

Presentación de
La Aljaba. Dedicada al bello sexo argentino
(1830-1831)

Directora y única redactora: Petrona Rosende de Sierra (no firma)
Lugar de edición: Ciudad de Buenos Aires
Fecha de publicación: 19 de noviembre de 1830 al 14 de enero de 1831
Cantidad de números: 18
Frecuencia: quincenal
Editor: Imprenta del Estado

La Aljaba o el ADN de la prensa de mujeres

Por María Vicens

La Aljaba encuentra su lugar en la historia argentina a partir del hito: es recordada, ante todo, por haber sido la primera publicación periódica destinada al público femenino dirigida por una mujer. Fundada el 16 de noviembre de 1830 por Petrona Rosende de Sierra, se publicó de manera bisemanal durante dos meses, hasta el 14 de enero de 1831. Esta breve existencia —18 números en total— no le quita sin embargo su importancia desde el punto de vista historiográfico: más allá del hito en sí, recorrer *La Aljaba* nos permite identificar algunos de los debates fundamentales que interpelaban a las mujeres de la época, así como los argumentos y estrategias a los que recurrieron las primeras publicistas para intervenir en la esfera pública, legitimar su discurso y lidiar con los ataques que recibían cuando osaban alzar la voz en público. En *La Aljaba* encontramos el ADN de esa voz escrita *por y para* mujeres que fue encontrando múltiples inflexiones, núcleos de sentido, desafíos y “tretas del débil” (Ludmer, 1985) a lo largo del siglo XIX. En lo que sigue intentaré mapear algunas de estas cuestiones para bosquejar un panorama general de la publicación.

Si bien *La Aljaba* es una referencia obligada en la bibliografía dedicada a reconstruir la historia de la prensa argentina destinada al público femenino, poco se sabe en realidad sobre las circunstancias en las que fue creada. Néstor Auza (1988), Francine Masiello (1994, 1997), Lily Sosa de Newton (1996, 2000), Graciela Batticuore (2005, 2017) e Inés de Torres (2013) han analizado sus rasgos principales, las polémicas que suscitó su aparición y su lugar en la historia desde distintas perspectivas críticas, pero la impronta de su directora y las razones que la llevaron a fundar *La Aljaba* persisten como interrogantes.¹ ¿Qué inspiró a Rosende, recién llegada a la ciudad junto a su marido, José Agustín Sierra, desde Montevideo a aventurarse en semejante empresa? ¿Por qué quiso fundar un periódico “dedicado al bello sexo”, como se anuncia desde la portada? ¿Cuáles habrán sido sus expectativas sobre el éxito de la publicación? ¿Cómo habrá concebido sus contenidos en relación con otras publicaciones que en ese momento circulaban en Buenos Aires?

Los hitos siempre se reconstruyen *a posteriori* y de manera proyectiva (*La Aljaba* es pensada como el eslabón que inicia una genealogía de publicaciones dirigidas por mujeres en los años por venir), pero el proyecto de Rosende no debe haber sido gestado con esa premisa o, por lo menos, nunca visibiliza esa intención fundacional. Por el contrario, la atención del periódico se enfoca más bien en hacerse un lugar dentro del universo periodístico de ese momento, ganar suscriptores, sobrevivir embates (discursivos y prácticos), articular un discurso capaz de seducir a un sector incipiente del público, como el de las lectoras. Para entender de un modo más ese universo y cómo se posicionó Rosende ante él, es necesario detenerse, aunque sea brevemente, en el escenario

¹ Antonio Zinny (1869) indica que Rosende se exilió en Buenos Aires junto a su marido durante la dominación luso-brasileña, a principios de la década de 1830. Durante ese período, se publica *La Aljaba* y, un poco más adelante en el tiempo, los tres tomos de *El Parnaso Oriental o Guirnalda poética de la República Uruguaya* (1835-1837) en los que Rosende participa con algunos poemas. La pareja regresaría a Montevideo algunos años después, donde la publicista se dedicó a la docencia. Eventualmente, ya viuda y en una precaria situación económica, reclamó al Estado uruguayo una pensión por las contribuciones de su marido (quien había participado del proceso independentista) y sus hijos (ambos fallecidos en las guerras civiles) a la patria. Esta fue otorgada en 1862, seis meses antes de su muerte, el 28 de enero de 1863. Para un análisis detallado de *El Parnaso Oriental*, véase *¿La nación tiene cara de mujer? Mujeres y nación en el imaginario letrado del Uruguay del siglo XIX*, de María Inés de Torres (2013).

político y cultural que despliega ese año tan particular en el que el matrimonio Sierra se instaló en Buenos Aires.

El año 30

Aún sacudida por los acontecimientos políticos que el asesinato de Manuel Dorrego, el posterior fracaso de la “revolución unitaria” comandada por Juan Lavalle y la designación de Juan Manuel de Rosas como gobernador de la provincia de Buenos Aires habían desatado tanto a nivel local como nacional, el clima de la ciudad a la que llegó el matrimonio Sierra era de recambio, y la prensa funcionaba como una caja de resonancia de esa coyuntura. No solo porque el ascenso al poder de Rosas implicó el cierre de periódicos opositores y la aparición de otros que lo apoyaban abiertamente (Beltrán, 1943), sino también porque la prensa fue uno de los dispositivos fundamentales a través del cual tanto el rosismo como sus opositores consolidaron identidades colectivas vinculadas con sus respectivas facciones políticas durante los años subsiguientes (Myers, 1995). A periódicos de perfil más tradicional, como *La Gaceta Mercantil* (1823-1851) o *El Lucero* (1829-1833), se suman ese año de 1830 otros de corte faccioso, como el unitario *Mártir o Libre* (1830), las primeras publicaciones de Luis Pérez destinadas a sectores populares del público –*El Gaucho*, *El Torito de los Muchachos*, y *El Toro del Once*, todos de 1830–, así como proyectos más distanciados de la arena política, entre los cuales se encontraban algunos periódicos que buscaron interpelar a las lectoras de manera específica, como *La Argentina* (1830-1831), de Manuel de Irigoyen, y *La Aljaba*.

En este contexto, tanto la nacionalidad de Rosende como la actitud manifiesta que adoptaría *La Aljaba* ante el enfrentamiento entre unitarios y federales perfilan una posición “neutral” en un clima político sumamente polarizado. De hecho, esta debía ser la posición de las mujeres en general, según el periódico: eran ellas quienes debían ejercer una influencia benéfica que acercara a las partes. En el artículo “Deber de las damas argentinas con respecto á la sagrada causa y engrandecimiento de su patria”, se señala:

Como citar: Vicens, María. “La Aljaba o el ADN de la prensa de mujeres”. En Ahira (Archivo Histórico de Revistas Argentinas) www.ahira.com.ar - ISSN 2618-3439. Buenos Aires, junio de 2022.

¡Sexo influyente! Ha llegado el momento más crítico, y mas oportuno para manifestar lo que podeis sobre el corazón de los hombres. ¡Argentinas de todos los pueblos del interior! Con vosotras hablo, compatriotas cordobesas, tucumanas, salteñas, satigueñas, y todas, unid vuestros ruegos con las porteñas; postrémonos ante los hombres, alzemos nuestras manos, lloremos; ... federales y unitarios queden desarmados por nuestras súplicas; y por nuestras lágrimas, sean enmohecidos los filos de sus espadas: todos llenos de un mismo sentimiento; todos poseídos de unos mismos deseos, sean presentados por nosotras en el templo de la reconciliación [...] (LA, 28/12/30: 2).

Más allá de que la alusión a la capacidad de las mujeres de *influir* benéficamente sobre los hombres para promover la paz haya sido uno de los tópicos centrales que modelaron los discursos sobre el “deber ser” femenino durante el siglo XIX, el modo en que Rosende se posiciona por fuera de las contiendas políticas locales nos permite imaginar también un público potencial en el que estaba pensando a la hora de fundar su periódico.

¿Quiénes eran esas mujeres que leen a las que busca seducir *La Aljaba*? En *Lectoras del siglo XIX*, Graciela Batticuore realiza precisamente este ejercicio de imaginación, entrecruzando la cultura visual de la época –que tiene a los retratos de lectoras de Prilidiano Pueyrredón como protagonistas– con testimonios de mujeres excepcionales, como Mariquita Sánchez de Thompson, para perfilar la impronta de la “*lectora patriota*” (2017: 45). Estas mujeres ilustradas y de cierta posición vinculada, por ejemplo, a iniciativas como la Sociedad de Beneficencia (creada en los tiempos rivadavianos), habían encontrado diversos modos de participar del proceso independentista y sus afinidades y alianzas también se verían afectadas por la lucha de facciones, pero mujeres ilustradas había tanto en las familias unitarias como en las federales. Es probable que Rosende pensara en esta lectora como modelo y viera en sus hijas potenciales alumnas, sobre todo, si se tienen en cuenta sus actividades docentes al regresar a Uruguay años más tarde y el lugar central que ocupa la educación

(específicamente, la educación de las hijas) en el periódico.² De ahí su insistencia en mantenerse al margen de estos enfrentamientos.

Sin embargo, y a pesar de que mantenerse al margen de la política facciosa pareciera ser la opción más lógica para *La Aljaba*, Rosende descubriría muy pronto que era un factor clave para su supervivencia. El 14 de enero de 1831, a solo dos meses de ser fundado, el periódico anuncia su suspensión aduciendo problemas de salud de su directora, *pero también*, debido a la situación política del país, inmerso “en un estado tal de ajitación y efervescencia, que rechaza todo otro sentimiento que tienda á distraerlos del objeto de que están ocupados” (LA, 14/1/1831: 4).³

Por otro lado, el hecho de que ese año de recambio que fue 1830 aportara, entre otras novedades, la fundación de dos periódicos que se dirigían al público femenino (y por el cual, además, disputaron abiertamente, como retomaré más adelante) introduce cierto clivaje entre el pasado revolucionario y la particular atracción que la generación romántica mostraría por las lectoras (Batticuore, 2005). Si el interés por interpelar desde la prensa a las mujeres se había manifestado tempranamente, en periódicos como *El Telégrafo Mercantil* (1801), *El Correo del Comercio* (1810) o el *Observador Americano* (1816), a partir de la ficcionalización de una voz femenina que alternaba la seriedad de sus propósitos morales con inflexiones pícaras e irónicas, estos tonos se fueron diseminando en un espectro más amplio de publicaciones durante las décadas siguientes, que involucró tanto a la prensa más tradicional –especialmente en sus “zona frívolas” y secciones de Variedades (Goldgel, 2013)– como a las matronas y comentaristas del Padre Castañeda y a la prensa “no ilustrada” (Romano, 2018) dedicada al público popular. En

² Esta posible combinación entre la docencia y la prensa permite pensar en el periódico como una plataforma, no solo para expresar las propias ideas (es decir, como un mecanismo de legitimación autoral) y reclamar por ciertos derechos, sino también como una forma de darse a conocer en la comunidad y de atraer estudiantes, lo que implicaba un ingreso monetario mucho más certero que un periódico.

³ Este clima político, que perjudica la existencia de *La Aljaba*, sería, en contraste, un elemento crucial durante todo el período rosista para pensar la proliferación de la prensa que en esos años interpeló a los sectores populares del público e incluyó a las mujeres –sumando incluso periódicos destinados específicamente a ellas, como *La Gaucha* (1831), *La Bruja* (1831) y *La Negrita* (1833)–, así como los proyectos románticos –por ejemplo, *El Museo Americano* (1835) y *La Moda* (1837)–, sus reposicionamientos ante el incremento de la violencia política y sus derivas en el exilio.

la intersección de estos mundos se iría configurando el de la prensa para mujeres, un universo donde la tensión entre *ilustrar y entretener*, propia del periodismo decimonónico, se convirtió en un aspecto crítico ante la posibilidad de que las mujeres fuesen no solo destinatarias sino también productoras de esos discursos.

Hijas obedientes, madres respetables y dignas esposas

Pese a identificar al público femenino como su principal destinatario, *La Aljaba* está lejos de mostrar el glamur visual que exhibirían las llamadas “revistas femeninas” (Beetham, 1996) que por esa época ya circulaban en Inglaterra, Francia o Estados Unidos, o incluso los periódicos ilustrados que en esos años ganaban terreno en Latinoamérica (Munilla Lacasa, Szir, Gluzman, 2013). Por el contrario, la *austeridad* es una característica de la publicación de Rosende: apenas cuatro páginas constituyen el periódico, de tamaño tabloide y organizado en dos columnas. Estas cuatro páginas incluyen una serie de secciones relativamente fijas que abordan temas considerados tradicionalmente “femeninos”, a partir de los cuales “la Editora” (Rosende nunca firma con su nombre) se propone adoctrinar a sus lectoras, es decir, “formar hijas obedientes, madres respetables y dignas esposas”, como se anuncia en su “Prospecto” (LA, s/f, s/p). Asimismo, si bien el periódico tiene una sección de “Variedades” en su última página, que incorpora poemas, acrósticos y anécdotas históricas, la prioridad de las secciones “serias” marcan el tono de la publicación.

A partir de este armado general *La Aljaba* traza algunas de las coordenadas centrales que organizarán el discurso del periodismo escrito por mujeres hasta mediados de los setenta. Este discurso, como ha analizado Francine Masiello, se enfocó en promover un “feminismo doméstico” (1997: 88) que no se oponía a la familia tradicional y destinaba a las mujeres el rol de “custodias invisibles de la nación” (76), pero sí reivindicaba la participación de las mujeres en la esfera pública y reclamaba por ciertos derechos, especialmente, la educación. La promoción de una feminidad ejemplar centrada

en la austeridad republicana, piadosa e ilustrada, que se transmitía de madres a hijas fue una de las claves sobre las que *La Aljaba* construyó su lugar de legitimación: la necesidad de *civilizar* a las madres para criarán futuros *ciudadanos* para la Nación en ciernes otorgaba al periódico una autoridad que reforzaba también sus reclamos de educación. En el primer número, Rosende abre el periódico con un artículo titulado “A mis lectores” donde, de hecho, se describe este ideal femenino que *La Aljaba* pretende promover:

La muger que recibe un educación moral, y la practica debidamente, es, digámoslo así, un templo en el qué moran todas las virtudes: ella sera prudente sin afectacion; afable sin familiaridad; honesta sin hipocresia; ingenua y candorosa, sin necesidad; silenciosa sin vanidad; humilde sin bajeza; compasiva y humana, sin ostentación; honrada sin orgullo; por último la muger moral es un tesoro inapreciable: siendo moral, es por necesidad instruida; porque, las virtudes no se adquieren sin que la instruccion las guie [...] (LA, 16/11/1830: 1)

El universo que construye el periódico sigue así los lineamientos clásicos del período posrevolucionario europeo, que procuró “devolver” a las mujeres al hogar a partir de una repartición clara de roles en las esferas pública y privada. Esta división, asociada además al ascenso de la burguesía (no tener que trabajar devino una marca de clase que empezó a exceder a la aristocracia involucrando específicamente a las mujeres), se cifró en la imagen del “ángel del hogar” y la postulación de que la función social de las mujeres radicaba, como mencioné en el apartado anterior, en su capacidad de *influir* positivamente en su entorno debido a su supuesta superioridad moral. Un repliegue similar ganará fuerza en el contexto argentino, luego de los sorpresivos (y excepcionales) espacios de participación que habían suscitado el proceso independentista y las guerras civiles (pensemos en figuras como Juana Azurduy, María Remedios del Valle, Mariquita Sánchez o Encarnación Ezcurra), y este se extendería con diversos vaivenes hasta el período de consolidación nacional (1862-1880). Lejos de rechazar este ideario, las mujeres que se dedicaban a las letras se hicieron eco de sus premisas y reclamaron para sí esa esfera privada que les era destinada. En la apropiación de ese mundo de los afectos, encontraron una vía para legitimar su derecho a escribir y, a menudo, repolitizaron esta

esfera, ya sea exhibiendo la labilidad de esa división o bien convirtiendo a través del periodismo los “temas femeninos” en asuntos de debate público. Este vaivén se observa en *La Aljaba*, tanto por los modelos femeninos que promueve, como en la elección de sus contenidos.

El periódico se divide en una serie de temáticas relativamente fijas, con títulos de carácter general, sin relación con la coyuntura (salvo algunas excepciones puntuales). A medio camino entre la sección y el artículo en serie, sus títulos – “Religión”, “Amor a la patria”, “Felicidad de las señoras”, “Beneficencia”, “Educación”, “Consecuencias del lujo”, “Amistad”– funcionan como los núcleos temáticos del periódico, desplegándose a menudo a lo largo de varios números. Los artículos/secciones adoptan así la forma de una como una correspondencia entre la directora de *La Aljaba* y sus lectoras, que se acerca más por su tono y sus temáticas a los populares manuales de señoritas de la época, que a la idea de un periódico que dialogue con la coyuntura y en el que intervengan múltiples voces (pertenezcan todas al editor o no). De hecho, la idea de que *La Aljaba* muestre *una sola voz* que funcione como guía de las lectoras es explicitada, cuando, en respuesta a un ofrecimiento de colaboración, Rosende contesta: “El Sr. remitente sepa que la Aljaba no tiene colaboradores porque no los necesita para decir la verdad sencillamente” (LA, 7/12/30: 4).

Lo que me interesa destacar con esta breve descripción son los elementos que, creo, deben haber sido fundamentales para Rosende a la hora de configurar un lugar propio en la escena periodística porteña de comienzos del treinta y, en este punto, tanto sus destinatarias específicas como la seriedad de los propósitos de su directora son los dos pilares sobre los que se construye su discurso. En un mundo donde la ficcionalización de las voces femeninas proliferaba y crecía el entusiasmo por la prensa ilustrada, a *La Aljaba* le interesa, ante todo, evitar que sus contenidos sean tomados como mero entretenimiento. Quiere ser tomada *en serio* y en este gesto adusto reside, paradójicamente quizás, su mayor rebeldía.

Melifluas flechas de verdad

Si *La Aljaba* es el primer eslabón de una cadena que enhebra a la prensa escrita por y para mujeres a la largo del siglo XIX argentino, se podría afirmar que ese ADN asoma desde sus inicios y que se organiza alrededor de dos ideas que, a primera vista, parecen contradictorias: la modestia y el desafío. En el “Prospecto” aparecen ambas nociones, ya que, por un lado, el periódico asegura que “no pisará los umbrales dó moran las opiniones encontradas; estará sí dentro de la órbita de su deber” (s/f: s/p); mientras que, por otro, asume su carácter disruptivo por el solo hecho de existir y levantar la voz en público. La presentación cierra con unos versos que afirman: “[...] en su bondad confiando, / Espera ser escuchada, / No aplaudida: porque en ello / No está ambición fijada. / Ahora aspira a ser leída / Y en otro tiempo apreciada” (s/p). Esta intención, se asume, provocará además críticas, como también se prevé en el “Prospecto”. *La Aljaba*, asegura su directora, “no teme á la mordacidad, desprecia las invectivas y sátiras de los que se declaren sus enemigos” (s/p); es decir, presupone un adversario a quien se desafía y contra el cual se organiza y construye su discurso.

Los elementos que integran el frontispicio la portada apuntalan esta idea. La única ilustración que incluye *La Aljaba* es la de una mujer, vestida con un peplo griego y recostada en un campo, que pulsa una lira. Tanto la imagen como el nombre de la publicación (la aljaba es un receptáculo que guarda flechas) se pueden vincular con la figura de Artemisa, la diosa griega de la caza, los nacimientos, la virginidad y las doncellas, conocida por aliviar las enfermedades de las mujeres. A esta imagen y al título se suma, además, un epígrafe que reza: “Nos libraremos de las injusticias de los demás hombres, solamente cuando no existamos entre ellos”. Estos tres elementos que se repiten número tras número, junto con su interpelación directa a las lectoras, dan cuenta de ese doble movimiento que va a inaugurar la publicación de Rosende: el mensaje del periódico se identifica con la moral y se centra en promover una concepción más bien tradicional del “deber ser” femenino (se necesita ilustrar a las mujeres para que sean buenas hijas, madres y esposas), pero su posicionamiento es disruptivo desde un primer momento

porque presupone la confrontación como una herramienta discursiva central. *La Aljaba* lanza “flechas empapadas en el melifluo licor de la verdad” (LA, 19/11/1830: 2), asegura su directora. Es una guerrera, una cazadora que lucha por y para las mujeres.

Esta veta se expresa abiertamente en una temática específica respecto de la cual el periódico adopta un tono más aguerrido, de debate. Mientras que en la mayoría de las secciones se aconseja a las mujeres ser conciliadoras y modestas, a la hora de referirse a la educación, *La Aljaba* asume una posición que se aparta de esa pose. Ya en el primer artículo sobre este tema, “Educación de las hijas”, la redacción se crispa:

Entre los infinitos daños graves que nos causaron nuestros tiranos opresores, deben contarse sin duda alguna, como el mayor y de mas trascendencia á toda la América, el gran sistema que habían adoptado sobre la educacion de ambos séxos, en particular, y en general; pero donde mas resaltaba su oposicion era sobre las hijas: ellos las prohibían hasta saber las letras del *alfabeto*: decían con la elocuencia de sus mas fuertes razones, que las mujeres que sabían leer y escribir *eran las que se perdían*, etc., etc... ¿Puede un hombre manifestar de un mejor modo su estupidez? (LA, 23/11/1830: 1)

La crítica rápidamente se convierte en una bandera del periódico, ya que en su número siguiente la columna “Educación” adquiere un tinte específico, al iniciar una serie de artículos titulada “A los que se oponen á la instrucción de las mugeres”. De este modo, *La Aljaba* cambia de una posición defensiva a otra de ataque, a partir de la cual el tono de la revista abre el juego a la indignación (“¿Hasta cuándo se verá el sexo femenino sumido en la obscuridad en que lo encerro el sistema opresivo de los que le negaban los conocimientos mas sencillos?”, exclama en el cuarto número [LA, 26/11/1830: 1]), el insulto y la denuncia. En el quinto número, Rosende vuelve a la carga contra “[e]sos señores, que se han hecho dueños de cuanto creó Dios” y que “todo lo han acomodado al molde de sus deseos y pasiones” (LA, 30/11/1830: 2). Y aún más adelante, en su número diez, señala: “No se cansará la Aljaba de dirigir sus flechas sobre los enemigos que se presentan al logro de fines tan laudables: ella levantará la débil voz hasta conseguir

hacerse oír en el fondo del corazón de las personas que deben y pueden influir y cooperar en la realización de sus más caros deseos” (LA, 17/12/1830: 1).

Aquellas flechas “empadadas en el melifluido licor de la verdad” que en su segundo número Rosende pretendía introducir “dulce y suavemente en los corazones del sexo argentino” (LA, 19/11/1830: 2) devienen flechas que se dirigen a los enemigos y que no evitan los tonos más ásperos del debate. Las quejas e invectivas alejan a *La Aljaba* de ese ideal femenino humilde, candoroso, ingenuo y silencioso que el propio periódico defendía, e inaugura en este punto ese juego entre la moderación y el desafío que se observará en la prensa escrita por mujeres de las décadas siguientes como denominador común. Periódicos como *La Camelia* (1852), de Rosa Guerra, *Álbum de Señoritas* (1854) y *La Siempre-Viva* (1864), de Juana Manso, *La Alborada del Plata* (1877-1878/1880), de Juana Manuela Gorriti, e incluso aquellos dirigidos por hombres pero modelados por la participación femenina, como *La Ondina del Plata* (1875-1881), de Luis Telmo Pintos, y *El Álbum del Hogar* (1878-1887), de Gervasio Méndez, trabajaron sobre esa misma dualidad de diversos modos, promoviendo múltiples figuraciones de la ejemplaridad femenina (la madre republicana, el ángel del hogar, la joven risueña) al mismo tiempo que hacían lugar a los costados más ásperos de ese universo femenino, donde las voces femeninas lograban quebrar ese corset discursivo y se permitían quejas, ironías y críticas (Vicens, 2020). En este universo irán ganando terreno la sátira y la ficcionalización – sobre todo en la prensa para mujeres de mediados de los setenta en adelante –, pero en ese es un límite que Rosende no está dispuesta a cruzar. De hecho, será un aspecto central en la única polémica a la que el periódico decida poner nombre y apellido.

Invasiones plebeyas

A pesar de que *La Argentina* es aludida como una competidora desde un comienzo (el “Prospecto” se detiene en explicitar que *La Aljaba* fue pensada antes, si bien tuvo que salir después por retrasos en la Imprenta del Estado), Rosende optará por atenuar hasta último momento un conflicto que, del otro lado se explota a partir de todos los tópicos

clásicos de la sátira vinculados con la autoría femenina, como la pedantería, la ridiculez y la ignorancia. Disfrazado en la voz de una consejera que se dirige a las lectoras, Manuel de Irigoyen ataca el tono moralista y religioso de *La Aljaba* desde una posición más “liberal” que, como ha analizado Graciela Batticuore, “lejos de invocar como aquella a la bondad o al sacrificio femenino apela a la razón, la astucia, el cálculo de las mujeres para enderezar y domesticar a los hombres” (2005: 120).

Esta posición más “de avanzada”, podría pensarse, exhibe sin embargo su costado reaccionario en los argumentos que esgrime para atacar a Rosende. En lugar de discutir las ideas de *La Aljaba*, *La Argentina* rápidamente lleva la discusión al terreno de la censura: acusa a su directora de no saber escribir, no conocer las formas poéticas. Se burla de su supuesta ignorancia y, en esa burla, codifica la decisión de Rosende de publicar como una “invasión”:

Algunos escritores ajenos de vocación hacían bastante mal con su prosa a nuestra naciente literatura; cuando repentinamente aparece una turba de copleros chirles y hebenes que llevando aún más allá su osadía, quieren asaltar al parnaso, y enturbiar las fuentes de sus cristalinas aguas con inmundas producciones. (*La Argentina*, 9/1/1831: 10)

Así, ese desacuerdo entre *La Argentina* y *La Aljaba* sobre el mejor modo de formar lectoras ilustradas (que sin duda esconde una competencia por el mismo público) deviene en la mirada satírica de Irigoyen un conflicto sobre el derecho a escribir de las mujeres. Un conflicto que, además, se extiende y generaliza al punto de ser calificado de “invasión”. Quienes no tienen el conocimiento necesario para escribir, publicar, adoctrinar “asaltan” el parnaso literario con sus “inmundas producciones”. Si bien está claro que el gesto de horror sobredimensiona lo que en ese momento es una excepción (las mujeres que escriben y publican), la reacción de Irigoyen no deja de ser sintomática, sobre todo, cuando se amplía el espectro periodístico y se vincula la aparición de esa voz femenina que es *La Aljaba* con otras voces que emergen en esos comienzos de los treinta de la mano de la prensa “no ilustrada”, como las gacetas de Pérez. Porque, más allá de

que estos proyectos tengan filiaciones y discursos sumamente diferentes hay un rasgo que comparten: son voces “advenedizas”, que carecen del capital cultural suficiente para intervenir en la esfera pública.

Ante estos ataques constantes de *La Argentina*, la estrategia de *La Aljaba* será el repliegue. No se sumará al juego satírico de la polémica y los sobreentendidos, sino que evitará responder de frente los ataques de Irigoyen hasta el último número. Y cuando lo haga, el tono será de indignación, sin atisbos de jocosidad. Es más, será la precisamente la ficcionalización que pase a estar en el centro de la discusión. En ese número de despedida, Rosende dará rienda suelta a su enojo al apuntar contra “ese papelucho dominguero, falsamente nombrado *La Argentina*” (LA, 14/01/1821: 2) y subrayar: “Nadie *insulta* mas al Sexo Argentino, que él que no se pone polleras, para con ellas cubrir los *calzones*, y á título de *mujer* merecer consideraciones y respetos *que sabe* no le rendirán *aquellos*” (2-3). Si el argumento que esgrimía Irigoyen era la supuesta falta de preparación de Rosende, ella recogerá el guante y apuntará contra aquellos que *hablan por las mujeres* y usan ese “como si” de la ficción para burlarse de ellas, vedarles la entrada al parnaso literario. Es allí, en ese gesto de rechazo de la sátira, donde se observa la resistencia de Rosende negociar esa bandera desde donde legitima su discurso de guerrera: sus flechas con el “melifluo licor de la verdad” podrán ser moralistas, pero no dejan de encarnar, por el simple hecho de existir, el carácter disruptivo de su presencia. Y ese carácter disruptivo es, también, un elemento central de ese ADN que construyendo la prensa argentina de mujeres a lo largo del siglo.

María Vicens

mavicens@gmail.com

Bibliografía

- Auza, N. T. (1988). *Periodismo y feminismo en la Argentina, 1830-1930*. Buenos Aires: Emecé.
- Batticuore, G. (1830). *La mujer romántica. Lectoras, autoras y escritores en la Argentina, 1870*. Buenos Aires: Edhasa.
- Batticuore, G. (2017). *Lectoras del siglo XIX: imaginarios y prácticas en la Argentina*. Buenos Aires: Ampersand.
- Beltrán, O. R. (1943). *Historia del periodismo argentino. Pensamiento y obra de los forjadores de la patria*. Buenos Aires: Sopena.
- Beetham, M. (2003). *A magazine of her own?: domesticity and desire in the woman's magazine, 1800-1914*. New York: Routledge.
- de Torres, M. I. (2013). *¿La nación tiene cara de mujer?: mujeres y nación en el imaginario letrado del Uruguay del siglo XIX*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Goldgel, V. (2013). *Cuando lo nuevo descubrió América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Ludmer, J. (1985). "Tretas del débil", *La sartén por el mango*. Río Piedras: Ediciones Huracán, 47-54.
- Masiello, F. (comp.) (1994). *La mujer y el espacio público el periodismo femenino en la Argentina del siglo XIX*. Buenos Aires: Feminaria.
- Masiello, F. (1997). *Entre civilización y barbarie. Mujeres, nación y cultura literaria en la Argentina moderna*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora.
- Munilla Lacasa, M. L., Szir, S. M., y Gluzman, G. G. (2013). "Multiplicación de imágenes y cultura visual: Bacle y el arribo de la litografía a Buenos Aires (1828-1838)". Separata, Universidad Nacional de Rosario. Facultad de Humanidades y Artes, 2013. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11336/92203>.
- Myers, J. (1995). *Orden y virtud. El discurso republicano en el régimen rosista*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Romano, M. L. (2018). *Monstruos de la razón: periódicos no ilustrados en la región platina (1820-1830)*. Tesis de doctorado. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <http://157.92.88.55/handle/filodigital/10020>.
- Sosa de Newton, L. (1996). "¿Por qué *La Aljaba*?". *La Aljaba. 2da época*, Universidad Nacional de Luján, 1(1). Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/278/27800102.pdf>.
- Sosa de Newton, L. (2000). "Cien años de periodismo". En: Gil Lozano, F., Pita, V. S. e Ini, M. G., *Historia de las Mujeres en la Argentina*, vol. 1. Buenos Aires: Taurus.
- Vicens, M. (2020). *Escritoras de entresiglos: un mapa trasatlántico: autoría y redes literarias en la prensa argentina (1870-1910)*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- Zinny, A. (1869). *Efemeridografía argirometropolitana hasta la caída del gobierno de Rosas*. Buenos Aires: Imprenta del Plata.