el fin de ganar audiencia y atraer anunciantes entre los comerciantes de origen luso. A veces, eran lo propios empresarios de la comunidad los que fundaban algún periódico con el propósito de promocionar sus negocios entre los inmigrantes, como fue el caso de *A Alvorada* de Guilherme Machado Luiz.

Uno de los asuntos que recurrentemente era objeto de discusión, era el mal uso del portugués o la renuncia a aprenderlo por parte de los hijos de los inmigrantes. La lengua portuguesa era para los periódicos inmigrantes una herramienta esencial a preservar y estimular porque, además de ser el vínculo más importante con su cultura y ser un poderoso instrumento de consenso y defensa de sus tradiciones, de su empleo regular por la comunidad inmigrante dependía la supervivencia de este tipo de periodismo. Todos estos rasgos configuraron un ecosistema informativo singular en el que surgieron fenómenos como el “regionalismo consular”, que consistía en discutir el poder de los cónsules y reivindicar el derecho de los inmigrantes a nombrar sus propios representantes diplomáticos en Estados Unidos, de acuerdo con el modelo democrático de Estados Unidos. Así, pues, se puede concluir que este modo de hacer periodismo poseía una serie de rasgos especiales cuyo estudio permite conocer dinámicas periodísticas singulares que son un reflejo de la vida compleja del inmigrante y sus dificultades para salir adelante.

Referencias bibliográficas

- Baganha, M. I. (2009). The Lusophone Migratory System: Patterns and Trends. *International Migration* 47 (3), 5-20.
- Barrow, C. W. (ed.) (2002). *Portuguese Americans and Contemporary Civil Culture in Massachusetts*. Tagus Press, Center for Portuguese Studies and Culture-University of Massachusetts Dartmouth.
- Bartoli Langeli, A. (1996). Historia del analfabetismo y método cuantitativo. *Signo. Revista de Historia de la Cultura Escrita* 3, 87-106.
- Carvalho, E. (1931). *Os Portugueses na Nova Inglaterra*. A Leitura Colonial.
- Gomes, G. (1995). The Portuguese Language Press in California: The Response to American Politics, 1880-1928. *Gávea-Brown. A Bilingual Journal of Portuguese American Letters and Studies*, vols. XV-XVI, 5-90.
- Johnson, M. A. (2000). How Ethnic Are U.S. Ethnic Media: The Case of Latina Magazines. *Mass Communication & Society* 3 (2-3), 229-248.
- Joyce, W. L. (1976) *Editors and Ethnicity. A History of the Irish-American Press, 1848-1883*. Arno Press.
- Kessler, L. (1984). *The Dissident Press: Alternative Journalism in America. The Ethnic Press in the United States. A Historical Analysis and Handbook History*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Kowalick, J. (1978). *The Polish Press in America*. San Francisco: R&E Research Associate.
- N. W. Ayer and Son's *American Newspaper Annual and Directory* (1909). N. W. Ayer and Son.
- Pap, L. (1981). *The Portuguese-Americans*. Twayne Publishers-A Division of G. K. Hall & Co. Boston.
- Pap, L. (1987). The Portuguese Press. In S. M. Miller (Ed.). *The Ethnic Press in the United States. A Historical Analysis and Handbook* (291-302). New York-Westport-Connecticut-London: Greenwood Press.
- Park, Robert E. (1922). *The Immigrant Press and Its Control*. New York: Harper and Brothers Publishers.
- Pena Rodríguez, A. (2020). The American dream in the airwaves. The beginnings of the Portuguese radio in the United States. *Communication & Society* 33 (1), 153-167. Doi: <https://doi.org/10.15581/003.33.1.153-167>.
- Pena Rodríguez, A. (2020). *News on the American Dream. A History of the Portuguese Press in the United States*. Tagus Press at the University of Massachusetts Dartmouth, Portuguese in the Americas Series nº 27.
- Pena Rodríguez, A. (2019). El periodismo portugués en California. Notas históricas sobre el *Jornal Português de Oakland* (1932-1997). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (1), 443-457. Doi: <https://doi.org/10.5209/ESMP.63739>.
- Ponte, L. (2014). Percursos Identitários na Diáspora Açoriana: O *Jornal Açores-América* (1903). *Interdisciplinary Journal of Portuguese Diaspora Studies* 3 (1), 221-246.
- Proença, M. C. (1996) Analfabetismo. In Fernando Rosas, and J. M. Brandão de Brito (Eds.) *Dicionário de História do Estado Novo*. vol.1 (143-147). Bertrand Editora.
- Vaz, A. M. (1965). *The Portuguese in California*. Oakland (Ca.): IDES Supreme Council.
- Rhodes, L. D. (2010). *The Ethnic Press. Shaping the American Dream*. Peter Lang.
- Wittke, C. F. (1957). *The German Language Press in America*. University of Kentucky Press.