

El público diversificado en Doña María Retazos (1821-1823) de Francisco de Paula Castañeda

Por Virginia P. Forace (CONICET-CELEHIS-UNMdP)

Varios hacendados de este pago leemos con mucho respeto los números de su periódico, y puede su merced tener la satisfacción que en este siglo de mentiras sola su merced es tenida por señora de mucha verdad. Carta del 5 de junio de 1821, de Juancho Coria a Doña María Retazos,

(n°4 Doña María Retazos)

La prensa de un cura franciscano

La complejidad del universo periodístico del padre Francisco de Paula Castañeda (1776-1832)¹ es un punto ineludible antes de reflexionar sobre su público. El epígrafe que encabeza este trabajo puede servirnos como una muestra acotada de él e introducimos someramente a su proyecto de escritura: Juancho Coria, un corresponsal apócrifo, escribe para agradecerle por las verdades vertidas en su periódico a Doña María Retazos, editora de una publicación homónima de 1821, la cual a su vez, no es más que un heterónimo del padre Castañeda, creador de ambos interlocutores ficticios.² La novedad que instauró con estos recursos no se limitó al uso de epístolas falsificadas –a las cuales recurrieron otros editores desde la primera década del XIX–, sino a una propuesta mucho más ambiciosa e intrincada: en 1820 había comenzado a publicar diversos periódicos enunciados por personajes ficticiales que daban nombre a cada publicación; *El Despertador Teofilantrópico*, el *Suplemento al Despertador Teofilantrópico*, el *Paralipómenon al Suplemento del Teofilantrópico*, el *Desengañador Gauchi-Político*, a los cuales sumó al año siguiente *La Matrona Comentadora de los Cuatro Periodistas*, *Doña María Retazos (DMR a partir de ahora)* y *Eu ñao me meto con ningen*.³ Todos escritos por Castañeda, tuvieron una vida sorprendentemente prolongada para los parámetros del momento, aparecieron de forma simultánea, aunque

1 Su intervención más conocida en la prensa tiene que ver con el ataque a la reforma eclesiástica impulsada por Bernardino Rivadavia (Gallo, 2005, 2008; Myers, 2004), lo que le valió, además de un notorio enfrentamiento público con diversos sujetos relevantes –Juan Cruz Varela, Pedro José Agrelo, Pedro Feliciano Sáinz de Cavia, entre muchos otros–, su destierro definitivo de Buenos Aires en 1822, cuando huyó a Montevideo, para luego trasladarse a Santa Fe, Entre Ríos y finalmente a Paraná, donde murió en 1832 (Furlong, 1994; Auza, 2001; Di Stefano, 2004).

2 Para un desarrollo completo del análisis de los personajes de Castañeda como heterónimos, véase V. Forace (2017).

3 En 1822 también publicó *La Guardia Vendida por el Centinela* y *La Traición descubierta por el Oficial del Día y La Verdad Desnuda*.

irregular,⁴ y no sólo polemizaron con los periódicos de los enemigos políticos del padre, sino que establecieron complejas relaciones hipertextuales entre sí. Una “prensa en red” (2014a) la ha llamado Claudia Román, ya que el sistema de periódicos editados por Castañeda, por sus intercambios, citas y alusiones internas, propone una “capacidad de lectura no secuencial (bloque a bloque) sino hipertextual” (2014a, p. 52), de la cual me he ocupado en otra oportunidad (Forace, 2016), por eso no me detendré en este punto. En el seno de este prolífico universo textual nacen los dos corresponsales ficticiales del epígrafe: Juancho Coria aparece por primera vez en 1820 en un sueño que la Matrona Comentadora, otro heterónimo del padre, relata de forma fragmentada desde el n° 2 al n° 9 de su periódico;⁵ por su parte, Doña María es introducida en las páginas del *Despertador Teofilantrópico*, que en su n° 47 (16 de marzo de 1821) narra una sesión de la Asamblea General de Matronas en la cual aquella participa como oradora y anticipa la publicación de su gaceta homónima. De esta forma, si en principio habían sido creados en otros periódicos del padre, ahora dialogan en el de Doña María, intercambiando cartas acerca de ciertos proyectos de población allí presentados. Recupero estos nombres y sus relaciones porque además de dar cuenta de la complejidad del proyecto de escritura, el perfil de los interlocutores apócrifos es similar: uno, “gaucho de la Magdalena, graciocísimo en extremo, y hombre muy determinado” hacía de jefe de un grupo de “emponchados” (Castañeda, 1821, p. n°4, 54),⁶ los cuales habían determinado ajusticiar por sus propias manos a los “tinterillos” anticlericales; la otra, “la matrona mas patriota que pisa en las dos Américas”(Castañeda, 2001, p. 204),⁷ se había propuesto en su periódico trasladar autores católicos y españoles “para instrucción, y desengaño de los filósofos incrédulos que al descuido, y con cuidado nos han enfederado”(2001, p. 45).

4 Mientras la mayoría de las empresas editoriales nuevas no superaban los dos o tres números, por la falta de financiamiento y de suscriptores, algunas de las publicaciones del padre alcanzaron más de dos años y fueron interrumpidos solo por la censura del gobierno de turno. Al momento de publicación de *DMR*, se encontraban en circulación: desde 1820, *El Despertador Teofilantrópico*, el *Suplemento al Despertador Teofilantrópico*; el *Paralipómenon al Suplemento* y el *Desengañador Gauchi-Político*; en 1821 sumó *La Matrona Comentadora de los Cuatro Periodistas*, *Doña María Retazos* y *Eu não me meto con ninguem*; y, por último, en 1822, *La Guardia Vendida por el Centinela* y la *Traición descubierta por el Oficial del Día y La Verdad Desnuda*.

5 Menciones a Juancho Coria ya habían aparecido en el n°8 (11/06/1820) del *Teofilantrópico* dentro de una “poesía rustico-patriótica”, pero solo adquiere densidad como personaje en el referido sueño(Castañeda, 1820a). También es aludido en el *Gauchipolítico* (n°11, n°27).

6 En el sueño de La Comentadora una especie de tribunal de inquisición liderado por los enemigos del padre intentan juzgar a los cuatro periodistas y al “quinto en discordia” –es decir, a los cuatro periódicos y al propio Castañeda–, sin embargo son interrumpidos por un grupo de “emponchados” liderados por Juancho Coria, quienes encarcelan en su lugar a los “tinterillo” y “carafas” y los castigan físicamente para lograr su arrepentimiento.

7 En todas las citas se mantendrá la grafía original de las ediciones que manejamos.

Este objetivo inicial, sin embargo, se cumple parcialmente porque en los números siguientes Doña María presenta, además de las susodichas transcripciones, notas sobre la libertad de imprenta, acerca de cómo solucionar el problema de los indios pampas, reflexiones sobre la verdadera filosofía frente a la falsa, “crónicas” de episodios absurdos ocurridos en Entre Ríos, la correspondencia apócrifa que Doña María intercambia con el gobernador Francisco Ramírez, sonetos y décimas satíricas, cartas de lectores, fábulas y moralidades, sueños y comedias. Esas intervenciones ganan progresivamente más espacio en las páginas del periódico hasta que en el número 8 (julio de 1821) se produce la redefinición de los propósitos de la publicación: “Yo he advertido que el público no gusta de mis retazos, sino de mis fanfarronadas, y del prudente es mudar de consejo; mi regla debe ser [...] quedarme con los panfletos para cartuchos.”(2001, p. 170). Los números de *DMR* son, desde ese punto y abiertamente, “cartuchos”, municiones en la guerra verbal que se estaba produciendo en la prensa periódica de Buenos Aires y que había alcanzado ya una relevancia sin precedentes, en especial desde la aparición en mayo de *El Argos de Buenos Aires*, con el cual Castañeda mantendrá un verdadero duelo escrito.

Por lo tanto, si para el personaje Juancho Coria, por su género, su pertenencia social y la tradición rural que lo apaña, la forma de “enderezar” a los “necios” publicistas que han diseminado mentiras que confunden al pueblo es azotarlos físicamente, para Doña María, impedida por su condición femenina de hacer lo propio, la manera de corregir los excesos será a azotarlos con la palabra escrita, en especial, a partir del humor, el insulto y la sátira. Así, ambos se presentan como puntas de lanza contra el avance de las ideas anticlericales y la reforma rivadaviana, sólo que Doña María contará con una tecnología que le permitirá llegar efectivamente a múltiples receptores y orientar desde las páginas de su periódico sus *opiniones*. Así lo declara en 1822, cuando Castañeda regresa a Buenos Aires luego de nueve meses de destierro en Kaquel Huincul y retoma su actividad periodística para “instruir deleitando, y de juntar lo acre con lo ridículo para reformar los abusos, y desórdenes del año veinte, entonar nuestra república prostituida, y dar algún aliento en sus mortales paroxismos á los filósofos superficiales que ahora gallean...” (2001, p. 218).

La prensa del padre, por lo tanto, será mucho más que mero órgano de reproducción de información; será instrumento para constituir e intervenir en un espacio de opinión y crítica, para difundir y poner a prueba ideologías y representaciones individuales y colectivas *en y a través de* los periódicos (Calvo, 2008; Román 2010, 2014b). En este

contexto, Castañeda elige distanciarse de otros usos de la prensa, como el tipo de periodismo noticioso, literario o ilustrado que se habían multiplicado en el marco de la experiencia rivadaviana, y aprovechar las posibilidades de experimentación discursiva que posee (Baltar, 2006) para convertirse en un *publicista* (Guerra, Lempérière, & et al., 1998; Palti, 2008), portavoz de una opinión que él crea y moviliza mediante el recurso de géneros literarios en los cuales “los argumentos racionales de la filosofía política coexisten con la sátira, la burla y la caricatura” (Guerra et al., 1998, p. 17).

Imaginar un público heterogéneo

La mencionada tarea de Castañeda como publicista, captar y movilizar opiniones hacia su propia orientación política e ideológica, constituye una actividad en la cual el lector adquiere un rol protagónico: la efectividad de su actividad depende de cuán bien puede anticipar su público y cómo adapta la forma en que trasmite sus contenidos a expectativas que imagina para ellos en función del horizonte de lectura compartido. A pesar de que en el periodo no podemos hablar aún de una esfera literaria ni mucho menos de un público y un mercado autónomos, es indudable que Castañeda anticipa la circulación de sus periódicos entre lectores empíricos específicos y despliega estrategias textuales para ese *lector modelo* (Eco, 1993).

En *DMR*, por ejemplo, además del uso habitual de fórmulas de cortesía que apelan a los receptores –“yo suplico advierta el público lector” (2001, p. 70)–, la editora concibe su empresa como una obra colectiva en la cual sus lectores se convierten en colaboradores regulares del periódico: “pueden escribir todos mis parientes y parientas, quiero decir todos los que empollan obras ajenas, y se mantienen de retazos, á falta de caudal propio; toda esa gente humilde, y nada profana, siempre que trasladen libros devotos, autores buenos...” (2001, p. 51). Si bien invitar al público a mandar contribuciones a un nuevo periódico era un recurso habitual en prospectos o primeros números, en general se requería a los hombres ilustrados y destacados de la sociedad, quienes debían ayudar a la difusión de ideas científicas y racionales para la instrucción del pueblo;⁸ por el contrario, el periódico de Castañeda reorienta el perfil hacia la “gente humilde”:

⁸ Recuperemos la invitación en el n°1 de la *Gazeta de Buenos Ayres*: “La utilidad de los discursos de hombres ilustrados que sostengan y dirijan el patriotismo y fidelidad que tan heroicamente se ha desplegado; nunca es mayor que quando el choque de las opiniones pudiera envolver en tinieblas aquellos principios, que los grandes talentos pueden únicamente reducir á su primitiva claridad; y la Junta ámas de incitar ahora generalmente á los sabios de estas Provincias para que escriban sobre tan importantes objetos, los estimulará por otros medios que les descubran la confianza que ponen en sus luces y en su celo.” (*Gaceta de Buenos Aires (1810-1821)*. Reimpresión facsimilar dirigida por la Junta de Historia y Numismática Americana, 1910, p. 7).

cualquiera podrá mandar a Doña María sus retazos, tanto mujeres como hombres, sin importar su posición social ni edad, a condición de que fueran cuidadosos con las fuentes seleccionadas. El gesto que reconoce como interlocutor válido a grupos en general excluidos de este tipo de convocatorias responde a los objetivos particulares de la publicación, ser “cartucho” para desengañar a los incautos sobre la falta de filosofía ilustrada y defender al clero.

Por otra parte, el personaje que se hace cargo de la publicación también tiene un perfil atípico: una mujer joven y soltera que practicará una agresiva sátira social y publicará por cuenta propia para intervenir en las polémicas públicas.

Este perfil amplio que propone el prospecto se observa en los diferentes corresponsales apócrifos de *Doña María*: Juancho Coria, Doña Cualquiera, Da. Mala tos tiene el viejo, El Oficial de Buenos Aires relajado, y después convertido por un fraile dominico, Vamos Claros, El Porteño, El amante de la justicia y la verdad, entre otros. Algunos de los nombres son la personificación de sujetos de una extracción social diversa y no limitada a la elite ilustrada, los cuales muchas veces funcionan como la condensación de cierta idea o punto de vista y pueblan los números con voces, registros y lenguas múltiples que dialogan entre sí. Sus cartas no aportan nuevos “retazos”, como había solicitado la editora, sino que sirven de puerta de ingreso a los temas polémicos de actualidad de los que realmente quiere ocuparse Castañeda; de esta forma, las críticas a las decisiones de gobierno, las disputas con otros periódicos o la defensa del clero aparecen en sus páginas gracias al pedido o consulta de los corresponsales, aquellas “gentes humildes” que el periódico busca desengañar. En este sentido, la construcción polifónica de cada número permite una ficción que entrelaza voces dispares que anulan la univocidad característica de otros periódicos,⁹ en una estrategia que busca exhibir la pluralidad de sujetos que habitan el espacio público porteño y, a la vez, imaginarlos como lectores modelo.

Las diversas escenas de lectura que introducen los corresponsales en sus relatos apuntan a esta heterogeneidad y le otorgan espacios de circulación variados, ya que proyectan la difusión de *DMR* sobre alfabetizados y analfabetos en zonas rurales y urbanas. Por ejemplo, Juancho Coria afirma en su referida misiva que “Varios hacendados de este

⁹Pensemos, por ejemplo, en *El Argos de Buenos Aires*, cuyo mensaje es sostenido por la ficción de la voz única en su enunciación a pesar de que participaron múltiples redactores —en 1821 Manuel Moreno, Esteban de Luca e Ignacio Núñez; en 1822, Manuel Moreno, Santiago Wilde, y Vicente López y Planes; en 1823 Gregorio Funes, etc. (Myers, 2004)— y de que escribieron como colaboradores varios miembros del grupo rivadaviano. De este modo, mientras este periódico se finge unívoco a pesar de contener muchas plumas diferentes, el de Castañeda simula contener múltiples voces aunque solo haya una.

pago leemos con mucho respeto los números de su periódico...” (2001, p. 107), mientras que el apócrifo Francisco Ramírez advierte que “Inmediatamente que recibí la carta de V. la leí á mis Compañeros...” (p. 105) a los en otra carta llamó “todos los de poncho” (p. 77), quienes disfrutaban sobremedida sus palabras: “mis gentes también se han aficionado tanto á los retazos de Vd., que se les hace agua la boca, y ya les parece que tienen los retazos en las manos cuando llegan por acá sus apreciables números...” (p. 82). En estas escenas de lectura, también otros miembros más destacados de la sociedad se ocupan de sus páginas: “Los impresores por una parte, y los amigos por otra se empeñan en persuadirme que no continúe la exortación á la verdadera filosofía...” (p. 117).

¿Quiénes leen, entonces, sus números? Castañeda imagina un circuito de circulación amplio, en el cual conviven la práctica tradicional de la lectura comunitaria en voz alta que reúne a lectores/oyentes para compartir la palabra y comentarla, y la relativamente novedosa práctica de lectura en privado, tanto en la ciudad de Buenos Aires y su campaña, como en otras provincias. De esta forma, todos los habitantes, tanto los que ha llamado en otro lugar “los hombres sencillos” (soldados, caudillos, gauchos y hacendados),¹⁰ como vecinos distinguidos y representantes de la elite, son convocados por las páginas de *DMR*.¹¹

Este perfil particular de lector que imagina para sus textos tiene una correlación directa con el tipo de estrategias de captación que despliega. Muy diferente al estilo de *El Argos* o *El Oficial del Día*, el principal recurso para mantener el interés al que apela Castañeda es el humor. Y en este juego de movilizar opiniones al que apuesta el padre, la sátira se convierte, en palabras de Román, en “un modo privilegiado de interpelación pública” (2010, p. 232) que a partir de 1820 gana terreno en la prensa rioplatense. Este instrumento de corrección será utilizado por Castañeda contra personas particulares, como el gobernador de Entre Ríos, y también contra cierto conjunto de costumbres novedosas asociadas al proyecto de renovación cultural propuesto por el grupo rivadaviano;¹² así, serán blanco de sus mordaces saetas la sociabilidad del café, las

10 Afirma la Comentadora sobre los “emponchados” de su sueño: “Juancho Coria , y los *hombres sencillos* que lo acompañan no entienden de manifiestos; ellos sufren hasta cierto punto , y no obran sino á verdad conocida...”(Castañeda, 1821, n°4, p. 55).

11 En ese sentido pueden entenderse las declaraciones del padre cuando anuncia la futura publicación del *Paralipónenon* (un suplemento al *Teofilantrópico*) acerca de su deseo de que circule sin costo adicional entre los que no tienen medios para pagarlo: “doy facultad á los religiosos y á los pobres para que no paguen el medio pliego, dejando su firma para que con ella se me de cuenta”(Castañeda, 1820b, p. 72).

12 La gestión de Rivadavia como ministro intentó ampliar la dimensión de las actividades culturales en la ciudad de Buenos Aires, por eso le dio un impulso sustancial a la circulación de saberes a través de la venta de libros y vínculos interpersonales, comunicaciones informales entre individuos privados en

asociaciones privadas, cierto perfil de hombre ilustrado al modelo francés, entre otros. La recuperación y degradación de esas prácticas también sirve para establecer una distancia entre la elite reformista, aquella que, en palabras de Klaus Gallo (2005), quería erradicar las costumbres hispánicas y modernizar las conductas porteñas, y el público diversificado del padre, en el cual la tradición española era un hábito vivo y no un problema cultural. La risa actúa, por lo tanto, como un mecanismo de rebajamiento y rechazo: luego de leer las páginas de *DMR*, Francisco Ramírez, más que el temible conquistador de Buenos Aires de 1820, se convierte en un simple “peón” ignorante y mal informado, y lo mismo ocurre con la elite ilustrada rivadaviana que, más que el símbolo de la renovación y el avance cultural, es delineado como un grupo hereje que impulsa costumbres inapropiadas para la idiosincrasia de la mayor parte de los habitantes de la ciudad (véase Forace, 2017).

El acercamiento a ese lector a través del señalamiento de la distancia con el otro enemigo, también se promueve a partir de las elecciones en el registro y lenguaje: si la prensa enemiga usa la lengua francesa y palabras rimbombantes,¹³ Doña María y sus corresponsales se expresarán en un lenguaje castellano coloquial, plagado de insultos y neologismos que apuntan a generar humor:

Cualquiera que diga lo contrario es un tinterillo miserable, un leguleyo rato gato, un aventurero anchopiteco, un teruleque tilingo, un gauchí político, un federimontonero, un chacuaco animal, un choti protector, y un putirepublicador, que nos quiere enfederar, avestruzar, y enchacuacar (2001, p. 82).

Lo particular de esta producción desenfadada de vocablos nuevos que condensan la crítica política, es que se instalan en la prensa de Castañeda como un léxico legítimo que comienza a ser usado en todos sus periódicos; como señala Claudia Román, “Una vez acuñados, estos constructos verbales ingresan al idiolecto de Castañeda con todos los privilegios de una palabra que puede circular y flexionarse” (2014b, p. 333). La mayoría de ellos fueron forjados en sus publicaciones de 1820, en particular en el *Desengañador Gauchi-Político*, pero adquirieron tal aceptación que incluso otros

nuevos espacios de sociabilidad ilustrada como los cafés y las asociaciones, los cuales debían servir como un espacio intermedio entre el Estado y la sociedad. (Myers 1999; Gallo 2005, 2008). Por ejemplo, en esos años se fundaron la Sociedad Literaria (1822), la Academia de Medicina (1822), el Banco de Descuentos (1822), la Sociedad de Beneficencia (1823), la Junta de Comerciantes y Hacendados (1821), entre otras.

¹³Dice, por ejemplo, en el *Teofilantrópico*: “El estilo será natural, sencillo, fluido, y castizo; quiero decir que no me he de violentar para parecer hombre culto, pues esa es una ridiculez, y choca á los lectores, y hace ridiculos á los hombres por mas respetables que sean por su carácter” (Castañeda, 1820a, n°1, p. 12).

intentaron ejecutar experimentos verbales similares, como ocurre con *El Lobera del Año Veinte* (1822), que trata de imitar el estilo y la verborragia del padre.¹⁴ Este rasgo inventivo, de clara herencia barroca,¹⁵ también se apoya en otros recursos, como los juegos de palabras (“al descuido, y con cuidado” 2001, p. 52) y la incorporación abusiva de refranes: “pues entonces claro está que las uvas están verdes, se acabó la fiesta, terejó campamento, me vuelvo á embarcar, y Christo con todos...” (p. 70), estrategias que junto al uso de fábulas y moralidades apuntan a la tradición popular oral. Esto es un rasgo propio de las obras impresas para el gran público que suelen apelar al saber previo de sus lectores, como afirma Roger Chartier, “el conocimiento de textos ya encontrados es movilizad al servicio de la comprensión de nuevas lecturas por medio de la recurrencia de formas muy codificadas, de la repetición de motivos parecidos de un título a otro, el repetido empleo de las mismas imágenes” (2005, p. 33).

Palabras finales

Este tipo de registro coloquial e informal que utiliza las fórmulas o motivos de la cultura tradicional oral constituye un signo claro de cómo el padre intentó captar un público popular y diversificado, usando para ello un conjunto de estrategias retóricas de captación que, en palabras de Rosalía Baltar (2014a), olvida la formulación caballeresca (de la *politesse*) que conformaba la voz general del periodismo y las revistas ilustradas de principios del XVIII. Su estilo de escritura ostenta una celosa atención hacia los lectores: no se trata solo de que fueran los beneficiados de la prédica *instructiva* y *desengañadora* de *DMR*, como indica el acápite del periódico, sino de que se convirtieron en verdaderos protagonistas en sus páginas: son interpelados de forma directa, mientras que sus múltiples voces son convocadas como corresponsales; a ellos cita, responde y amonesta la activa redactora, quien busca y reproduce ese intercambio epistolar como disparador de sus propias reflexiones.

14 El nombre completo del periódico, con clara filiación con los de Castañeda, es *El Lobera del Año 20 o el verdadero Ante Cristo, abortado por el esfuerzo del vacilante é inicuo poder de las coronas cerquilladas en oposición de los hombres virtuosos que trabajan por la verdadera felicidad de su país, y de sus semejantes*. Redactado por José María Calderón, se publicó entre los últimos días de septiembre y los primeros de octubre de 1822 (su tercer número, el único con fecha, anota 3/10/1822), cuando fue censurado por su contenido injurioso y contra la moral pública.

15 Puede consultarse en Baltar (2014b) un análisis completo de cómo la escritura de Castañeda aparece alineada con la retórica del Barroco en su recuperación directa o mediatizada de fuentes como *El Quijote* y la tradición de la épica burlesca de Lope de Vega y Francisco de Quevedo y Villegas. Sobre la tradición aurea de los sueños, Claudia Román (2014) ha ubicado una línea de continuidad con los *Sueños y discursos de verdades descubridoras de abusos, vicios y engaños en todos los oficios y estados del mundo* (1627) de Quevedo, *La vida es sueño* (1635) de Calderón de la Barca, y los *Sueños morales* (1727 y 1728) de Diego de Torres Villarroel.

En función de lo señalado respecto del perfil del público imaginado y convocado en *DMR*, podemos decir que Castañeda presenta casi una teoría acerca de los públicos diferenciados y los niveles de atención a los que debe apuntar una obra que busque captarlos e instruirlos a todos. Si, como vimos antes, sus lectores imaginados son una franja amplia de la sociedad que incluye los sectores populares y, además, su renombre le garantiza la circulación de sus papeles entre sujetos analfabetos (gracias a la lectura en voz alta), es entendible que elija delinear una redactora y corresponsales con los que pueden identificarse fácilmente y que comunique sus ideas y juicios aprovechando los diversos recursos del humor, la risa y la sátira. Debe advertirse, sin embargo, que esta forma de lenguaje/ registro no se propone como modelo a seguir, es decir, no intenta introducir una reivindicación de esos lenguajes como posible lengua oficial. Se trata de una necesidad propia del contexto y de los objetivos comunicativos de captación del público: en una ciudad completamente politizada, tanto letrados como iletrados estaban pendientes de los debates y polémicas (Calvo, 2008), por eso elige capitalizar las expresiones populares para captarlos políticamente. En este sentido, todo el proyecto de Castañeda *depende* de su público: su empresa editorial se mantiene y sustenta con la venta de sus números y, si bien los que leían a Castañeda eran muchos más que los que compraban sus periódicos, es evidente que todos ellos eran el motor fundamental de su proyecto: si se publica, es solo porque se imagina un público sobre el cual se puede influir; la escritura, en efecto, no es medio de instrucción del otro o archivo de la memoria, sino instrumento *necesario* para movilizar opiniones.

Bibliografía

- Baltar, R. (2006). Francisco de Paula Castañeda o breve tratado sobre la irreverencia. Espéculo. *Revista de estudios literarios*, 34, s/p.
- Baltar, R. (2014a). Francisco de Paula Castañeda, amanuense y autor. *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo Revista Digital del Grupo de Estudios del Siglo XVIII*, 20, 199-224.
- Baltar, R. (2014b). Fray Francisco de Paula Castañeda y el imaginario del Siglo de Oro en su escritura de combate. En M. Villarino, F. Graciela, & M. Ortiz Rodríguez (Comps.), *Lecturas críticas sobre el Siglo de Oro español: hacia Lope de Vega* (pp. 518-528). Mar del Plata: «Grupo Literatura Siglo de Oro» del Departamento de Letras, Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Mar.
- Calvo, N. (2008). Voces en pugna. Prensa política y religión en los orígenes de la república argentina. *Hispania Sacra*, XL(122), 575-596.
- Castañeda, F. de P. (1820a). *El Despertador Teofilantrópico Místico Político, dedicado a las matronas argentinas y por medio de ellas á todas las personas de su sexo que pueblan hoy la faz de la tierra y la poblarán en la sucesión de los siglos*. Buenos Aires: Imprenta de Álvarez y de la Independencia.

- Castañeda, F. de P. (1820b). *Suplemento al Despertador Teofilantrópico Místico Político*. Buenos Aires: Imprenta de Álvarez y del Comercio.
- Castañeda, F. de P. (1821). *La Matrona Comentadora de los Cuatro Periodistas*. Buenos Aires: Imprenta de la Independencia.
- Castañeda, F. de P. (2001). *Doña María Retazos*. Buenos Aires: Nueva Dimensión.
- Chartier, R. (2005). *El orden de los libros: lectores, autores, bibliotecas en Europa entre los siglos XIV y XVIII*. Barcelona: Gedisa.
- Di Stefano, R. (2004). *El púlpito y la plaza. Clero, sociedad y política de la monarquía católica a la república rosista*. Buenos Aires: SIGLO XXI.
- Eco, U. (1993). *Lector in fábula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. (R. Pochtar, Trad.). Barcelona: Lumen.
- Forace, V. P. (2016). Una breve aproximación al proyecto periodístico de Francisco de Paula Castañeda. En N. Fabiani & M. T. Brutocao (Eds.), *Actas de las XIX Jornada Nacional de Estética y de Historia del Teatro marplatense. Los ecos de Eco. En memoria de Eduardo Galeano* (pp. 156-164). Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado a partir de <http://iece-argentina.weebly.com/uploads/5/7/2/4/57241255/actas2016.pdf>
- Forace, V. P. (2017). *Prácticas discursivas en el período de transición (1760-1820): temas, públicos y autores en El lazarrillo de ciegos caminantes de Alonso Carrió de la Vandra (1715-1783), Descripción e historia del Paraguay y del Río de la Plata de Félix de Azara (1742-1821), Memorias curiosas de Juan Manuel Beruti (1777-1856) y Doña María Retazos de Francisco de Paula Castañeda (1776-1832)* (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata.
- Furlong, G. (1994). *Fray Francisco de Paula Castañeda. Un testigo de la naciente patria argentina 1810-1830*. Buenos Aires: Castañeda.
- Gaceta de Buenos Aires (1810-1821). Reimpresión facsimilar dirigida por la Junta de Historia y Numismática Americana (1910)* (Vol. I). Buenos Aires: Compañía Sud-Americana de Billetes de Banco.
- Gallo, K. (2005). Un escenario para la «feliz experiencia». *Teatro, política y vida en Buenos Aires. 1820-1827*. En G. Batticuore, K. Gallo, & J. Myers (comps.), *Resonancias románticas: ensayos sobre historia de la cultura argentina, 1820-1890* (pp. 121-133). Ciudad de Buenos Aires: Eudeba.
- Gallo, K. (2008). «A la altura de las luces del siglo»: el surgimiento de un clima intelectual en la Buenos Aires posrevolucionaria. En C. Altamirano (Dir.) & J. Myers (Ed. vol.), *Historia de los intelectuales en América Latina* (pp. 184-204). Buenos Aires: Katz.
- Guerra, F.-X., Lempérière, A., & et al. (1998). *Los espacios públicos en Iberoamérica: ambigüedades y problemas, siglos XVIII y XIX*. México D.F.: Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos-Fondo de Cultura Económica.
- Myers, J. (2004). Identidades porteñas. El discurso ilustrado en torno a la nación y el rol de la prensa: El Argos de Buenos Aires, 1821-1825. En P. Alonso (Ed.), *Construcciones impresas. Panfletos, diarios y revistas en la formación de los estados nacionales en América Latina, 1820- 1920* (pp. 39-63). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Palti, E. (2008). Tres etapas de la prensa política mexicana en el siglo XIX: el publicista y los orígenes del intelectual moderno. En C. Altamirano (Dir.) & J. Myers (Ed. vol.), *Historia de los intelectuales en América Latina: La ciudad letrada, de la conquista al modernismo* (pp. 227-241). Buenos Aires: Katz.
- Román, C. (2010). De la sátira impresa a la prensa satírica. Hojas sueltas y periódicas en la configuración de un imaginario político para el Río de La Plata (1779-

- 1834). *Estudios. Revista de investigaciones literarias y culturales*, 18(36), 324-349.
- Román, C. (2014a). La prensa en red: los periódicos de Francisco de Paula Castañeda. En V. Delgado, A. Mailhe, & G. Rogers (Coords.), *Tramas impresas. Publicaciones periódicas argentinas (XIX-XX)* (pp. 47-63). La Plata: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata.
- Román, C. (2014b). Un místico político, panfletista en el año veinte: Francisco de Paula Castañeda. En N. Jitrik (Dir.), *Historia Crítica de la Literatura Argentina. 1. Una patria literaria* (pp. 321-349). Buenos Aires: Emecé Editores.
- Román, C. (Ed.). (2014). Introducción. En *La prensa de Francisco de Paula Castañeda: sueños de un reverendo lector (1820-1829)* (pp. 5-25). La Plata: Universidad Nacional de La Plata.