



FILO:UBA
Facultad de Filosofía y Letras
Universidad de Buenos Aires

A

Presentación : Dossier: mujeres en red: lectoras y escritoras en la prensa argentina del siglo XX

Autor:
Batticuore, Graciela

Revista
Mora

2011, N°17, pp. 31



Artículo



FILO:UBA
Facultad de Filosofía y Letras

FILODIGITAL
Repositorio Institucional de la Facultad
de Filosofía y Letras, UBA

Presentación

Graciela Batticuore*

En el marco de las conocidas transformaciones que impulsó el contexto del Centenario en la Argentina—expansión de la industria cultural, sociedad de consumo, ingreso del país al mercado mundial, emergencia de los primeros reclamos cívicos y de participación ciudadana para la mujer: en 1912 se realiza el primer Congreso Feminista—, el modelo de *la mujer lectora* se impuso como una realidad cada vez más tangible, que encontró sus mejores exponentes ya no tan solo entre las damas porteñas de la elite sino entre los sectores de capas medias y populares a las que iban destinadas las publicaciones periódicas y los magazines ilustrados que inundaron la plaza porteña en las primeras décadas del siglo XX. *El pasaje de la lectura a la escritura femenina*, del que habían dado cuenta tantas “publicistas”, “autoras” y “editoras” a lo largo del siglo XIX (desde la aparición de *La Alfaba* en 1830 hasta la publicación de *El Búcaro Americano* en 1896, por situar tan solo dos emergentes), se legitima en las primeras décadas de la nueva centuria como una práctica cultural arraigada entre las mujeres. De tal modo que también ellas se reconocen por entonces como destinatarias de una suerte de slogan que recorría la prensa popular del período, predicando que “cualquier puede escribir”: de esta certeza daban cuenta innumerables certámenes literarios auspiciados por campañas publicitarias de productos destinados al consumidor (cigarrillos, galletitas, etc.) que invitaban a lectores y lectoras a cruzar sin resquemores la débil frontera que va de la recepción al autor.

Los trabajos de esta sección parten de ese horizonte temporal que se abre con el siglo XX y se extienden hasta el ocaso del peronismo y el advenimiento de la última dictadura militar, analizando ejemplos concretos de publicaciones periódicas y revistas para mujeres que contribuyeron de manera decisiva al proceso de conformación de un público femenino claramente identificable. Alejandro Parada propone una *tipología de lectoras* en los años 20, según aparecen representadas en las páginas de *Caras y Caretas*, una de las publicaciones de mayor éxito y difusión entre las capas medias. Por su parte, Ana Lía Rey identifica y explora la emergencia de los primeros reclamos de “igualdad” y “ciudadanía” en la prensa socialista. Y advierte sobre la estrecha relación entre *cultura impresa* y *sociabilidad femenina* en ese marco. Isabella Cosse identifica las “dualidades” que se anudan bajo la égida de *la mujer moderna* en los años 60 y 70, otra época de enormes transformaciones en la que comienzan a consolidarse la cultura psicoanalítica y a imponerse nuevos cánones de consumo e intercambios a escala mundial. Puede decirse que estos trabajos permiten ratificar una hipótesis: que la creciente masificación del público a lo largo del siglo XX en la Argentina, tanto como el protagonismo femenino en las áreas vinculadas a la producción impresa, la expansión de la prensa y la industria cultural constituyen uno de los fenómenos sociales y culturales más relevantes de la centuria, acerca del cual hay todavía mucho que decir.

* IIEGE-ILH, UBA/ CONICET