



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE  
CORDOBA  
FACULTAD DE FILOSOFIA Y HUMANIDADES  
SECRETARÍA DE POSGRADO**

**La Revista Argentina *Folklore* (1961-1981)**

**Desde un Enfoque Socio Discursivo:**

***Veinte Años como Espacio de Consagración de un Campo en Disputa.***

Tesis presentada para optar al título de  
Doctora en Letras

Tesista: Lic. Julia Parodi

Director: Dr. Claudio Díaz

*Octubre de 2022*

*Córdoba, Argentina*



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

## **Agradecimientos**

Al amor incondicional de mi familia y amigos, por apoyarme y acompañarme.

En especial al Negro, siempre atento a mis necesidades, aún aquellas de las que no me había percatado, por ser quien escuchó las ideas germinar y aportó su punto de vista de lector interesado en charlas eternas y enriquecedoras.

A Claudio Díaz por la generosidad con la que compartió su mirada aguda sobre el tema, con la que me contagió su entusiasmo y curiosidad y con la que siempre me alentó a continuar confiando en el proceso.

A los integrantes del equipo, especialmente a Angie, Natalia, Belén, Cecilia y Silvina por el aporte de sus miradas.

A Pablo Alabarces por confiar y acompañarme.

A Carlos Molinero

A Julieta Kabalin, Paula Maccario y a toda la red de becarios del CIFYH, en especial Paula, Sofía, Fwala, por la contención y ayuda brindada desinteresadamente. A Baal.

A Mery y Gustavo por la ayuda inconmensurable que significó acercarme el material original.

## Tabla de contenido

Palabras preliminares.....	5
----------------------------	---

### Cap. 1. La revista *Folklore* como objeto de estudio.

<b>Consideraciones teórico-metodológicas .....</b>	<b>9</b>
1.1. ¿Por qué la revista <i>Folklore</i> ? .....	9
Repensar el valor de las revistas como objetos de la cultura.....	11
El lugar de las revistas de la industria cultural .....	13
La(s) música(s) popular(es) y su contribución a la construcción de identidades .....	16
1.2. El folclore argentino como objeto de estudio .....	18
La historia del campo: desde el nacionalismo romántico hasta el <i>boom</i> .....	20
Folclore, capital específico y criterios de valor .....	23
1.3. Aportes teórico metodológicos de un enfoque socio discursivo.....	25
Herramientas metodológicas del Análisis del Discurso .....	26
Técnicas de recolección de datos, análisis e interpretación del corpus de estudio .....	34

### Cap. 2. Entre la cultura y el espectáculo: La revista *Folklore*

<b>y la invención de un formato .....</b>	<b>40</b>
2.1. Un vacío en el campo de publicaciones especializadas .....	43
Lectores que son oyentes y espectadores .....	49
La novedad del contrato de lectura: “Aquí está el folklore” .....	52
2.2. El meta discurso de <i>Folklore</i> : veinte años forjando una voz .....	55
La pelea por los lectores (y anunciantes) .....	57
Anunciantes, lectores y estrategias discursivas .....	66

### Cap. 3. Artículos editoriales y notas de opinión: Variaciones en las condiciones de producción del discurso de *Folklore* en las tres etapas de su historia.....

<b>de producción del discurso de <i>Folklore</i> en las tres etapas de su historia.....</b>	<b>74</b>
3.1. El desarrollismo cultural .....	78
3.2. Liberalismo económico, conservadurismo cultural.....	87
3.3. Censura, persecución y exilio .....	104

<b>Cap. 4. El mapa de artistas en las portadas y entrevistas: tensiones y disputas constitutivas</b> .....	<b>125</b>
4.1. La portada como vitrina .....	125
Waldo de los Ríos .....	131
Yupanqui y Cafrune .....	135
Mercedes sosa y Argentino Luna .....	138
Tres Gauchos icónicos .....	142
4.2. La entrevista como conversación pública .....	146
León Benarós y las entrevistas del éxito .....	151
Marcelo Simón y las entrevistas polémicas .....	160
La simetría como estrategia para afrontar la crisis .....	172
<b>Cap. 5. Impulso de exclusión: las “notas serias” y el contrato de lectura</b> .....	<b>183</b>
5.1. <i>Conciencia folklórica</i> : Lo literario, lo científico y lo técnico en la intencionalidad didáctica del discurso de <i>Folklore</i> .....	189
Lo literario como gesto intelectual .....	192
Una autoridad en la materia: la legitimación por el discurso científico .....	195
La función didáctica entre la primera y la última etapa de <i>Folklore</i> .....	199
5.2. Un impulso de exclusión: los límites del concepto de “folclore” .....	203
Cien números y una revisión general .....	207
5.3. Las formas de semiotización de la afectividad en el discurso de los folclorólogos: una retórica de la pérdida .....	212
Narrativas identitarias y autenticidad en las revistas de música de Latinoamérica .....	216
La retórica de la pérdida. El tono afectivo de la estrategia discursiva en <i>Folklore</i> .....	218
Consideraciones finales .....	221
Referencias bibliográficas .....	229
Tablas y figuras .....	241
<b>Apéndice 1:</b> Entrevista a Blanca Rébori .....	<b>252</b>
<b>Apéndice 2:</b> Listado de Fuente Documental – Muestra Revista <i>Folklore</i> .....	<b>257</b>

### **Palabras preliminares**

El proceso que dio como resultado a esta investigación fue posible gracias a incontables personas e instituciones que contribuyeron a facilitar una tarea que puede llegar a tornarse demasiado individual y solitaria, y que constituyen en este caso la “cocina” de la investigación.

En primer lugar, se encuentra mi llegada al equipo interdisciplinario de estudio dirigido por los Dres. Claudio Díaz y Silvina Argüello, por intermedio de quien fuera mi directora de Trabajo Final en la Licenciatura de Comunicación Social, Mgter. María Paulinelli, a partir de mi entusiasmo por un marco teórico que en la Universidad Nacional de Córdoba tenía su representación efectiva en el Programa de Investigaciones “El Discurso como Práctica”, radicado en el Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades. Este programa, fundado por los Dres. Ricardo Costa y Teresa Mozejko, estaba conformado por diferentes equipos de investigación que aplicaban a sus respectivos objetos de estudio sus desarrollos en socio semiótica (2001, 2002, 2015). Por afinidad e interés personal, ya que en mi trayectoria de vida la música popular tiene resonancias fuertes —aunque es posible que esto no sea una situación original, sino que se trata de un área sobre la que la mayoría de las personas tenemos un acceso intuitivo que asociamos a nuestras vivencias afectivas— me integré al grupo de estudios sobre Músicas Populares, Discurso y Sociedad<sup>1</sup> donde conocí a excelentes colegas de

---

<sup>1</sup> <https://blogs.ffyh.unc.edu.ar/musicaspopulares>

distintas disciplinas con un espíritu de trabajo basado en la solidaridad y la búsqueda del crecimiento colectivo; con quienes compartimos lecturas y discusiones, produjimos artículos y actividades extensionistas de difusión, realizamos viajes y forjamos grandes amistades.

Allí surgió el tema de investigación para esta tesis de doctorado, cuando Claudio me sugirió continuar mi trabajo sobre el objeto de las revistas, abordando un caso tan interesante y relevante como poco estudiado: la revista *Folklore*. Una de las particularidades de este tema de estudio fue la dificultad de acceso al material de archivo. Al momento del inicio, las colecciones disponibles tanto en formato digital como físico, a las que pude acceder en la fase exploratoria, se encontraban incompletas. Fue gracias a la casualidad, pero sobre todo gracias a una cadena de generosidades y manos amigas, que pude tomar contacto con la colección completa y digitalizada realizada mediante un invaluable trabajo colectivo a cargo de Julio César Rojo Luque, Daniel Carrera Osorio, Emilio Portorrico, Darío Raris y Roberto Collado, como aporte a la memoria histórica de la música de raíz folclórica en la Argentina. Afortunadamente, desde aquel momento hasta hoy, el material ha comenzado a difundirse, no solo a través de los contenidos actualizados permanentemente en una página web creada por el grupo mencionado, donde pueden encontrarse fragmentos y comentarios sobre los hitos más interesantes de *Folklore*<sup>2</sup>; sino especialmente a partir de su reciente incorporación al Archivo Histórico de Revistas Argentinas<sup>3</sup> del Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani” donde se encuentra en su versión digitalizada disponible para consulta.

En estas cuestiones se reveló como crucial la existencia de redes de conocimiento colaborativo cristalizadas en instancias de intercambio en las que tuve la fortuna de participar, tales como las Primeras Jornadas de Historia Social de la Música Popular Argentina de Raíz

---

<sup>2</sup> [www.revistafolklore.com.ar](http://www.revistafolklore.com.ar)

<sup>3</sup> <https://ahira.com.ar/revistas/folklore>

Folklórica en Tafi Viejo, organizada por el Dr. Ricardo Kaliman desde la Universidad de Tucumán<sup>4</sup>; los coloquios de la Red de Estudios Interdisciplinarios en Culturas y Regiones (REICRE)<sup>5</sup>; así como fructíferos intercambios realizados mediante la Rama Latinoamericana de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular (IASPM-AL). Todas estas instancias, más allá del aporte efectivo en un sentido intelectual sobre un objeto común pero divergente —el folclore o la música popular abordado desde distintas disciplinas—, propician también el intercambio de material original, alimentan los distintos acervos culturales históricos y favorecen vínculos interinstitucionales que permiten romper las fronteras geográficas en la generación de nuevos conocimientos.

Finalmente, quisiera reconocer y destacar el apoyo recibido por parte del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) en articulación con el Instituto de Humanidades (IDH) de la Universidad Nacional de Córdoba, que aportaron las condiciones materiales sin las cuales no hubiera sido posible llevar adelante este trabajo. Especialmente en un tiempo difícil como el que nos tocó atravesar durante la pandemia de Covid19, donde vimos que las respuestas a la sociedad provienen de la voluntad política, creo necesario no solo celebrar sino también asumir el compromiso de defender, desde el lugar que nos toque ocupar, las políticas públicas de inversión en educación, ciencia y tecnología.

---

<sup>4</sup> El evento tuvo lugar el 13 y 14 de agosto, en la Hostería Municipal “Atahualpa Yupanqui”, de Tafi Viejo (Tucumán), fue coorganizada por la Secretaría de Educación de la Municipalidad de Tafi Viejo, la Dirección Artística de Letras del Ente Cultural de Tucumán y el proyecto “Identidad y transformación de estructuras de poder en el Noroeste Argentino”, de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNT, y contó con el auspicio del INVELEC (Instituto de Investigaciones sobre el Lenguaje y la Cultura, CONICET/UNT) y la participación de referentes en el tema, como Sergio Pujol (CONICET/UNLP), Tania Costa (Universidade Estadual de Sao Paulo, Brasil), Pablo Alabarces (CONICET/UBA), Claudio Díaz (UNC), María Inés García (UNCuyo), Carlos Molinero (Academia Nacional del Folklore) y Ricardo Kaliman y Fabiola Orquera (INVELEC, CONICET/UNT).

<sup>5</sup> Reúne a investigadores de distintas procedencias disciplinarias bajo un enfoque que cuestiona la jerarquía entre “capital” e “interior” y la definición simplista de los centros y periferias que deriva de ella, en vistas a restituir a estos fenómenos su carácter complejo y heterogéneo e inscribirlos en la configuración histórica de las desigualdades en el país. <http://web.humanas.unlpam.edu.ar/wordpress/reicre/>

Como una guía orientadora de los contenidos, para su lectura, el trabajo se estructura de la siguiente manera:

En el primer capítulo desarrollo los antecedentes de investigaciones existentes sobre mi objeto de estudio, sobre revistas y sobre el folclore; además de detallar el enfoque teórico y las herramientas desde las cuales fue indagado el corpus para su análisis y procesamiento.

En el segundo capítulo se aborda la irrupción de *Folklore* en el campo de las revistas de espectáculos y la constitución de ciertas constantes que serían la marca de su discurso a lo largo de los veinte años.

En el tercer capítulo se observan las variaciones de forma y contenido en su discurso a la luz de los cambios en las condiciones socio históricas, tomando como eje los editoriales y las columnas de opinión y el influjo de la coyuntura sociopolítica nacional en ellos.

El cuarto capítulo reconstruye el mapa de artistas desde las portadas y entrevistas, y las huellas derivadas de polémicas y debates entre los diversos agentes que pueden interpretarse como signos presentes en él.

El quinto capítulo se dedica a los segmentos de colaboración de especialistas y estudiosos, algunos provenientes de la folclorología y otros que se referenciaban en dicha área del conocimiento, analizando su incorporación al discurso de *Folklore* en términos de estrategia y gestión de la práctica discursiva.

Finalmente, se presentan las consideraciones finales —no concluyentes— a las que nos lleva la reflexión analítica sobre el discurso de la revista. En un apartado anexo, el lector encontrará la bibliografía consultada, así como las referencias correspondientes a la muestra analizada.



## CAPÍTULO 1

### La revista *Folklore* como objeto de estudio. Consideraciones teórico-metodológicas

#### 1.1. ¿Por qué la revista *Folklore*?

Hubo en nuestro país una revista publicada ininterrumpidamente durante veinte años, con la manifiesta intención de garantizar la cobertura más completa del mundo del *folclore*<sup>6</sup>. Nacida al calor del *boom*, ella misma fue testigo y protagonista de un fenómeno cultural peculiar que consistió en la incorporación de expresiones artísticas de corte nativista, especialmente musicales, a la floreciente industria local del espectáculo, como uno de los segmentos más demandados por el público masivo. De acuerdo a testimonios de consumidores, la revista llegó a ser un producto infaltable en gran parte de hogares argentinos: la compraban los adultos, pero eran los jóvenes quienes se la llevaban para compartir la lectura junto a sus pares, especialmente con aquellos que, a pesar de no contar con el dinero para adquirirla mensualmente, pretendían estar al tanto de todas las novedades referidas a sus ídolos<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> A lo largo de este trabajo, emplearemos el término *folclore* con “c”, como una castellanización del término original. La utilización de la variante “*folklore*” con “k” y sus derivadas (folklorista, folklorología, folklórico, etc.) será conforme a su uso original para las citas textuales de otras fuentes—de las cuales el nombre de la revista *Folklore* es el primer ejemplo, y siempre será destacado mediante el uso de *itálicas*—.

<sup>7</sup> Entrevistas realizadas exploratoriamente durante la instancia de recopilación del corpus material para configurar la muestra final y el objeto de estudio.

Claro que, a lo largo de tantos años, ni la publicación ni el mundo contenido en sus páginas fueron los mismos; transitó desde la solemnidad y refinamiento que se percibe en el estilo de los primeros colaboradores, hasta la irreverencia de los últimos integrantes del *staff*, muchos de ellos iniciados en el ambiente como tempranos lectores de la publicación. Sin embargo, en cualquiera de sus versiones, su línea editorial se percibe teñida de un tono nostálgico, sobre la base de una mirada vuelta hacia unas supuestas raíces perdidas.

El análisis del discurso de una revista como *Folklore*, editada entre 1961 y 1981, se revelaba como un espacio propicio para comprender la dinámica social implicada en ciertos fenómenos culturales, sociales y políticos de nuestro país que se expresaron en sus páginas y de los que ella misma formó parte como agente activo. Surgieron así las primeras preguntas: ¿Quiénes fueron los artistas más promocionados por la revista? ¿A quién le hablaba y cuáles fueron otros enunciadores con los que entró en diálogo? ¿Qué imagen construyó de sus lectores y del resto de los agentes del campo? ¿Cuáles fueron los debates que se dieron en sus páginas? ¿En cuáles de ellos se brindó como un espacio liberado al despliegue de posiciones antagónicas; y en cuáles puede encontrarse la manifestación de la propia postura? Fruto de la búsqueda de respuestas a estas inquietudes, tomaron forma los objetivos de investigación.

En un sentido general, el trabajo pretende aportar al campo de estudios sobre las revistas como objetos de la cultura en relación con las condiciones sociales de las cuales emergen. Al poner el foco en el ámbito de las músicas populares, muchas veces marginado de la mirada académica a pesar de su importancia en la construcción de identidades sociales y culturales (Vila, 1996; Frith, 2001), se espera contribuir a las reflexiones sobre el pasado reciente de nuestro país como aporte a la memoria en tanto construcción colectiva (Halwachs, 2004).

En términos específicos, la investigación se propuso: (a) reconstruir las condiciones sociales en las que se dio la producción de su discurso teniendo en cuenta tanto el proceso social global como la especificidad del campo del folclore; (b) analizar las estrategias discursivas que dan cuenta de los posicionamientos asumidos por los agentes y (c) identificar las diversas polémicas cristalizadas en las páginas de *Folklore* para describir, a través de ellas, las tensiones constitutivas del campo entre 1961-1981.

### ***Repensar el valor de las revistas como objetos de la cultura***

Acompañando la lectura de la obra de Bajtín que propone Pampa Olga Arán, el discurso de una revista como *Folklore* obliga a pensar el entramado de los enunciados que lo integran como eslabones de una cadena de sentidos histórica e infinita, aunque no lineal ni teleológica. A partir de la categoría bajtiniana de *dialogismo* (Arán, 2016, p. 83), la autora adhiere a una concepción de la cultura como motorizada por la producción de sentidos, que impregna con su materialidad sígnica la totalidad de los saberes, prácticas y discursos<sup>8</sup>.

La memoria compleja y conflictiva de la cultura se aloja en la palabra, en sus usos y en sus sentidos colectivos que, como ya vimos, son siempre ideológicos y múltiples. (...)

Palabra, memoria e historia se anudan (...) no hay sentido que se pierda, todo sentido se recupera y transforma. (Arán, 2016, pp. 55-56)

Si el estudio de la discursividad social encuentra en los textos la unidad mínima transdisciplinaria para observar la dinámica cultural<sup>9</sup>, las revistas —como objetos de la cultura—, constituyen un escenario favorable para apreciar el diálogo, históricamente marcado y universal a

---

<sup>8</sup> Según el desarrollo del círculo de Bajtín, la conciencia es un hecho social que se plasma en la realidad sígnica, en los signos objetivos de la cultura y los signos internos del individuo; por lo cual llega a la conclusión de que lo individual es siempre social; en una concepción que recuerda a la idea de las disposiciones del *hábitus* en Bourdieu (Bourdieu y Wacquant, 1999. Pp. 80-83).

<sup>9</sup> “El texto es la realidad primaria y el punto de partida para cualquier disciplina del campo de las ciencias humanas (...) El objeto real es el hombre social que habla y se expresa también con otros medios. No hay posibilidad de llegar a él y a su vida sino a través de los textos sígnicos creados o por crear” (Bajtín, 1982: 305).

la vez, entre signos “multi acentuados”<sup>10</sup> (Arán, 2016, p. 50). En ellas tiene lugar una polifonía de voces que exceden los límites de sus páginas e instituyen en cada enunciado no solo la propia imagen sino también la figura del otro. Todo en ellas es “palabra viva” (p. 86), engendrada por enunciados previos y provocadora de nuevas respuestas; y es también por ello, territorio de disputa por los sentidos y valoraciones.

Desde el punto de vista de una sociología contemporánea de la cultura (Williams, 1994), el estudio de las revistas en su especificidad pertenece a una zona discursiva fértil para la consideración del lenguaje y del arte como fenómenos no marginales o periféricos, sino centrales en el desarrollo de las sociedades, especialmente en un contexto caracterizado por la presencia cada vez mayor de los medios y tecnologías de la comunicación. Al decir de Raymond Williams, “una sociología de la cultura debe interesarse por las instituciones y formaciones de la producción cultural” así como de “las relaciones sociales de sus medios específicos de producción” (p. 28). Según esta perspectiva, toda práctica cultural considerada en su condición de proceso productivo, no se deriva de un orden social constituido, sino que participa ella misma de su propia constitución. Su definición habilita una convergencia entre la acepción generalizada de cultura en tanto actividad intelectual y artística, y su sentido más antropológico: cultura es el sistema significativo a través del cual un orden social “se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga” (p. 13).

Los trabajos sobre revistas culturales son un acceso a la dinámica social de las fuerzas históricas que sostuvieron los debates en cada contexto, en función de la capacidad que presentan estos discursos para desplazarse con ductilidad sobre los límites de “lo decible” en una época (Gilman, 1999, p. 466). Beatriz Sarlo (1992, p. 9) define la revista cultural como un “espacio de

---

<sup>10</sup> Con el término, Bajtín define al signo como un espacio cargado de ideología, inmerso en una dialéctica y que no se corresponde con una concepción de la lengua como un sistema abstracto.

alineamiento y conflicto” surgido ante la percepción de un vacío y una necesidad en el campo por parte de un grupo de intelectuales que deciden intervenir activamente sobre él. De este modo, las revistas se posicionan como “constructoras informales de genealogías y proyectos culturales” (Patiño y Schwartz, 2004, p. 648): cada una a su modo y desde su especificidad impulsan la dinámica cultural como espacio de disputas y polémicas, convirtiéndose en lugares privilegiados para leer las huellas de las condiciones sociales que las hicieron posibles.

Como documentos de cultura, el tiempo de las revistas es siempre presente; y este anclaje a un *ethos* epocal, posibilita detenerse en un determinado estado del campo y observar las huellas de las circunstancias de su aparición. El programa que explicita el proyecto que crea y defiende una publicación da cuenta de la intensidad de su protagonismo en el campo político y cultural. Como si se tratara de un portal a su época, estudiarlas es un gesto de apertura, alerta, discusión y diálogo en el tiempo —y no tanto contra el tiempo— desde donde es posible resignificar debates que aún permanecen vigentes (Siragusa, 2006; Beigel, 2003 y Rocca, 2005).

### ***El lugar de las revistas de la industria cultural***

Lo coyuntural, lo programático y lo dialógico son, por lo tanto, tres aspectos en los que radica el carácter político de estos dispositivos de enunciación. Aunque se trata de aspectos analizados principalmente sobre el discurso de revistas literarias/culturales, estas categorías pueden ser también extensivas al estudio de una publicación como *Folklore*, nacidas al calor del mundo del espectáculo y convertidas en instancias de reconocimiento y consagración de artistas y celebridades. Sin embargo, por lo general este tipo de revistas pertenecientes a la cultura de masas y editadas bajo las condiciones industriales de producción, circulación y consumo que organizan la industria cultural (García Canclini, 1989), ocupan un lugar marginal como objeto de

estudio en el ámbito académico. En todo caso su inclusión suele reservarlas como fuente de datos e información más que como un objeto en sí mismas, como en el caso de las referencias a *Folklore* por parte de la tradición de investigaciones sobre el folclore argentino<sup>11</sup>.

Tania da Costa Garcia (2013) afirma que, para el caso de aquellas investigaciones que toman a la música popular como expresión de valores y visiones de mundo de una época, las fuentes impresas permiten remediar el vacío existente a la hora de abordar la cuestión de sus condiciones históricas y materiales de producción. “Orientadas exclusivamente a la escena musical, más general o específica, englobando sus creadores, intérpretes, productores, circuitos y públicos”, proveen una ventana para descubrir los vaivenes de un campo en permanente movimiento (Da Costa, 2013, p. 213). Da Costa deja en claro la necesidad de trabajar con un método de exploración detallada de cada una de las fuentes, sus características formales y sus condiciones de existencia<sup>12</sup>, para evitar que el investigador quede atrapado por su aparato discursivo. Bajo estas premisas, Da Costa utiliza, para su investigación, dos tipos de revistas, que podrían clasificarse como *especializadas en música*, por un lado, y *revistas de radio*, por el otro (Da Costa, 2010).

Su definición de “revistas especializadas” coincide con la elaborada por Leandro Donozo, quien toma como criterio para su catálogo de revistas de música a aquellas “publicaciones seriadas impresas que incluyen exclusivamente o en su mayor parte textos sobre la música y sus diferentes aspectos, géneros y problemáticas” (Donozo, 2009, p. 20). Por otro lado, las revistas

---

<sup>11</sup> La revista *Folklore* fue consultada por numerosos trabajos entre los que destacamos algunos como antecedentes para esta investigación y cuyos aportes serán desarrollados más adelante (Díaz, 2009; Molinero, 2011; Chamosa, 2012; Patiño Mayer, 2016, entre otros).

<sup>12</sup> De acordo com os procedimentos metodológicos indicados para se trabalhar com a imprensa como objeto/fonte da pesquisa, são necessárias as seguintes informações: periodicidade, tempo de circulação, número médio de páginas, colaboradores permanentes e eventuais, seções permanentes, possível perfil do público consumidor, podendo englobar ainda o projeto gráfico da revista e as possíveis modificações no decorrer de um período, a iconografia veiculada e até mesmo os anúncios publicitários a fim de mapear os patrocinadores do periódico. (Da Costa, 2013: 2015)

de radio se identifican con lo que Alina Mazzaferro denomina *revistas de la canción popular* y que utiliza como fuente para su desarrollo; en el que reconoce como fundamental el rol que cumplieron estos semanarios en el impacto sobre el terreno político y social provocados por *la cultura de la celebridad* en la Argentina y su potencialidad para trastocar “las esferas de lo público y lo privado, transformando la política y otras prácticas sociales del mundo contemporáneo” (Mazzaferro, 2015, p. 12).

Milagros Cavallo se apoya en esta última definición de publicaciones clásicas del género de la canción popular e identifica en los contenidos de *Folklore* “las mismas perspectivas de consumo” (Cavallo, 2013, p. 24)<sup>13</sup>. En su tesis final de Licenciatura en Historia, pone en relación el contenido de la revista *Folklore* con su marco político mediante una descripción del contexto cultural, haciendo énfasis en el período de la última dictadura cívico militar (1976-1981); y destaca el rasgo nacionalista como la estrategia discursiva que le permitió a la publicación mantenerse en el mercado a pesar de la censura operada sobre el campo. Su trabajo adquiere relevancia para esta investigación por ser el único antecedente en considerarla en su especificidad como objeto de estudio<sup>14</sup>, y por su caracterización de *Folklore* como un órgano fundamental para “entender la coyuntura política argentina de la década del setenta en su relación con la cultura” (2013, p. 24), caracterización con la que coinciden incluso aquellos que la abordan exclusivamente como fuente para sus investigaciones.

---

<sup>13</sup> Aunque al realizar un estudio más pormenorizado, encontramos en sus páginas características de las revistas especializadas, e incluso contenidos que desbordan lo musical, con la incorporación de artículos que exceden este aspecto del fenómeno folclórico.

<sup>14</sup> De hecho, Cavallo refiere complicaciones para conseguir la colección completa –de la que finalmente debió resignar los números que van desde mayo 1973 a marzo 1976.

### ***La(s) música(s) popular(es) y su contribución a la construcción de identidades***

Lo popular no solo recupera los sentidos y valores que circulan dentro de una cultura; también moldea y afecta a la naturaleza de dichos valores y sentidos dentro de una sociedad. Por ello, desde el Círculo de Birmingham y la tradición de los Estudios Culturales —de la que también formó parte Raymond Williams—, Richard Hoggart (1974, pp. 195-203) defendió la necesidad de un abordaje crítico de las obras artísticas que buscara responder a preguntas sobre la sociedad en la que se originan y no solo sobre lo inmanente en su lenguaje. Si el planteo es actual para la reconsideración del lugar al que fueron relegadas las publicaciones de la industria del espectáculo respecto del universo más amplio de las revistas culturales; lo mismo sucede con la indagación sobre las implicancias estéticas, políticas e ideológicas en la historia cultural de las músicas populares, consideradas con menosprecio en relación a las formas musicales académicas, a pesar de su valor para comprender las sociedades en que se producen y circulan. Sucede que, como sostiene Pablo Alabarces (2007), “solo es posible reponer un significado fuerte de lo popular leyéndolo como la dimensión de lo subalterno en la economía simbólica”, por lo que nuestro análisis debe pensarse en un contexto de “distribución compleja y estratificada de los bienes culturales, donde a lo popular no le toca el centro hegemónico” (p. 40).

Las expresiones musicales surgidas en el campo del folclore —y sobre las que versa parte sustancial del contenido de la revista *Folklore*— se corresponden con la definición de música popular como aquella que presenta el carácter de “mediatizada, masiva y modernizante” (González, 2001, Fundamentos de un nuevo campo, párrafo 2), en la relación simbiótica que mantiene con la industria cultural, la tecnología y las comunicaciones. Se trata de bienes simbólicos cuya realidad presenta una doble faz: en un sentido restringido y propiamente simbólico por su valor estético, y en un sentido de mercancía, por su valor mercantil (Bourdieu,



2003, p. 88); y que generan para su reconocimiento un sistema de *instancias de consagración* del que, para el caso del folclore, la propia revista *Folklore* se constituyó como engranaje fundamental.

Para discutir esta cuestión del valor que desde el sentido común la contrapone a la llamada música culta, Simon Frith (2001) incorpora en su reflexión sobre la música popular la categoría de “trascendencia” (p. 422), no como independencia respecto a las fuerzas sociales, sino justamente derivada del hecho de que tanto una como la otra se encuentran organizadas por ellas. Esto le permite un abordaje estético de las músicas populares que pone entre paréntesis la noción de autenticidad y que no indaga sobre lo que las obras tienen de verdadero sino sobre el proceso mediante el cual se establece sobre ellas esa idea de verdad *a priori*<sup>15</sup>. Desde su punto de vista, la cultura popular habilita la “ubicación cultural de lo individual en lo social” (p. 419) y por eso es entendida como construcción más que como expresión de un colectivo.

Bajo la misma conceptualización no esencialista de las *identidades*, Pablo Vila (1996) sostiene que estas son “el producto de la compleja interacción de narrativas acerca de nosotros mismos y los ‘otros’” y se asientan sobre la base de una permanente lucha discursiva por el sentido de las experiencias -creadas discursivamente- vinculadas a las diversas relaciones sociales y posiciones dadas en una sociedad y tiempo determinados. Allí, la música popular ocupa “un lugar privilegiado, al ser un tipo de artefacto cultural que provee a la gente de diferentes elementos que ellos utilizarían, al interior de tramas argumentales, en la construcción de sus identidades sociales” (Vila, 1996, párr. 30)<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> Según el autor, las funciones que cumple la música popular para sus oyentes son: convertirse en símbolo de la identidad del colectivo, proporcionar una vía para administrar la relación entre la vida emocional pública y la privada, dar forma a la memoria colectiva y constituirse como algo propio o que se posee (Simon Frith, 2001).

<sup>16</sup> Más adelante, el autor se interesa por el papel que juega en esta construcción la dimensión afectiva, que fluye como una energía en los contextos de recepción de las músicas, y la entiende como articuladora de las vivencias subjetivas –los significados, valores y emociones—que aquellas inspiran y corporizan (Vila, 2017).

*Música popular, valor, identidad y afectividad*, son categorías que, tomadas bajo el enfoque de una sociología de la cultura, resultan útiles para examinar la práctica discursiva de los editores de *Folklore* en el marco de las tensiones del campo vinculadas, por un lado, a la relación de las prácticas artísticas con los saberes tradicionales; y por el otro, a su inserción en los mecanismos de producción propios de la industria cultural. Una serie de investigaciones que han indagado en las últimas décadas sobre el tema del folclore, desde distintas disciplinas como la semiología, la socio semiótica, la historia y la musicología, aportan su andamiaje teórico como antecedentes inmediatos de este trabajo.

## **1.2.El folclore argentino como objeto de estudio**

Una de las dificultades a la hora de estudiar los fenómenos asociados al folclore es el tema de la polisemia de la terminología empleada. A ese respecto, resulta interesante el aporte de Diego Madoery (2017) quien sitúa el problema en la separación histórica —considerada para este trabajo como una tensión constitutiva del campo discursivo del folclore— entre los bienes considerados folclóricos por los folclorólogos de principios de siglo, como Carlos Vega (1898-1966) o Raúl Cortazar (1910-1974); y el repertorio musical de producción y circulación en los medios de comunicación (véase también Juliana Guerrero, 2014). Para ello, Madoery se incorpora a la tradición de trabajos que han intentado diseccionar el concepto para eliminar lo que tiene de restrictivo destacando su carácter *émico*, es decir, su empleo tal como ha sido utilizado históricamente en los propios contextos de producción y recepción de los repertorios:

Proyección folklórica, nativismo, música popular argentina de raíz folklórica, folclore moderno, folclore profesional, ‘eso que llamamos folclore’, este campo, movimiento, conjunto de prácticas y géneros, escena/s, es un territorio vasto en producciones musicales en el que, lentamente, comenzamos a saldar la ausencia de su estudio. (Madoery, 2017, párr. 10)

Claudio Díaz (2009) define al folclore como “una red de relaciones sociales en el marco de las cuales se desarrolla una competencia por la legitimidad y la consagración” (p.41) entre agentes diversos: compositores, intérpretes, poetas, intelectuales, periodistas, medios de comunicación especializados, productores y empresarios, entre otros. Desde esta perspectiva socio semiótica, el folclore puede ser visto como un campo social (Bourdieu y Wacquant, 1999) en el que los agentes mantienen entre sí una competencia por el capital específico, tanto material —recursos escasos y valorados— como simbólico —criterios de valor y monopolio de la nominación legítima—. Las propiedades de este concepto sociológico se cumplen para el caso del folclore ya que:

- a) Tiene lugar bajo un conjunto de condiciones sociales específicas y según reglas de enunciación determinadas como un microcosmos social, con una lógica particular y relativamente autónoma,
- b) Esta lógica depende de lo que es identificable en él como un tipo de capital en juego, y que en el caso del folclore se refiere al reconocimiento de la producción discursiva como expresión auténtica de lo nacional. Ello depende del cumplimiento de ciertas reglas que definen el sistema de posicionamientos en el campo,
- c) El proceso de conformación de estas reglas impuestas como dominantes, así como de los discursos que irrumpieron en distintos momentos disputando su hegemonía, forma parte de su desarrollo histórico y de la progresiva autonomización del campo, en función de su diferenciación y legitimación con respecto a otros campos dentro de la cultura de masas.

La revista *Folklore* nació en un momento de auge que se dio como corolario de un proceso cuyas raíces se sitúan a fines del siglo XIX y comienzos del XX. Como sugiere Oscar Chamosa (2012) para un desarrollo histórico de lo que llama *movimiento del folclore*, la variedad de

ideologías, sectores económicos e intereses políticos que acompañaron el surgimiento del folclore fueron los factores que contribuyeron a su fortalecimiento. Las matrices culturales que posteriormente darían forma a aquel mercado de música tuvieron originalmente su germen en las corrientes de pensamiento positivista que orientaron las políticas demográficas del gobierno central<sup>17</sup>.

### ***La historia del campo: desde el nacionalismo romántico hasta el boom***

Como bien señala Ricardo Kaliman (2003) a la explicación etimológica que sitúa en su origen al término anglosajón *folklore* como “el saber sobre los saberes del pueblo”; se le agregó la connotación esencialista heredada del romanticismo germánico, que concebía a cada pueblo —*volk*— como ligado espiritual y esencialmente a su territorio natural —*volkgeist*— (pp. 20-23). Estas concepciones participaron del surgimiento en nuestro país de la ciencia que fundó su tradición académica en nombres como Carlos Vega, Isabel Aretz o Raúl Cortazar. Desde su enfoque positivista, la Ciencia del Folclore se dedicó a la identificación y descripción de las comunidades *folk*<sup>18</sup> en trabajos dominados por una percepción idealizada y nostálgica de la vida rural y preindustrial; desde la cual se calificaba a estas sociedades como lo “auténticamente

---

<sup>17</sup> Según Oscar Terán (1987) la corriente positivista configuró la matriz mental dominante de la época de consolidación del estado nacional; en articulación con instituciones estatales como las educativas, sanitarias, militares o jurídicas. El autor resume los lineamientos teóricos desde los cuales se pensaban los desafíos de la sociedad del momento, debatiéndose entre las bondades del progreso y los conflictos sociales asociados –de acuerdo a su perspectiva– al crecimiento de la población en manos de las oleadas de inmigrantes de fin del siglo XIX (pp. 11-55).

<sup>18</sup> Según Marta Blache y Beatriz Dupey, la categoría de *Sociedad Folk* fue tomada prestada de la antropología norteamericana por el folklorólogo Raúl Cortazar para designar una forma de comunidad homogénea, pequeña, aislada, autosuficiente, aferrada a tradiciones ancestrales y con tecnología simple a las que estaba reservada la posibilidad de producir saberes que pudieran considerarse como folclore, es decir, aquellas manifestaciones populares, colectivas, tradicionales, orales, anónimas, empíricas, funcionales y regionales (Blache y Dupey, 2007, pp. 305-308).

nacional”, categoría que se imprimió como una huella en la producción posterior del campo (Chamosa, 2012, pp. 25-26).

Más adelante los objetos de curiosidad etnográficos de aquellos primeros estudios —los sujetos humanos de las comunidades locales— pasaron a ser considerados como *la verdadera Argentina*, cuando las condiciones económicas, políticas y sociales de comienzos del siglo XX llevaron a una crisis de representación del estado liberal. Ante la necesidad de hacer frente a la inestabilidad del orden social con un proyecto de unidad nacional<sup>19</sup>, la oligarquía terrateniente e industrial del noroeste profundo se adjudicó la representación simbólica de la esencia identitaria nacional y, apoyada por el sector de intelectuales de la elite, instauró un dualismo cultural que contraponía valorativamente lo provinciano frente a lo cosmopolita y desarraigado de la capital. Los aportes de los escritores de la Generación del Centenario, con Leopoldo Lugones y Ricardo Rojas como sus principales representantes, fueron claves en la articulación de críticas al liberalismo cosmopolita mediante el rescate de la figura literaria de del gaucho<sup>20</sup>, en un campo que comenzaba a solidificarse “sobre la base de las corrientes nativistas y tradicionalistas” vinculadas al nacionalismo en su vertiente conservadora (Díaz, 2009, p. 221).

Mientras los espectáculos de circo criollo y la literatura de folletín recogían elementos del criollismo para entretener a las clases populares; los intelectuales de la elite operaron una síntesis de estos valores en las ideas del nacionalismo cultural. Aquella cultura criollista común modeló las relaciones sociales entre peones y terratenientes, que se encontraron, como miembros de una

---

<sup>19</sup> Benedict Anderson desarrolla un concepto antropológico de *nación* nacido durante la conformación de los estados modernos, y la entiende como la construcción de una imagen de comunión por parte de grupos abarcados entre fronteras invisibles pero flexibles, que comparten sentimientos de fraternidad y anhelos de libertad y soberanía. Desde este punto de partida, el apego de las personas a sus “comunidades imaginadas” se explicaría como sistema cultural que nace por oposición a los marcos de referencia pre modernos; junto al avance del capitalismo como sistema de producción y relaciones, y el desarrollo de las tecnologías de comunicación (1993, p. 70).

<sup>20</sup> Claro que, en este proceso, toda connotación contestataria previa asociada a la figura del gaucho quedaba excluida y se llenaba al significante de un contenido simbólico a la medida de las clases dominantes por un efecto de lo que Raymond Williams (1994) entiende como tradición selectiva.

misma familia, en la inquietud compartida por la preservación de las tradiciones (Chamosa, 2012)<sup>21</sup>. El apoyo de los intelectuales vinculados al poder gubernamental impulsó la tarea recopilatoria que hizo surgir los primeros cancioneros, en base a trabajos realizados por Manuel Gómez Carrillo, Juan Alfonso Carrizo, Juan Draghi Lucero, y Ventura Linch. Su difusión a lo largo del país a cargo de los artistas pioneros, como Andrés Chazarreta, Atahualpa Yupanqui, Buenaventura Luna, Hilario Cuadros, Julio Argentino Jerez, Los Hermanos Ábalos, entre otros, promovieron “la nacionalización de prácticas que hasta ese momento permanecían regionalizadas” (Díaz, 2009, p. 81)<sup>22</sup>. Aquel circuito, que empezaba a emerger entre los años 20 y 30, experimentó un fuerte impulso en las décadas siguientes.

Durante la década del 40 las políticas gubernamentales del gobierno peronista —desde su doctrina nacionalista y antiimperialista— fomentaron “la inserción del folclore en las escuelas, peñas y bailes barriales” (Chamosa, 2012, pp. 145-146). A partir de los años 50, la consolidación de centros urbanos surgidos de la creciente industrialización de las ciudades durante las décadas previas favoreció asimismo la difusión del folclore. Las formas de ocio y recreación de los obreros que habían emigrado del interior para incorporarse a los cordones fabriles estaban mucho menos vinculadas al tango que a la música nativa de sus provincias de origen, como sostiene Sergio Pujol (1999, p. 216).

Todas estas fueron las condiciones de posibilidad para el desarrollo del folclore como una industria cultural que, al llegar a la década del 60, se manifestó en el *boom* folclórico: un

---

<sup>21</sup> Ampliaremos esto en el capítulo 4.

<sup>22</sup> Los autores consultados coinciden en señalar el mismo hito como fundacional para el proceso de aceptación masiva de las expresiones artísticas del folclore. El momento se sitúa en 1921, cuando el maestro y recopilador santiagueño Andrés Chazarreta se presentó junto a su Compañía de Arte Nativo del Norte en el teatro Politeama y llevó al folclore a un escenario de la capital por primera vez. Este hecho inédito fue celebrado por Ricardo Rojas en la prensa del día siguiente, y su importancia histórica hasta fue señalada por el propio Atahualpa Yupanqui (Kaliman, 2003, pp. 41-42; Chamosa, 2012, p. 101).

crecimiento exponencial del mercado de la música popular nativa ayudado por el desarrollo de las tecnologías de reproducción y difusión.

### ***Folclore, capital específico y criterios de valor***

Las primeras elaboraciones discursivas en el campo habían sido resultado “de una apropiación de cierto conjunto de prácticas populares por parte de los sectores intelectuales de las sociedades nacionales, para acomodarlos e interpretarlos en función de sus propias categorías y sus propias necesidades históricas” (Kaliman, 2003, p. 25). Por eso, contenían una paradoja intrínseca: las reglas y criterios de valoración se basaban en la comprobación de un mínimo o casi nulo contacto de las prácticas folclóricas evaluadas con la modernidad; y sin embargo esas mismas reglas y criterios habían sido creados sobre las disquisiciones del campo intelectual occidental en un momento histórico dado, por lo que formaban parte, en consecuencia, de “la historia de la propia modernidad” (p. 26).

El proceso de ampliación y modernización del campo revivió las tensiones constitutivas en su dinámica y dio origen a nuevas disputas por el monopolio de la definición del ser nacional, de la mano de los nuevos agentes incorporados durante la década del sesenta. Un nuevo paradigma estético e ideológico —cuyo principal exponente fue el movimiento Nuevo Cancionero— nacía en oposición al “paradigma clásico”; cuestionando su hegemonía en la definición de las reglas legítimas de producción artística en el campo, mediante expresiones coherentes con el protagonismo de la juventud y su potencia revolucionaria como características de la época (Díaz, 2009, pp. 197-249)<sup>23</sup>. Como afirma Carlos Molinero,

---

<sup>23</sup> Con el término *paradigma*, Costa y Mozejko hacen referencia a “las reglas que definen lo normal, lo aceptable y que tienen la entidad de uno de los factores objetivos que conforman el espacio de posibles, (...) regulaciones que, mientras están vigentes, delimitan no sólo lo posible y pensable, sino que generan la definición de lo legítimo y, por lo tanto, de lo digno de ser reconocido y aceptado o rechazado y excluido” (2002b, pp. 16-17), en una mirada que

En los diez años posteriores a 1965 se produce un fenomenal incremento de presencia de la canción social en vector político, tanto en cantidad como en intensidad de mensaje, y se incorporan al folklore una serie de temas específicos que desde entonces lo habitan y que fueron convirtiéndose en casi un “decálogo” de la canción militante (Molinero, 2011, pp. 207).

Bajo todas estas condiciones históricas el campo fue configurando el sistema de relaciones entre sus agentes en base a la posesión del capital cultural o simbólico específico del campo, es decir, de “aquello que se considera valioso en el seno de un cierto conjunto social, pero que en realidad adquiere tal valor solo en virtud de esa misma aceptación social” (Kaliman, 2003, p.18). En el campo del folclore, su proceso de autonomización respecto a otros campos de producción y la profesionalización de sus prácticas configuraron un sistema de instancias de consagración desde el que los empresarios, productores, y medios derivados de la industria cultural, fueron los encargados de dictaminar el valor de los objetos culturales producidos y la competencia de los agentes involucrados en su producción (Kaliman, 2003, p. 53).

Una de ellas es el festival de Nacional de Folclore inaugurado en 1961 en la ciudad de Cosquín, sobre el cual existe una vasta bibliografía que lo aborda en su especificidad (ver Patiño Mayer, 2016; Florine, 2016; Molina, 1986, entre otros). La otra es la revista *Folklore*, publicada por primera vez en julio del mismo año, y en cuyas páginas pueden rastrearse las huellas de su intervención sobre el campo específico del folclore y sus implicancias sobre el contexto político y cultural de la época.

---

destaca la relación entre los discursos y los distintos contextos institucionales regidos por normas que regulan dicha discursividad.



### 1.3. Aportes teórico metodológicos de un enfoque socio discursivo

Una investigación que se asoma sobre corpus discursivos en busca de huellas de sus condiciones socio históricas —y que en este caso consisten en las fuerzas antagónicas que conformaron las tensiones constitutivas del campo del folclore, entre otras— necesita de categorías de análisis que afronten la relación problemática entre discurso y sociedad. Este trabajo toma el camino trazado por el análisis del discurso en su perspectiva analítica, es decir como herramienta de reflexión teórica sobre diferentes problemas y campos de investigación empírica. Los instrumentos metodológicos empleados en este trabajo resultan útiles para contemplar los debates desarrollados en las páginas de *Folklore* en el marco de un campo históricamente configurado bajo tensiones entre los diversos agentes, ya que proponen un cruce interdisciplinario entre las ciencias del lenguaje y la sociología, en articulación con los saberes del campo en que el discurso de la revista fue producido.

Ricardo Costa y Teresa Mozejko (2001, 2002) entienden, desde una perspectiva socio semiótica, que toda práctica —incluyendo la discursiva— es una práctica social; y por ello señalan la necesidad de superar la noción del texto como producto cerrado y comprenderlo como proceso a la luz de “sus condiciones de producción” (2002a, p. 11). De este modo, identifican dos dimensiones del análisis: el proceso social y el dispositivo de enunciación:

- Por un lado, existen sujetos sociales que llevan la agencia desde un *lugar* preciso (aunque dinámico) en el sistema de relaciones que integran y desde el que extraen su propia “*competencia*”, es decir su “capacidad de hacer”, fundada en la posesión y dominio de los recursos socialmente valorados.

- Por el otro, el acto enunciativo construye sujetos textuales que llevan las marcas del proceso mencionado, es decir, que son “la objetivación de las condiciones de producción del discurso”. (Costa y Mozejko, 2002a, p. 30).

Las nociones de *coherencia* y de *estrategia*<sup>24</sup> permiten establecer los vínculos entre las dos dimensiones no como “reflejos, refracciones u homologías”, sino como una derivación de “la capacidad de acción, en cuanto alternativas objetivamente abiertas al agente social, dada su posición y control de recursos” y de “la orientación en la acción, que define las preferencias dentro de las alternativas posibles” (Costa y Mozejko 2001, pp. 34-35). Así planteado, el contexto no es algo que pueda analizarse externamente, sino que siempre debe ser considerado a través de las representaciones que se hacen de él los participantes. Con frecuencia, los componentes de las condiciones de producción discursiva —el género discursivo, el rol de los participantes, la naturaleza del marco espacio-temporal— son ellos mismos objeto de conflictos y negociaciones.

### ***Herramientas metodológicas del análisis del discurso***

La perspectiva metodológica con la que el análisis del discurso se consolidó desde los años 60-70 como campo académico, a partir del Giro Lingüístico en las ciencias humanas<sup>25</sup>,

---

<sup>24</sup> Esto implica aceptar que no existe entre ellas un determinismo, sino que los agentes obran sus procesos de opciones bajo una cierta autonomía:

La existencia de autonomía y alternativas de acción, por limitadas que sean es constitutiva de un concepto de acción como estrategia”, Una “toma de distancia tanto en relación al determinismo como a la libertad sin más; entre ambos polos se recorta el camino de lo posible.

(...) Por ello las prácticas, entre ellas las discursivas, son manifestaciones del uso que hace el agente social de su espacio de posibles, es decir, constituyen muestras de la estrategia adoptada dentro de los márgenes de acción definidos por su posición relativa. (Costa y Mozejko 2001, pp. 17-18)

<sup>25</sup> El Giro Lingüístico y la centralidad que tomó la dimensión discursiva propia de la materialidad de los objetos de estudio en las ciencias humanas fue lo que llevó a considerar el análisis del discurso como campo transdisciplinar más allá de las Ciencias del Lenguaje, en un proceso que es síntoma y consecuencia de la crisis del estructuralismo en las Ciencias Sociales (Maingueneau, 1989).

representó la posibilidad de superar el salto entre *objetividad* y *subjetividad*, problema heredado del estructuralismo lingüístico de la Escuela Francesa<sup>26</sup>. Según Elvira Narvaja de Arnoux (2006) la instrumentación metodológica de la caja de herramientas analíticas de esta práctica interpretativa interdisciplinaria no implicaría una reducción simplificadora de lo real; sino que, por el contrario, bajo el paradigma de la complejidad y en el marco de un contacto necesario y productivo entre disciplinas, se plantea “como derivado de la articulación de lo discursivo con lo social” en las reflexiones contemporáneas (p. 18).

Entre las corrientes teóricas que le dieron origen y que continúan brindando su marco analítico, este trabajo reconoce los aportes de la Teoría de la Enunciación (Benveniste, 1966); las Teorías de los Actos de Habla (Austin, 1982) y sus implicancias más cercanas en el tiempo, en la Teoría de la Argumentación en los Discursos (Amossy, 2000; Maingueneau, 2002, Micheli, 2008) y la perspectiva del análisis crítico (Van Dijk, 2000). Más allá de la especificidad de sus enfoques, todas ellas comparten como supuestos teóricos la consideración del “lenguaje como actividad”, el “carácter interactivo” de toda enunciación y la “contextualidad de los sentidos producidos en ella” (Maingueneau, 2005, p. 13). De allí que resultan efectivas para develar lo que no es transparente: aquello que los agentes pueden no proponerse decir, pero dicen, a través de los caminos discursivos que toman.

Esto se vincula con una concepción de sujeto como aquel que solo tiene un dominio parcial sobre su palabra, que no controla totalmente su discurso, que no es dueño de lo que dice, que metafóricamente es también hablado por otro. (Arnoux, 2006, p. 19)

---

<sup>26</sup> La célebre dicotomía saussureana entre *la lengua*, como norma e institución social y *el habla* como expresión individual, caótica, heterogénea de esa lengua y por lo tanto imposible de analizar, fue "el punto de partida de una 'segunda fundación' de la lingüística, aquella que, preocupada precisamente por los usos y las prácticas, postularía la noción de 'discurso', no como otro modo de nombrar el 'habla' sino como una diferencia cualitativa importante respecto de ella: el discurso, como puesta en juego de la lengua, algo que se dirime entre un 'yo' y un 'tú', es también social, intersubjetivo, sometido a reglas, lugar no sólo de una intencionalidad sino también de la repetición, de lo involuntario, del inconsciente" (Arfuch, 1995, pp. 36-37).

### La Teoría de la Enunciación

El gran aporte de la teoría de la enunciación es la concepción de los discursos como la puesta en funcionamiento de la lengua mediante un acto que construye lingüísticamente, en simultáneo, al sujeto enunciador y al sujeto a quien va dirigido el mensaje (Benveniste, 1999). Para dar cuenta de sus formas lingüísticas, lo presupone como un acto discursivo situado, que debe ser recuperado para su interpretación. Establece una distinción entre los conceptos que tienen un estatus completo y estable, y el “conjunto de signos vacíos”, es decir el aparato formal que se carga de un contenido único cada vez que es utilizado en el marco del sistema creado por la enunciación, en relación directa con el *aquí y ahora* del hablante (p. 87). Las referencias subjetivas a los lugares y tiempos del contexto constituyen un sistema indicial —que indica persona gramatical, ostensión demostrativa o fijación en un tiempo determinado— al cual se accede por intermedio de un análisis del sistema pronominal, verbal y otros componentes lingüísticos presentes en el dispositivo.

Catherine Kerbrat-Orecchioni (1986) propone el término *subjetivemas* para clasificar aquellos componentes léxicos cargados valorativamente. Así, a los *deícticos* —en tanto sistema de índices de persona, lugar y tiempo— y su función de anclaje, agrega los términos que llevan implícito un juicio de valor afectivo o axiológico. A través de ellos se puede acceder a las distintas dimensiones de la subjetividad: la aparición del sujeto de la enunciación, su relación con su interlocutor —lector— y las huellas de la actitud del sujeto respecto del propio enunciado/tema.

La *modalización* es otro acceso a estas huellas brindado por el análisis del aparato formal (Maingueneau, 1989). Consiste en observar las marcas de un posicionamiento que el sujeto

enunciador asume (a) frente a otros enunciadores (modalidad de enunciación), (b) frente al propio enunciado en relación con la verdad, es decir su falsedad, probabilidad, certidumbre, verosimilitud, o en relación con los juicios apreciativos (modalidades de enunciado lógicas o apreciativas), y (c) frente al objeto o tema de discurso; a partir de la carga modal presente en variaciones sintácticas, como la ubicación del tema/rema o la pasivación de la voz<sup>27</sup>.

La modalidad de enunciación puede desembocar en una teoría de los "actos de lenguaje", aprovechable para el análisis del discurso. Oswald Ducrot hace notar precisamente que el acto de ordenar implica cierta relación jerárquica; asimismo, el derecho de interrogar no se adjudica a cualquiera, y remite a un tipo particular de relación social. El mismo autor señala que el hecho de hacer una pregunta obliga al receptor a continuar el discurso, a responder. En otras palabras, por la vía de las modalidades de enunciación se contribuiría a construir esta teoría de las "relaciones interhumanas", de las que la lengua ofrece no solamente la ocasión y el medio sino también el marco institucional, la regla. (Maingueneau, 1989, p. 126)

Según Benveniste lo que caracteriza a toda enunciación es “la acentuación de una orientación discursiva hacia el interlocutor” que le otorga la estructura de diálogo y da lugar a la presencia de las dos “figuras” necesarias en él: como origen/fuente y como objetivo/meta (1999, p.88). Por otro lado, la inclusión de enunciados referidos al interior de los discursos, mediante citas o referencias directas o indirectas, revela la participación de otras voces, que pueden habilitar relaciones intertextuales como el plagio, la parodia, la polémica, la imitación o el comentario, entre otros mecanismos que pueden hallarse en el discurso de *Folklore*.

---

<sup>27</sup> Roman Jakobson (1981) desarrolló un esquema de las funciones del lenguaje de acuerdo a la jerarquización de los diferentes elementos en un intercambio comunicativo. Aunque se trata de un desarrollo que también busca superar el estructuralismo lingüístico, su formulación es anterior a la teoría de la enunciación. Sin embargo, siguiendo a Maingueneau (1989, pp. 122-123), sería plausible una articulación con la categoría de modalidad propuesta por aquella, con el mismo objetivo de evitar la mirada inmanente de los fenómenos discursivos y ponerlos en relación con sus condiciones de producción.

## La Teoría de la Argumentación en los Discursos

La idea de *continuum* (Amossy, 2000), según la cual todo discurso es la respuesta a discursos previos, es compartida por las teorías de la argumentación en el discurso. Aunque sin ser considerado estrictamente como integrante de esta corriente, la teoría sobre la producción y recepción de los discursos del ámbito político de Eliseo Verón coincide en este punto de vista. El autor desarrolla la noción de *semiosis social* (1993) para explicar la mecánica de producción de los discursos a lo largo de la vida de las sociedades y el concepto de “gramáticas de producción y de reconocimiento” (p. 189) para describir su dinámica. Además, complejiza la mirada sobre el dispositivo de enunciación y sus características formales e incluye el concepto de *paradestinario* como aquella zona gris situada entre los adherentes y detractores de un discurso, a la cual se dirigen los argumentos del locutor (1987)<sup>28</sup>.

Los recursos polifónicos empleados, la distancia del enunciador respecto del propio texto o respecto de otros enunciatarios, y la relación que establece con el *tú* de los enunciatarios, pueden verse como la articulación de propiedades de los discursos orientadas a influir en el decir, pensar o hacer del enunciatario. Las teorías de la argumentación retoman estas dimensiones propias de las Ciencias del Lenguaje y ponen el foco sobre las huellas de la presencia de otras voces y su relación con el discurso en cuestión mediante la utilización de categorías prestadas — y reactualizadas— de la tradición de la retórica clásica. La preocupación de esta corriente dentro del análisis del discurso es abordar las dinámicas sociales que estos encierran y observarlos como

---

<sup>28</sup> Verón amplía el antagonismo simbólico nosotros-ellos entre el enunciador y sus oponentes y delinea tres figuras imaginarias distintas a las que el locutor se dirige con su discurso: el prodestinatario, que comparte sus creencias y valores con el enunciador, y forma por ello parte de los mismos colectivos de identificación (*nosotros*); el contradestinario, oponente, excluido, que se considera como de creencias y valores contrarios al enunciador (*otros*), y el *paradestinario*, que es aquel destinatario al cual no se encuentra asociado aún en el colectivo de identificación (1987, pp. 4-5). Maingueneau (2008, p. 92) añade la categoría de *superdestinatario*, emparentada con la categoría del *lector modelo* (Eco, 1981), en este caso, como cierto tipo ideal de destinatario basado en su pertenencia a una determinada comunidad discursiva (por ejemplo, la científica).

cadena significantes de argumentación discursiva. A ese efecto proponen las categorías de *ethos*, *pathos* y *logos*; y la noción de *tópoi/loci* (o tópicos).

El *ethos* representa la proyección de una imagen de sí por parte de quien habla o escribe, desde el punto de vista de las estrategias discursivas empleadas. Dominique Maingueneau (2002) desarrolla algunas características originales de esta conceptualización heredada de la retórica clásica: (a) Se construye a través del discurso, (b) Está ligado al proceso de interacción orientado a influir sobre otro, y (c) Es una noción híbrida que toma en cuenta las dimensiones social y discursiva y por ello no puede ser aprehendido fuera de la situación de comunicación precisa e integrada a una coyuntura socio-histórica determinada (pp. 4-5). Ruth Amossy (2018) lo describe como una articulación entre aspectos discursivos y atributos reales que conforma el modo en que los locutores, o aquellos que toman la palabra, se muestran en su discurso y construyen una imagen de sí mismos.

En este sentido, los autores proponen algunos caminos útiles para reconstruir esta imagen a partir de huellas en el texto que constituyen las zonas de variación del *ethos*, es decir, las distintas formas en que puede construirse esa imagen y las diversas maneras en que la imagen es luego recibida. Se trata de aspectos que van desde la inscripción de la subjetividad en el discurso hasta su borramiento (Amossy, 2018, pp. 115-17); pasando por la constitución diversas formas de destinación del *ethos* —directa, doble, dirigida a un auditorio heterogéneo o en ausencia de destinación (pp. 123-133)— ; así como la contrastación entre el *ethos previo* (p. 84) o *prediscursivo* (Maingueneau, 2002, p. 57) y su actualización en el que se construye efectivamente durante el intercambio comunicativo, entre otras configuraciones<sup>29</sup>.

---

<sup>29</sup> Según la tradición aristotélica el *ethos* podía percibirse “como más o menos carnal concreto, o más o menos abstracto (...) más o menos axiológico (...), más o menos saliente, manifiesto, singular vs. colectivo, compartido, implícito, invisible (...) más o menos fijo, convencional, emergente, singular (...)” (Maingueneau, 2002, p. 58).

El *pathos* refiere a la dimensión pasional del discurso, que, en el marco del Giro Afectivo de las ciencias humanas, resulta insoslayable para la observación de todo fenómeno discursivo (Arfuch, 2016). El análisis del discurso debe ser capaz de identificar los *pathemas*, es decir, aquellas unidades del discurso que utilizan medios lingüísticos directos o indirectos que dependen del léxico, las construcciones gramaticales, la actualización del acto enunciativo, el despliegue narrativo, entre otros; para provocar cierto tipo de reacción afectiva en los lectores. En este sentido, es necesario recordar que las categorías de *ethos* y *pathos* se encuentran inevitablemente relacionadas ya que la inscripción del sujeto en la enunciación también se define por la afectividad (o ausencia de ella) expresada en el discurso; y esta afectividad tiene una función conativa que busca movilizar a los receptores en la medida en que estos compartan los principios y valores que la sostienen (Amossy, 2000, p.4-8).

Existen zonas dentro de un mismo discurso más proclives a la presencia de lo afectivo; así como hay géneros o subgéneros donde la expresión de la subjetividad del locutor es más aceptada (Narvaja y di Stéfano, 2018). Dentro de la diversidad textual que propone una revista como *Folklore* esto implicará un minucioso análisis de las reglas de conformación que siguen cada una de las secciones agrupadas en la muestra: editoriales y notas de opinión, ensayos académicos del ámbito de la folclorología y antropología, entrevistas. En efecto, aquellos contenidos donde las emociones son silenciadas junto con toda expresión de subjetividad en pos de una pretendida objetividad, también aportan datos sobre el *ethos* del enunciadador.

También es necesario vencer la falsa dicotomía entre estas nociones y la de *logos*, tal como ha sido revisada por las teorías modernas de la argumentación (Micheli, 2008). La diferencia entre persuadir y convencer, o mejor aún, la escisión entre la función central de la razón y la secundaria de las emociones se pone en discusión. En palabras de Elvira Narvaja: “En



la medida en que se considera que el despliegue intelectual no es ajeno a las emociones (estas pueden orientarlo en una u otra dirección) y que ellas, además, pueden tener su propia ‘racionalidad’” (Narvaja y Di Stefano, 2018, p. 2).

### **El Análisis Crítico del Discurso**

Otra categoría proveniente de la retórica aristotélica es la de *topoi* (Wodak, 2003, 2009), que se define como los *lugares comunes* dentro de la argumentación. Al formar parte de un imaginario cultural compartido se convierten en fórmulas fijas para los interlocutores, cuyas conclusiones se presentan como incuestionables. Ya sea que presenten un carácter explícito o utilicen inferencias para el pasaje del desarrollo argumentativo a las conclusiones, son comúnmente aceptados por tratarse de creencias de una colectividad que se supone compartida por los interlocutores “incluso antes del discurso en el que se emplea” (Anscombe y Ducrot, 1985, p. 156).

El análisis de los *topoi* constituye un punto de cruce entre las teorías de la argumentación y la perspectiva del análisis crítico del discurso, que “subraya el carácter fundamentalmente lingüístico y discursivo de las relaciones de poder en la sociedad contemporánea, carácter que proviene en parte de cómo se ejercen y negocian las relaciones de poder en el interior del discurso” (Fairclough y Wodak, 2009, pp. 387-391). La perspectiva crítica del Análisis del discurso asume el presupuesto de la performatividad de los discursos desarrollado por la pragmática lingüística (Austin, 1982)<sup>30</sup> y, bajo la premisa de una relación dialéctica entre

---

<sup>30</sup> La pragmática lingüística postula la existencia en el lenguaje de un componente que pone en relación a los signos con sus usuarios, es decir, con sus usos y sus efectos sobre quienes los actualizan en los intercambios signícos. Una de sus corrientes más representativas es la Teoría de los Actos de Habla, que surgió con las investigaciones de Austin (1962) y se ocupa de la “dimensión ilocucionaria” del lenguaje, es decir, qué es lo que *se hace* cuando se habla (escribe).

discurso y sociedad, lo pone en diálogo con la mirada gramsciana y foucaultiana sobre el poder y con el enfoque sobre los productos culturales “como expresión de las contradicciones del todo social” (Fairclough y Wodak, 2009, pp. 370-371). Esta perspectiva aporta herramientas para explorar las representaciones del mundo, las relaciones sociales y las identidades colectivas y personales engendradas en los discursos y se concentra en la relación entre los medios y la política; la reproducción de prejuicios en la conformación de la opinión pública, y la diferencia entre el ejercicio del poder *en* el discurso o *sobre* el discurso.

### ***Técnicas de recolección de datos, análisis e interpretación del corpus de estudio.***

En resumen, este trabajo busca reconstruir las marcas de las tensiones constitutivas del campo del folclore en el discurso de la revista *Folklore (1961-1981)*, entendido este último como práctica social, es decir, como resultado de la gestión realizada por los agentes “en un doble espacio de posibles —discursivo y social— que impone necesidades y, al mismo tiempo, deja abiertas alternativas para la adopción de estrategias” (Costa, 2015, p. 13). Con herramientas del análisis del discurso orientadas a reconstruir estas estrategias discursivas, la metodología empleada responde predominantemente al paradigma cualitativo<sup>31</sup> en su disposición para tomar en cuenta la complejidad de lo social y sus implicancias (Sautú, 2003).

Como sostiene José María Serbia, un muestreo que apunte a registrar la dimensión simbólica de las prácticas humanas “no puede concretarse a partir de patrones de medidas o con dispositivos estandarizados” ni “ceñirse a una estrategia inflexible y anacrónica”. Se trabajó con un diseño abierto y flexible, en el cual la producción y análisis de datos se dio de manera recursiva,

---

<sup>31</sup> Este fue el paradigma predominante en el diseño de la investigación, aunque se también se emplearon procedimientos propios de técnicas cuantitativas; por ejemplo, al contabilizar las menciones de los respectivos artistas en los cancioneros publicados o los distintos tipos de anunciantes que predominaron en cada etapa.

es decir decidiendo cada paso a seguir conforme a la información producida y analizada en cada instancia. Los resultados de la investigación provienen, así, de un proceso dialéctico<sup>32</sup>, en el cual los datos producidos se imprimen en el “sujeto en proceso” de la investigación modificándolo; y generan a su vez nuevos datos (Serbia, 2007, pp. 127-133).

Después de sortear los problemas de acceso al total del material y tras haber realizado una observación exploratoria sobre los 316 números existentes, se partió del problema de investigación para pasar “del objeto empírico” al “objeto de conocimiento” (Arnoux, 2006, p. 10) ya que todo corpus entendido como una “colección” posee, junto a su dimensión histórica e ineludible, una dimensión construida, en la que el investigador participa activamente mediante un esfuerzo teórico del cual se desprende un nuevo sistema de relaciones que lo interroga de manera original (Dalmaroni, 2009, p. 74). En este sentido, el corpus se conforma simultáneamente del conjunto de los textos seleccionados y de la operación mediante la cual se realiza ese recorte y ordenamiento, en torno a ciertas preguntas (Garramuño, 1997).

La exploración de la colección completa de la revista *Folklore* permitió ingresar en su discurso sin intermediarios y descubrir en sus páginas el clima de la época. El primer recorte, realizado mediante una técnica de selección aleatoria de 35 números saltados de diez en diez (incluyendo el primero y el último), buscó garantizar un repaso por las distintas coyunturas históricas y sociales en la política argentina de las dos décadas abarcadas. Nuevas lecturas exploratorias revelaron en su discurso la presencia de una multiplicidad de voces y diversas disputas discursivas entabladas entre ellas. Esto permitió identificar cinco conjuntos textuales dentro de los contenidos:

---

<sup>32</sup> Con este término, Serbia se refiere a que “lo que se establece en los estudios cualitativos es una relación *sujeto – sujeto*; un sujeto interpretante de las interpretaciones de otros, que debe tener presente, en la medida de lo posible, las determinaciones de sus propias interpretaciones” (2007, p. 127).

1) Portadas: Se analizó el total de las 35 portadas en conjunto como un mosaico visual; además se seleccionaron algunas de ellas en particular para establecer entre ellas un diálogo compositivo, y se agregaron tres portadas muy significativas que habían quedado fuera de la primera selección.

2) Entrevistas: Debido al gran volumen de entrevistas contenidas en la muestra se procedió a un nuevo recorte siguiendo el criterio de relevancia y peso del entrevistado en el contexto del mapa de artistas de la época; indicador que se construyó mediante la observación de la asiduidad con que aparecía cada artista en los cancioneros publicados por la revista (Ver Tabla 1). Además se tuvo en cuenta la articulación de las notas de entrevista con otros contenidos del ejemplar; por ejemplo la relación con la portada o los Grandes Éxitos<sup>33</sup>.

3) Editoriales con y sin firma, columnas y notas de opinión: en estos contenidos, los posicionamientos y puntos de vista suelen expresarse más directamente en relación con la coyuntura histórica y social. Además, articulan un programa común sobre temas coincidentes, aunque adoptando distintos tonos y construyendo diversas relaciones con el lector; y son buenos indicadores de la construcción de la agenda del medio, es decir, permiten conocer aquellos debates que el medio juzga como más relevantes.

4) Ensayos y discusiones académicas: Selección de distintos artículos con una perspectiva académica y didáctica sobre aspectos musicales o no musicales en torno a la delimitación conceptual del folclore. Incluye secciones fijas y algunos artículos o columnas aleatorias.

---

<sup>33</sup> Se trataba de ediciones especiales dedicadas en su totalidad a un mismo artista o conjunto. También era posible encontrar entre los cancioneros publicados la obra reunida de algún compositor o intérprete destacado bajo ese título.

5) Cancioneros y sección de Grandes Éxitos: análisis de la frecuencia de aparición de los artistas y sus composiciones en los segmentos destinados a difundir el repertorio folclórico más escuchado —o destacado por algún motivo— en cada período.

El trabajo de análisis sobre cada conjunto evidenció la presencia de marcas textuales generadoras de efectos de sentido pertinentes respecto de la pregunta de investigación, es decir, asociadas a las huellas del diálogo que *Folklore* estableció con su época y los posicionamientos dentro de él. De esta manera la muestra inicial fue periodizada de la siguiente manera en relación al *staff* y los hitos históricos de la época:

- 1961-1965 (Dir. Julio Márbiz): N° 1, N° 10, N° 20, N° 30, N° 40, N° 50, N° 60, N° 70, N° 80, N° 90, N° 100 (Tirada quincenal).
- 1965-1969 (Dir. Félix Luna) y 1969-1974 (Dir. Julio Márbiz): N° 110, N° 120, N° 130, N° 140, N° 150, N° 160, N° 170, N° 180, N° 190, N° 200, N° 210, N° 220, N° 230 (Tirada mensual).
- 1974-1978 (Dir. Marcelo Simón) y 1978-1981 (Dir. Blanca Rébori): N° 240, N° 250, N° 260, N° 270, N° 280, N° 290, N° 300, N° 310, N° 316 (Tirada mensual y bimensual).

Además de la recolección de los datos mediante técnicas del análisis discursivo sobre las ediciones seleccionadas, se realizaron entrevistas abiertas a actores implicados en el fenómeno estudiado, durante dos instancias situadas temporalmente en extremos opuestos. Las primeras entrevistas fueron durante la fase exploratoria, coincidentes con el rastreo del material, sobre una selección de personas referidas como lectoras de la revista y posibles dueñas de colecciones físicas de sus ejemplares. Estas primeras preguntas sirvieron para obtener más precisión respecto a la publicación desde el punto de vista de su recepción, arista que no fue profundizada una vez

que la investigación estuvo centrada en la revista con sus condiciones de producción. Hacia el final del proceso se realizó una entrevista por vía telefónica a Blanca Rébori, la única de los ex directores de *Folklore* que estuvo disponible para una conversación distendida que apuntó a aclarar algunas zonas de sombras en cuanto a fechas y participaciones, especialmente para el período histórico de la dictadura cívico militar, caracterizado por una opacidad propia de las prácticas de censura de prensa.

Se utilizó el software de análisis cualitativo Atlas-ti, que proporciona herramientas de codificación de segmentos textuales dentro de los documentos y posibilita la conformación de categorías conceptuales mediante su agrupamiento, y se trabajó con grillas de análisis construidas según la especificidad de los agrupamientos en diversos tipos textuales. El abordaje analítico no fue conclusivo en una única instancia sino que presentó una dinámica de vaivén entre el corpus y la teoría para hacer surgir categorías emergentes del propio relevamiento e interrogación del material. Así comenzaron a delinearse las variables de análisis para la búsqueda de cambios dentro de las recurrencias visibles a lo largo de la historia de la publicación: los simulacros de sujeto que habitaban los discursos, los temas y tópicos sobre los que se percibían las disputas más frecuentes entre ellos, los diversos posicionamientos en torno a los criterios de valoración de las prácticas folclóricas; y el modo como hacían eco, o no, de las tensiones intrínsecas en la construcción del *Ser Nacional* en el marco del proceso social global.

De este modo, la conformación del corpus de análisis final se realizó siguiendo criterios de comprensión y pertinencia más que de representatividad estadística; y buscó incluir a todos los componentes que reprodujeran, mediante su discurso, relaciones relevantes. La primera selección obtenida se contrastó con una línea de tiempo elaborada según los hitos de la historia del campo específico y de la política nacional intentando una correlación entre estas fechas y los ejemplares

correspondientes. Así se incorporaron aquellos que pudieran ser pertinentes para el análisis, como el caso del N° 283, dedicado a la cobertura del Campeonato Mundial de Fútbol de 1976. A su vez, el trabajo de análisis del material redirigió la lectura hacia artículos que estaban por fuera de la primera muestra<sup>34</sup>. Aquello que en la investigación cuantitativa tiene como prerrogativa que la probabilidad de selección de cada unidad sea determinada con precisión de antemano, en una investigación como esta se orientó a la elaboración de un diseño flexible y abierto, orientado a “localizar y saturar el espacio simbólico, el espacio discursivo sobre el tema a investigar” (Dávila, 1999, pp. 77-78).

---

<sup>31</sup> El detalle de la muestra completa se encuentra en el apartado Apéndice 2: Listado de Fuente Documental. Asimismo, todos los ejemplares de la revista están disponibles en <https://ahira.com.ar/revistas/folklore/> para su consulta online.

## CAPÍTULO 2

### **Entre la cultura y el espectáculo: La revista *Folklore* y la invención de un formato**

Entre los antecedentes revisados en el capítulo anterior, repasamos los aportes de aquellos que toman al folclore como objeto de estudios, y conocimos la genealogía que estos autores trazan en la historia del campo. La descripción de una dinámica de las relaciones sociales engendradas en él partía desde su enraizamiento en las elaboraciones nacionalistas de la elite intelectual a fines del siglo XIX y principios del XX, tomaba luego como hito fundacional aquel debut del espectáculo folclórico a cargo de Andrés Chazarreta en Buenos Aires en 1921, y llegaba hasta la explosión del fenómeno cultural y social conocido como *boom* del folclore. Estas aproximaciones nos permitirán comprender el lugar desde el que emergió el discurso de la revista *Folklore*, asumiendo un rol central en el campo y en particular en la articulación de las posiciones del resto de los agentes. En este capítulo describiremos las características del mapa de las publicaciones especializadas en música popular al momento de la incorporación de *Folklore* al sistema de medios masivos de la época. Luego, analizaremos las constantes discursivas sobre las que la revista construyó, por un lado, una imagen como enunciador legítimo; y por el otro, la especificidad del contrato de lectura propuesto a sus destinatarios. Finalmente, dedicaremos un tramo al análisis de los avisos de anunciantes públicos y privados que publicitaron en sus páginas.



Entendemos que la aparición de una revista como *Folklore* se produjo, entre otras cosas, como resultado de la configuración del espacio editorial de publicaciones existente en ese momento. Pero, a su vez, su lanzamiento provocó movimientos y transformaciones sobre el resto de los títulos existentes y, por ende, tuvo implicancias en el moldeamiento de las subjetividades de los miembros de la sociedad donde estos discursos circulaban. En este sentido, Eliseo Verón (1988) sostiene que un *medio* es un concepto sociológico más que un soporte tecnológico.

Esto es así porque las publicaciones escritas, los programas de radio y los de televisión, no son solo el medio para la producción de discursos interrelacionados, sino que inciden conjuntamente sobre todo un sistema de prácticas de producción y reconocimiento de sentidos asociado a ellos. Los medios conforman estructuras institucionales, redes de relaciones que finalmente inciden en la construcción de sentidos, valores e imaginarios. Es decir, son parte de las condiciones de producción que imprimen sus huellas en los discursos circulantes. Este grado de complejidad del fenómeno exige para su análisis partir de macro conceptos que permitan “comprender la influencia de las condiciones productivas sobre los discursos y por consiguiente el enraizamiento de estos últimos en la sociedad y en la evolución histórica” (Verón, 1988, p. 11).

Pero no se trata solo de estructuras institucionales, sino también de reglas específicamente discursivas en relación con las modalidades de enunciación, los temas y los conceptos. En palabras de Foucault:

En el análisis que se propone aquí, las reglas de formación tienen su lugar no en la ‘mentalidad’ o la conciencia de los individuos, sino en el discurso mismo; se imponen, por consiguiente, según una especie de anonimato uniforme, a todos los individuos que se disponen a hablar en ese campo discursivo. (...) En todo caso, las reglas de formación de los conceptos, cualquiera que sea su generalidad, no son el resultado, depositado en la historia y sedimentado en el espesor de los hábitos colectivos, de operaciones efectuadas por los individuos (...). El campo preconceptual deja aparecer las regularidades y

compulsiones discursivas que han hecho posible la multiplicidad heterogénea de los conceptos. (Foucault, 2015, pp. 84-85)

Es decir que un discurso en diálogo con otros no solo compite sino que convive con aquellos, que son parte de sus condiciones de producción. A través de las diversas formas de coexistencia dentro de las distintas *formaciones discursivas*, los enunciados funcionan como cuerpos de verdades de otros enunciados que asumen o rechazan los conceptos vertidos por ellos; e incluso pueden asumirlos como dominios de validez, de los que toman ciertos principios generales o modelos para transferir, a los que el filósofo denomina “campos de presencia y concomitancia”. Otra forma de coexistencia es a través de las relaciones que se establecen entre ellos: filiación, génesis, continuidad y discontinuidad histórica, o en términos de Foucault, “dominios de memoria” (Foucault, 2015, pp. 78-79).

Concretamente, la pertenencia a las estructuras organizacionales de las que dependen los discursos mediáticos será un aspecto ineludible si nos proponemos comprender la emergencia de una revista tan abarcadora y diversa como *Folklore*, que ya desde su denominación hacía referencia a un conjunto de prácticas artísticas y culturales igualmente variadas y heterogéneas<sup>35</sup>. A pesar de que por su temática *Folklore* podría haberse inscrito en cierta genealogía de publicaciones culturales dedicadas a la difusión de las costumbres criollas como expresión de la tradición nacional, el contenido de sus páginas y algunas de las estrategias discursivas desplegadas en ellas apuntaron a colocar su producto en el mercado de publicaciones especializadas en espectáculos. Esto le llevó a poner en un primer plano de sus contenidos al

---

<sup>35</sup> Sin embargo y en relación con lo antes dicho, sería oportuno recordar que no se llamó así originalmente: hasta el quinto ejemplar apareció bajo el título *Aquí está el Folklore*, justamente el mismo nombre del programa conducido en ese momento por Julio Márbiz en radio Belgrano. Además, como desarrollamos más adelante, durante esos cinco primeros números figuró como suplemento incluido dentro de la revista *Tanguera*, perteneciente a la misma empresa editorial.

folclore “moderno”, entendido como fenómeno de la industria musical según la denominación con la que Ricardo Kaliman (2003) refiere a:

este circuito popular que se desarrolla en contextos urbanos y se comercializa incluso en niveles industriales a través de los medios masivos de comunicación, con autores reconocidos que hacen valer sus derechos de propiedad, que innovan incesantemente en la incorporación de nuevos recursos sonoros, de nuevas armonías, de concepciones melódicas, y que sin embargo a menudo siguen reivindicando los lazos con una continuidad que reconocería su origen en ancestrales prácticas originalmente campesinas y anónimas. (p. 26)

Una vez integrada a esta cultura del espectáculo, la publicación entraría en una relación directa de competencia y complementariedad con los otros componentes del sistema de medios masivos de la época, sin perder su carácter nacionalista y guardando siempre un lugar para el reconocimiento al fenómeno folclórico como raíz y fundamento del arte que difundían sus páginas. La construcción de una legitimidad discursiva asociada a esta constante fue un elemento clave para consolidarse como espacio de consagración del campo.

## **2.1. Un vacío en el campo de publicaciones especializadas**

La primera edición de *Tanguera* data del año 1958 (Donozo, 2009, p. 161). Tres años más tarde, en julio de 1961, apareció en ella el suplemento “*Aquí está el Folklore*”. Este se mantuvo durante cinco números tras lo cual se independizó como publicación separada a partir de noviembre de ese año, aumentando su periodicidad de mensual a quincenal y su formato en unos centímetros. Estos serían los primeros de una serie de cambios que pueden leerse, junto a otras adaptaciones de contenido y *staff*, en clave de estrategias adoptadas por sus directivos y editores para el sostenimiento de la publicación a lo largo del tiempo.

La primera estrategia discursiva había sido, justamente, la iniciativa del mentor de este proyecto editorial organizado en torno al folclore como fenómeno social y cultural en ascenso.

En el origen de la publicación se destaca la figura de Alberto Honegger, un empresario santafesino de ascendencia suiza quien se asoció con su hijo Ricardo para fundar, sobre la base de la imprenta comercial de la familia y con ahorros reunidos tras una carrera ferroviaria de más de veinte años, una modesta editorial que con el tiempo cobraría más importancia. Desde esa firma se concretaron algunos de los proyectos que hasta entonces no habían representado más que anhelos de un “aficionado a la cuestión nativa” (Cavallo, 2013, pp. 24): *Tanguera, Folklore* y más adelante, *Todo es Historia*.

Tal como se desprende del relato articulado por las entrevistas al editor, así como por algunos artículos editoriales y notas especiales firmados por él mismo que pueden encontrarse en la revista [Nº 100, 1965, p. 3]; [Nº 126, 1966, p. 48]; [Nº 316, 1980 pp. 4-5]<sup>36</sup>, la idea fue motivada por una percepción personal en torno a la ausencia de toda referencia a lo autóctono en el resto de publicaciones de espectáculos de la época. Allí encontraba su razón de ser la revista *Folklore*, y este fue el programa con el que se presentó al público desde el primer artículo editorial en su número de lanzamiento:

Hoy salimos a la calle. Con la intención de reflejar en estas páginas todo lo que ocurra en el mundo del folklore. Las inquietudes de sus intérpretes. El trabajo de las Peñas y Círculos Tradicionalistas. Trataremos de que todo el material que llegue al lector esté realizado siguiendo una línea de sinceridad. Con los intérpretes. Con el lector. Y con nosotros mismos. Destacaremos lo bueno. Para que sirva de ejemplo. Apuntaremos lo malo. Para que no se haga. Trataremos de que la crítica sea constructiva. Porque es positiva. Pondremos el mejor empeño para no caer en el elogio desmedido, porque resulta negativo. Y destruye. AQUÍ ESTÁ EL FOLKLORE en sus manos. Ha sido realizado con sinceridad. Esperamos su opinión, amigo folklorista, estimado lector. Con vuestro apoyo construiremos la gran revista que el folklore esperaba. [Nº 1, 1961 p. 34]

---

<sup>36</sup> Las referencias a segmentos de la muestra se indicarán en corchetes que contienen la siguiente información: número de volumen, año de publicación y, en los casos en que estuviera visible, número de página.

La fundación de esta revista era una estrategia que respondía a la detección de un vacío en el campo de producción y circulación de bienes simbólicos y culturales, cuya naturaleza los convierte en “realidades de doble faz: mercancías y significaciones” y para los que el proceso de diferenciación tiene su principio “en la diversidad de los públicos a los cuales las diferentes categorías de productores destinan sus productos” Bourdieu (2003, p. 88). La particular configuración que asumió el discurso de *Folklore* requiere analizar con más detenimiento este primer diagnóstico que anunciaba su programa y su adecuación a la realidad, complejizando la observación del escenario de publicaciones de su tipo en ese momento.

En este sentido nos será de utilidad la categoría de *género-P* (o “género producto”), propuesta por Eliseo Verón (1988) para el análisis de discursos de la prensa escrita. Con esta categoría, que se distingue de la noción bajtiniana de género, pero asume el mismo sentido dialógico, Verón hace referencia a la variedad de subespecies que se encuentran en el interior de determinado tipo de discursos, teniendo en cuenta las constantes de contenido a nivel semántico. Para el caso que estamos analizando, se trata de un tipo de publicaciones cuyos contenidos se vinculaban al ámbito de la cultura, específicamente especializadas en música popular.

Según Verón, cada zona de competencia directa está compuesta de una pluralidad de representantes de un mismo *género-P* que se enfrentan en el seno del proceso de producción y reproducción de sus “lectorados” (1988, pp. 14-15). Esta categoría permite visualizar la “zona de competencia directa” donde *Folklore* y el resto de las publicaciones pertenecientes al mismo *género-P* se enfrentaban unas a otras en la disputa por los lectores y anunciantes. No se trata de zonas estancas; por el contrario, se encabalgan parcialmente permitiendo que un mismo título o producto se sitúe en fronteras compartidas por varias de ellas, algunas de las cuales se encuentran en un estado de decadencia (en términos de difusión y ventas), otras en crecimiento acelerado y

otras estancadas. En este proceso, nuevos *géneros-P* aparecen regularmente, y constituyen el embrión de nuevas zonas.

La dinámica de competencia en este tipo de productos exige construir una singularización que los posicione frente a sus competidores y de este modo fortalezca el vínculo con un segmento delimitado del público, para finalmente convertirse en un mercado atractivo para potenciales anunciantes. Desde este marco entendemos la estrategia de diferenciación con la que el discurso de *Folklore* construyó su propia imagen frente a otros enunciadores cercanos a su posición en el campo. Para presentarse a sus anunciantes como la única en su género y presentar un formato novedoso, se posicionó como vocero del movimiento folclórico en el contexto del *boom* y puso a disposición desde sus páginas una herramienta para responder a las exigencias de sus lectores, un conjunto en principio identificado con el folclore pero que adquiriría la dimensión de un público cada vez más masivo.

Un antecedente ineludible para el estudio del discurso de *Folklore* es la revista *Nativa*, editada entre 1924 y 1956 bajo la dirección del poeta Julio Díaz Usandivaras. Esta revista literaria se postulaba como “órgano defensor y de propaganda de las cosas de nuestra tierra” (Díaz, 2009, p. 98). Sin embargo, la profunda diferencia entre estos proyectos radicaba en el tipo de “cosas nuestras” representada por el objeto de cada uno. *Nativa* promovía los valores de una esencia simbolizada en un amplio conjunto, que incluía desde “notas sobre los pintores argentinos de la corriente nativista, sobre los héroes de la independencia, sobre los tipos y pelajes de caballos, sobre la crianza de ganado, sobre usos y costumbres de los gauchos y de las diferentes regiones” (p. 100) hasta notas de opinión política, y relatos y poemas camperos. Sin embargo, el espacio reservado para el folclore musical se restringía poco más que a la difusión

de la tarea recopilatoria y a las composiciones de artistas como Andrés Chazarreta, por considerarla una “obra de difusión argentinista” dedicada a “cultivar y pulir” (p. 101).

Por el contrario, *Folklore* diseñó su contenido en torno al folclore como espectáculo y todo el circuito de artistas derivado de él, aspecto que había sido intencionalmente omitido por el proyecto de Díaz Usandivaras. Ello la inscribe más en la línea de publicaciones vinculadas al ámbito de las peñas folclóricas que estaban en auge por entonces. Como antecesoras de *Folklore*, en este sentido, encontramos a revistas como *Danzas Nativas* (1956-1958) editada por el Profesor de Danzas Pedro Berrutti —quien posteriormente sería colaborador de *Folklore*—; *Sucesos Folklóricos* (1959), dirigida por Marta Beatriz Prini; y *Correo de las Peñas, una revista para el folklorista* (1961), dirigida por José Villareal; que se dedicaron a la difusión de cancioneros, entrevistas y todo tipo de información relacionada con este ambiente<sup>37</sup>.

Pero cuando la revista de Honegger hizo su aparición desde las páginas de *Tanguera* hasta reemplazarla en el mercado, no buscaba entrar en un diálogo con estos títulos, de reducido alcance y público acotado. En su primera salida, el artículo editorial acusa con ímpetu que “para las revistas especializadas en cine, radio y televisión, el folclore no existe” [Nº1, 1961 p. 34], al advertir que la muerte de un integrante de la agrupación folclórica “Los Chalchaleros”, en un accidente automovilístico, fue completamente ignorada por esos medios. En este anuncio de su programa de puesta en valor del folclore, agrega una aclaración más que importante: todos han ignorado el tema “a excepción de Radiofilm”.

*Radiofilm* (1949-1961), *Radiomelodía* (1955-1961), *Cantando, la revista de la música Popular* (1957-1962) y la pionera y más antigua “*El alma que canta*” (1916-1961), son algunas de las revistas dedicadas a la música popular, que recién a fines de los años cincuenta habían

---

<sup>37</sup> [www.revistafolklore.com.ar](http://www.revistafolklore.com.ar)

empezado a incorporar algunos de los éxitos folclóricos transmitidos por las emisoras nacionales. La mención a *Radiofilm*, exponente de las “publicaciones clásicas del género de la canción popular” (Cavallo, 2013, p. 24), es una huella de la estrategia de *Folklore* que da cuenta de una perspectiva de consumo compartida con las publicaciones de su tipo. Aun cuando la definición de “revistas de música” las comprende (Donozo, 2009, pp. 20) en realidad implican un desborde de esa categoría ya que se encuentran más asociadas a la escena de espectáculos y a las figuras centrales de la programación radial:

La década del treinta vio nacer a un gran número de revistas y semanarios populares dedicados a informar a los oyentes respecto de la actividad radiofónica. Antena, Sintonía, Micrófono, Radio Cultura, Radio Revista, Ondanía y Radiolandia (que existió con anterioridad bajo el nombre de La Canción moderna) daban cuenta de que la radio había conformado un público y desplegaba, para esa época, un sistema de estrellas propio, conformado por algunas figuras del teatro y la canción de la década anterior pero también por otras nuevas, lanzadas por el nuevo medio. (Mazzaferro, 2015, p. 44)

Si este era el espacio de las publicaciones especializadas con las que *Folklore* compartía una misma zona de competencia, allí se encontraban las condiciones de producción que, de acuerdo a Eliseo Verón (1988) incidieron en su discurso, por lo menos en tres niveles. En un primer nivel, condicionamientos sobre la caracterización de los lectores, que debía ser coherente con las percepciones y representaciones que los editores tenían de aquellos sectores sociales elegidos como “blanco” (p. 14). En un segundo nivel, el condicionamiento de los discursos “co-presentes” en la zona de competencia, que facilitan la identificación de un nicho o vacío entre ellos para generar un contrato de lectura novedoso y singular. Finalmente, en un tercer nivel el condicionamiento de los potenciales anunciantes y la conformación del meta discurso, es decir, un discurso sobre sí misma con el objetivo de atraerlos. La venta de espacios publicitarios era la manera principal de garantizarse una supervivencia económica en ese contexto de autonomización del campo del folclore y de profesionalización de sus agentes (Bourdieu, 2003).



Utilizando estos tres niveles como herramientas para el análisis del discurso de *Folklore*, lo pondremos en diálogo con la escena del periodismo de espectáculos tal como estaba configurada al momento de su primera salida.

### ***Lectores que son oyentes y espectadores***

Las similitudes de forma y contenido que pueden encontrarse a simple vista en las portadas de *Folklore* y *Tanguera*, se explican no solo por la presencia de los mismos diseñadores y diagramadores de la editorial Honegger, sino sobre todo por la caracterización de un destinatario común para ambas publicaciones. Ambas apuntaban a un mismo *lectorado*, en términos de Verón (1988). ¿Qué transmitían sus portadas ocupadas por grandes fotografías de los ídolos musicales, ya fueran del tango o del folclore, sonrientes y mirando a la cámara o con la mirada perdida en el horizonte, emulando a las estrellas de *Hollywood*?

También la diagramación de los paratextos en sus portadas era similar entre ambos proyectos: la pequeña tipografía que aclara el nombre del artista, el peso del logotipo de la publicación ocupando el sector superior izquierdo y ciertos rótulos agregados sobre el diseño original, para destacar el anticipo de algún contenido extraordinario o exclusivo sobre estos artistas. La estrategia textual mediante la que construía su *lector modelo* no solo se apoyaba sobre las competencias esperadas en su enunciatario -en términos de preferencias e intereses, nivel de formación, conocimiento enciclopédico-, sino que contribuía a producirlas (Eco, 1981, pp. 80-81). Se trataba de competencias vinculadas a los hábitos de consumo del público en la industria del espectáculo: los potenciales lectores se encontraban entre los oyentes asiduos de radio. Precisamente, las revistas de espectáculos habían cobrado gran impulso con la expansión de la radio durante la década del treinta, gracias a la promoción en sus páginas de los artistas de

tango, que era la música popular del momento, con figuras como Luis Sandrini, Carlos Gardel, Libertad Lamarque, Niní Marshall, Hugo del Carril y Tita Merello (Mazzaferro, 2015, p. 56).

Hacia los años sesenta, mientras el campo de la música popular comenzaba a notar los efectos del *boom* folclórico en los escenarios y las emisoras radiales, los hábitos de consumo de medios en el país también comenzaban a modificarse, a raíz de la gran transformación que había implicado la incorporación de la TV. Por entonces comenzó a tomar forma un nuevo elenco de estrellas, propiamente televisivo, que estaba conformado por actrices y actores nuevos, así como conductores y humoristas, que ocuparon el lugar dominante que habían ocupado las estrellas de cine y radio dentro del espectáculo. La fama, comprendida como visibilidad de la intimidad, se incorporó como un nuevo criterio para el valor de los artistas (Mazzaferro, 2015, pp. 258-260).

Los ídolos brindaban sus vidas y su imagen para llenar las páginas de las revistas de actualidad. Estas publicaciones, tal como lo hizo *Folklore* desde su especificidad, aportaron a la consolidación de una *cultura de la celebridad* asociada a la industria del espectáculo (Alina Mazzaferro, 2015) cuya importancia era también de índole política y social. Como afirma la autora, el desarrollo de un sistema de estrellas al modo del *starsystem* hollywoodense proyectado por los medios de comunicación masiva llegó a trastocar “las esferas de lo público y lo privado, transformando la política y otras prácticas sociales del mundo contemporáneo” (p. 11).

De acuerdo a lo planteado, la *cultura de la celebridad* formó parte de las condiciones discursivas que *Folklore* compartía con el resto de los discursos periodísticos de espectáculos. Por primera vez se asumía que la música, en este caso la música folclórica, era también un espectáculo, con estrellas como las del cine o la televisión, y se lo abordó como tal. Justamente, con la aparición a comienzos de los sesenta de dos hitos orientados al público masivo, el Festival Nacional de Folklore y la revista *Folklore*, el campo alcanzaba por aquellos años un estado de

plena madurez. Nuestra publicación registró la conformación del incipiente sistema de estrellas con minuciosas descripciones textuales y amplios retratos, y contribuyó desde sus páginas a la creación de ídolos artísticos de gran popularidad.

El impacto de la televisión en el modo de llegar al público dio lugar a una nueva manera de hacer prensa en esa época y gracias a su capacidad de adaptación a las nuevas condiciones de producción, las revistas se convirtieron en uno de los hábitos de entretenimiento más populares. Ellas hallaron un equilibrio entre la presencia del texto y el uso de imágenes, fotografías e ilustraciones, tendiente a satisfacer las exigencias de una presentación visual de la información por parte de los lectores. Con el surgimiento del “Nuevo Periodismo” (Cavallo, 2013, p. 22), el público se inclinó por una mayor subjetividad y la presencia de opinión en la presentación de la información; lo que, junto a las pretensiones literarias de ciertos periodistas del rubro, dieron como resultado notas y entrevistas con marcada impronta de sus autores. León Benarós, Nora Raffo, Iván Cosentino, Marcelo Simón, Alma García, entre otros dejaron una huella de su pluma en el estilo de entrevistas y crónicas de *Folklore* como colaboradores especiales en distintos momentos de su publicación.

Diseñada sobre estas perspectivas de consumo del espacio de las revistas de espectáculos, *Folklore* debía buscar su propia personalidad. Si el tango había sido el productor de figuras para la música popular a partir de la expansión de las radioemisoras, el florecimiento de la nueva plataforma mediática y el mencionado *boom* del folclore propiciaron que nuevos artistas provenientes de la música nativa se incorporaran a la vida cotidiana de las familias. La identificación de este nicho de consumo novedoso fue la base desde la cual sus productores buscaron construir la singularidad del título desde su especificidad.

### ***La novedad del contrato de lectura: “Aquí está el folklore”***

Con el objetivo de destacar su proyecto en el mercado, Alberto Honegger convocó estratégicamente para la dirección a una figura fundamental del campo que le garantizaría una ventaja en la competencia con el resto de las publicaciones. Según el relato de los propios protagonistas en la revista, Julio Márbiz se quedó con el cargo de director después de una charla en la que descubrieron las coincidencias geográficas entre su pueblo natal, Noettinger, y el lindante pueblo de Chilibroste (ambos situados en la provincia de Córdoba), que había sido el último destino de Honegger como Jefe de Estación de Ferrocarril. Así lo recordaba Félix Luna: “Mi carrera ferroviaria, culminada a los 21 años de servicios, nos hizo vecinos. Habíamos escuchado su voz por la radio, no lo conocimos. (...) Confiamos en Márbiz, que por esos momentos era un joven que hacía sus primeros pasos (...)” [Nº 316, 1981 pp. 4-5].

Pero se podría afirmar que en realidad fue la resonancia de su nombre, en un momento de promisorio crecimiento profesional como locutor y presentador, lo que lo colocó frente al empresario como la mejor opción. Por entonces Márbiz conducía el programa “*Aquí está el Folklore*” los domingos por Radio Belgrano. También tenía presencia en la televisión desde su programa “*Argentinísima*”, y demostraba una particular capacidad para moverse con soltura en el ambiente mediático, lo cual lo convertiría, con el paso del tiempo, en uno de los agentes más importantes del campo, vinculado a iniciativas distintivas y exitosas como el Festival Nacional de Folklore de la ciudad de Cosquín. La impronta de Márbiz, sus ideas y su “capital social”, es decir los recursos actuales o potenciales de los que disponía en virtud de “su pertenencia a una red duradera de relaciones, conocimientos y reconocimientos mutuos más o menos institucionalizados” (Bourdieu y Wacquant, 1999, pp. 81-82), fue la clave del éxito del contrato de

lectura que vinculó al discurso de *Folklore* con sus destinatarios desde el primer número. Su firma de puño y letra quedó impresa e integrada al texto del primer editorial [Nº 1, 1961 p. 34] fortaleciendo la imagen del medio por la identificación de un agente conocido y referenciado. Este artículo inauguraba una serie que permanecería estable bajo la misma denominación durante veinte números: “Así ocurrió y así lo comentamos”.

El título elegido dejaba planteados dos niveles en la estructuración del mensaje enfatizados gráficamente con la diagramación en dos columnas. Por un lado, el de los acontecimientos, por el otro, el del comentario, que expresaba el punto de vista del director. Allí se explicitaba el programa de intervención sobre el campo que había asumido la revista desde su nacimiento y que consistía en una irrupción rotunda de la voz propia en el conjunto. Aquella no era una voz cualquiera, sino una autorizada para asumir la estrategia enunciativa de denuncia; una palabra de reprobación que señalaba la ausencia de lo folclórico en espacios en los que su presencia era una necesidad. Con la adopción de un tono enérgico en la redacción, la publicación asumía su personalidad distintiva frente al resto.

En el texto de aquel editorial, se celebraba el hecho de que en el Festival de la Canción, a realizarse ese año en Italia, hubiera participación de artistas argentinos y explicaba su entusiasmo "por lo que significará como vehículo de difusión en el exterior para que se conozca nuestro arte nativo" [Nº 1, 1961 p. 34]. Pero, en la columna de los comentarios, se lamentaba y calificaba como "imperdonable" que ninguno de los artistas seleccionados representara los "valores auténticos de nuestro folklore". Según Márbiz, en lugar de los seleccionados, que pertenecían al campo de la música ciudadana, “tendrían que haber viajado ATAHUALPA YUPANQUI, EDUARDO FALÚ, LOS FRONTERIZOS, LOS CHALCHALEROS o WALDO DE LOS RÍOS [Mayúsculas en el original]”. Desde el punto de vista expresado, el sentimiento de orgullo que

implicaba llevar representantes de nuestra cultura al exterior se contraponía a la afirmación vergonzante de que “en nuestro país seguimos improvisando”. En relación con esto, otro de los hechos que comentaba el director en el primer artículo editorial era la falta de programación musical asociada al folclore en Radio Rivadavia, a pesar de que “la juventud inclina su preferencia por el género nativo”. La opinión del editor buscaba generar una identificación de los lectores con la imagen de enunciatarios desoídos en sus intereses musicales y huérfanos de representación en la mayoría de las emisoras: “Esto ocurre en una emisora argentina, escuchada por argentinos, que gustan del folclore argentino, y no lo pueden escuchar, en esa emisora de nuestro país”.

El valor de la “sinceridad” [Nº 1, 1961 p. 34], mencionado hacia el final del mismo editorial funciona como un equivalente al tópico de autenticidad, concepto en torno al que históricamente se habían estructurado los criterios de legitimidad de las prácticas folclóricas. Si, tal como vimos en el apartado anterior, la discursividad del campo del folclore había estado atravesada ideológicamente por un nacionalismo de raíces románticas inspiradas en la defensa de la propia identidad cultural frente a las amenazas del mundo moderno, la aparición de *Folklore* provocaba una inflexión discursiva. En la propuesta de los agentes sociales implicados en su lanzamiento, la amenaza no estaba ya en la modernidad sino en no contar con un lugar en ella, y defender lo nuestro era ahora sinónimo de reclamar un lugar para el folclore en el mundo del espectáculo.

Desde esta plataforma, que aprovechaba la contradicción existente entre las formas modernas de producción y reproducción musical, y entendía los conceptos de *folclore* y *tradición* como equivalentes; el discurso de la revista *Folklore* construía su legitimidad como un vocero

crítico del movimiento. De esta manera buscaba consolidar su propia posición en el campo como espacio de consagración.

## **2.2. El *meta discurso* de *Folklore*: veinte años forjando una voz**

Hasta ahora hemos visto la iniciativa de *Folklore* como la respuesta ante el espacio vacío identificado por los editores dentro de los contenidos especializados: aunque el desarrollo del folclore “moderno” (Kaliman, 2003) o “profesional” (Madoery, 2017) se perfilaba como un mercado promisorio, el periodismo de espectáculos no había saturado aún las posibilidades de explotación del fenómeno del *boom*. En este sentido la incorporación al *staff* de Julio Márbiz fue clave para forjar la personalidad del medio con naturalidad. Durante los periodos que lo tuvieron como director editorial, el empresario aportó un trazo distintivo al discurso de *Folklore* que persistió en sus páginas incluso después de su alejamiento. Nos detendremos en las estrategias discursivas con las que *Folklore* configuró un *meta discurso* sobre sí misma, es decir, en aquellos contenidos mediante los cuales se presentaba frente a sus lectores, como parte de las tácticas de supervivencia en el marco de la competencia por el mercado de anunciantes.

La maquinaria que el lanzamiento de *Folklore* puso en funcionamiento implicó una retroalimentación entre el sistema de medios masivos y el campo del folclore. Mientras los medios especializados, con *Folklore* a la cabeza, comenzaban a abrir para los folcloristas un espacio de valor en la industria del espectáculo; el campo garantizaba una batería de contenido novedoso, actualizado y atractivo para sus páginas sobre la figura de artistas y referentes del *boom*; algunos consagrados y de amplia trayectoria, otros surgidos de la expansión del campo.

La figura de Alberto Honegger como “padre” del proyecto fue tomando fuerza desde *Folklore*. Este reconocimiento al editor puede observarse en el artículo editorial de ex director Félix Luna:

Queremos significar que si FOLKLORE ha persistido en su brega cinco años, ello se debe tanto al apoyo del público como al glorioso empecinamiento de sus editores. Honegger S.S. es una empresa que pasó por muchas alternativas. Tuvo buenas y malas épocas. Tuvo altibajos, instantes de optimismo excesivo y de pesimismo injustificado. Pero todo quedó salvado por la terquedad de Alberto Honegger en llevar adelante esta revista que es algo más que un órgano periodístico. [N° 126, 1965, p. 4-5].

El dueño de *Folklore* era presentado como una especie de “protector” o “benefactor” que emprendiera una “quijotada” en pos de la defensa de la cultura nativa sin reparar en los beneficios económicos que serían atribuidos al fruto de ese esfuerzo mancomunado del movimiento de folklore. Crear esta imagen de alguien genuinamente interesado en el aspecto nacionalista y tradicionalista del arte nativo en torno del empresario le permitía a la revista balancear la tendencia modernizante propia de la industria del espectáculo, sin perder audiencia.

Frases que pululan en el ambiente: ‘si no fuera por él, quién sabe cuál hubiera sido el destino de la revista’... ‘¡qué empeño en continuar!’... ‘Es admirable su tesón’... ‘hay que reconocer su empecinado afán por seguir con Folklore’. Para nosotros es alguien que ‘deja trabajar a gusto, que no interfiere en resoluciones porfiadas, que conoce la esterilidad de un editor decidido a intervenir en la redacción’. Que deja libertad de acción y de opinión. [N° 316, 1981, pp. 4-5]

Este tipo de comentarios se reiteran en los contenidos de la revista a lo largo del tiempo. Incluso él mismo, a pesar de haber firmado algún artículo editorial en ocasiones específicas y excepcionales, se encargaba de aclarar que su premisa era dejar que los periodistas fueran los encargados de lo periodístico en la revista [N° 197, 1971, p. 3].

Lo cierto es que su trayectoria en el campo lo vinculaba a los espacios nacionalistas de los círculos criollos, asociaciones nativistas e instituciones folklóricas, es decir, a las perspectivas más conservadoras y tradicionalistas del campo, pero su misión era sostener a



*Folklore* en el mercado. Por eso en este momento de máxima expansión de la actividad folclórica profesional que habilitaba el *boom*, la dirección puso en el primer plano de sus contenidos al folclore como espectáculo para alcanzar a un público cada vez más masivo —que a su vez participaba activamente señalando el rumbo de la información desde el espacio de carta de lectores—. El contrato de lectura respondía a la fidelidad de emisores y destinatarios a aquella premisa discursiva contenida en su programa de lanzamiento, que colocaba al título de referencia como un defensor de la tradición y de una herencia cultural constitutiva de la identidad argentina. El folclore recuperaba su status como marca cultural de la Nación y buscaba desprenderse de la carga negativa que las condiciones socio históricas de la década anterior le habían impreso al considerarla “música de negros” (Ariel Gravano citado por Díaz, 2015) o “música de sirvientas” (Pujol, 1999; Chamosa, 2012).

Montada sobre este eje de especificidad tradicionalista para sus contenidos, la publicación mantuvo así algunas constantes que funcionaban como marcas de singularización. Las portadas y contraportadas a todo color, las abundantes páginas dedicadas a cancioneros y las entrevistas de tono intimista fueron espacios reservados en sus páginas para impulsar a los artistas del momento. Los editoriales y las notas de opinión atraparon a los lectores haciéndolos parte de las polémicas y escándalos del campo. La inclusión de la voz de expertos en la Ciencia del Folclore a través de ensayos de intencionalidad didáctica la convirtieron en árbitro de lo auténtico en la cuestión nativa.

### ***La pelea por los lectores (y anunciantes)***

Como puede verse, el dispositivo de enunciación que desplegó *Folklore* no solo le garantizaba la afluencia de un público moldeado por la diversificación de sus consumos

mediáticos. Con su particular impronta logró edificar una imagen de enunciador como vocero legítimo del “movimiento” frente a representantes de otros campos como el político, empresarial o cualquier otro ámbito de la sociedad; lo cual contribuyó a consolidar su lugar como espacio de consagración insoslayable para los artistas del género. La aceptación de *Folklore* por parte de los lectores se reflejó en un movimiento de ascenso de ventas constante durante los años más álgidos del *boom*; cuando pasó de ser un tímido suplemento a alcanzar tirajes de 95.000 ejemplares luego de vencer rápidamente las dificultades de su inserción en el mercado. Junto a este aumento de ventas, sus páginas registraron una creciente cantidad y variedad de anunciantes<sup>38</sup>.

Así, logró posicionarse en la *zona de competencia* por el mercado de anunciantes del rubro comprendida por los proyectos editoriales con una oferta similar:

Las condiciones de producción tienen aquí la forma de un conjunto de restricciones que derivan, una vez más, no solo de las interpretaciones de las características “objetivas” de la población que constituye el lectorado del público, sino también de la recepción que los mismos anunciantes tienen del título de referencia y de sus competidores (Verón, 1988, p. 15).

Cuando la editorial Honegger demostró tal rentabilidad que le permitió reunir el capital necesario para convertirse en Sociedad Anónima, el entonces director Julio Márbiz vislumbró la posibilidad de lanzar su propia publicación para competir con *Folklore*, dando origen a la revista *Folklore Argentino: Actualidad folklórica mensual*. Aunque sin animosidades, y con una amable despedida por parte de sus empleadores Julio Márbiz abandonó el proyecto de los Honegger en 1965. Lo acompañaron colaboradores de fuerte impronta en la revista original —tal como

---

<sup>38</sup> Según la Asociación Argentina de Editores de Revistas aquella fue una época próspera para el mercado de las revistas gráficas, alcanzando el pico de ventas de revistas en 1963 con 5 millones de ejemplares en el país (Cavallo, 2013).

Marcelo Simón o Carlos Vega<sup>39</sup>— lo cual no deja lugar a dudas de que el nuevo proyecto estaba orientado al mismo público que la revista original.

Poco antes, en el año 1962, la empresa Multiventas había dado nacimiento a una revista bautizada *Guitarreada*, asociada al programa televisivo *Guitarreada Crush* que desde hacía algunos meses buscaba acercar a los jóvenes las novedades del campo del folclore desde la pantalla de Canal 13. Así fueron lanzándose al mercado nuevas publicaciones también orientadas a la difusión de la música nativa que se incorporaban al mercado, imitando algunas de las estrategias que había dejado en él la impronta de *Folklore*. Entre ellas se destaca la revista *Letra y Música: Revista de información*, aparecida en 1971 bajo la editorial “El Signo” y dirigida por Hamlet Lima Quintana. Posteriormente, en 1979 saldría a la venta *Peñero*, una revista de la editorial Kalko (Donozo, 2009). Por el lado de las revistas más especializadas, entre los años 1965 y 1966 artículos de tono académico enmarcados en la *folclorología* —que se encontraba en un acelerado proceso de desarrollo por aquella época—, fueron publicados en una revista llamada *Selecciones Folklóricas Codex*. Estaba orientada a un público principalmente de la ciudad de Buenos Aires, y buscaba poner en conocimiento de aquel las costumbres, prácticas y vocabulario de las distintas regiones argentinas (ver Tuninetti, 2012).

Como bien analiza Verón, el equilibrio hallado por las publicaciones en un nicho de mercado siempre es inestable y precario. Existen factores que impactan constantemente tanto de manera positiva como negativa en el número de ventas y que son por ende determinantes para la continuidad del medio (Verón: 1988, p.16). En este caso, factores externos a la relación entre agente discursivo y destinatario —la aparición de nuevas publicaciones en la zona de

---

<sup>39</sup> Integrantes del *staff* de *Folklore* ligados a su primer director: Simón tuvo a cargo las crónicas del festival de Cosquín como corresponsal desde Córdoba, Carlos Vega brindó su aporte desde la Ciencia del Folclore. En capítulos siguientes se desarrolla su aporte a la revista como enunciadores desde sus respectivos espacios textuales en ella.

competencia— requirieron un esfuerzo extra por parte de *Folklore* para mantener su posición central en el campo.

Así y todo, las mayores dificultades fueron motivadas por factores intrínsecos —aunque siempre se trata de elementos interrelacionados y difícilmente individualizables— al contrato de lectura que vincula a editores, *lectorado* y anunciantes, según desarrolla Verón:

Las condiciones de producción pueden comportar importantes contradicciones internas. La estrategia discursiva que puede parecer corresponderse mejor con la valorización del título por parte de los anunciantes, puede no ser compatible con aquella que parece satisfacer mejor a los lectores del título y que por lo tanto parece la más apropiada a la producción-reproducción del lectorado. Los ‘compromisos’ entre estas instancias pueden tener como resultado modalidades discursivas que tienen por efecto, sea una disminución de la publicidad (con sus consecuencias sobre la estabilidad financiera del título), sea una disminución del lectorado, sean las dos cosas. (1988: 16)

De esta manera, hay una concordancia entre las causas internas de la crisis que llevó a la desaparición de *Folklore* a comienzos de los años ochenta y los de la crisis que afectó a todo el campo: la pérdida de interés por parte del público más joven en el arte nativo. La inclinación de las nuevas generaciones primero y del resto de lectores después hacia los géneros de música moderna que comenzaban a cobrar protagonismo, provocaron contradicciones en los requerimientos de lectores y de anunciantes. La migración del mercado de lectores comprometía la renovación del público y afectaba la capacidad de sostener las ventas.

Claudio Díaz (2020) analiza la relación conflictiva en términos de fuga de público uno al otro espacio que existió entre los campos de la música moderna —también llamada nueva ola o música joven— y el del folclore. Los años sesenta, marcados por primera vez por la presencia de la juventud como actor social, suscitaron algunas tensiones generacionales en el ámbito del consumo de músicas populares que enfrentaban universos de sentido opuestos: el ritmo del *rock'n roll* representaba lo moderno y novedoso en oposición a la idea de lo tradicional tomado

en un sentido negativo, como anquilosado y estático. A su vez, la influencia musical internacional representaba una atractiva propuesta deslocalizada y universalizante, que, en contraposición, reducía los alcances del folclore al ámbito de lo local, quitándole ventaja.

Frente a esta tensión, el discurso de *Folklore* asumió la estrategia de plasmar en sus páginas todos aquellos debates surgidos en el campo: específicos y generales, constitutivos y coyunturales. Haciendo eco de una conflictividad que alimentaba ciertos aspectos de su carácter y estilo, la revista instauró su voz en el campo como la de un juez o árbitro que mediaría los debates, siempre en defensa del folclore.

A su vez, fue necesario poner a circular una serie de tópicos que acompañaran esta estrategia. El primero de aquellos supuestos compartidos, que pueden leerse en lo dicho y lo no dicho por el discurso de la revista, consistía en pensar en el país, en su cultura, y en el campo del folclore puntualmente, como una familia cuyos miembros se encuentran unidos por un permanente esfuerzo mancomunado de mantenerse a flote ante las adversidades, incluso cuando existieran diferencias entre ellos. Ello remite necesariamente a la idea de *illusio*, como la propiedad de los campos según la cual su funcionamiento puede compararse al de un “juego” (*ludus*) que los jugadores asumen sin cuestionamientos basándose en la aceptación de una creencia o *doxa* acordada previamente (Bourdieu y Wacquant, 1999, p. 65). Desde esta analogía, estar atrapado o involucrado en él quiere decir “aceptar que lo que acontece en un juego social determinado tiene un sentido, que sus apuestas son importantes y dignas de ser emprendidas” (Bourdieu y Wacquant, 1999, p. 80).

En esta clave podemos analizar el lugar reservado a Atahualpa Yupanqui como padre artístico del campo, tal como explica Kaliman (2003), dada su capacidad de lograr una síntesis folklórica por medio de sus diversas facetas (como estudioso, recopilador, heredero de

tradiciones antiguas, comprometido, perseguido, embajador de la cultura). Su preponderancia en los cancioneros de todas las épocas de la revista demuestra la creación de un símbolo sin fisuras en torno a su figura<sup>40</sup>. A menor escala, pero como reflejo de esta la dinámica de relaciones propia del campo Honegger representaba esta actitud paternal para la familia de *Folklore*.

Un segundo tópico que sustentaba el rol arbitral de *Folklore* fue la caracterización del sistema mediático como arma de doble filo, por sus intereses mercantiles en perjuicio de los valores nacionalistas presentes en los fundamentos ideológicos del campo. Aunque *Folklore* como revista de la industria cultural con alcance masivo formaba necesariamente parte de este sistema, encontró la manera de posicionarse discursivamente frente a él desde un lugar de crítica, y colocarlo como *contradestinataria* de su discurso Verón (1987). Con críticas explícitas y permanentes, lo señaló como obstaculizador y falto de cooperación en la tarea de defensa de lo nacional. Por su parte, el sistema político y especialmente el aparato gubernamental no recibían por parte de los editores tales reproches. En todo caso, ocupaban el lugar de *paradestinatarios* en su discurso ya que a ellos apuntaba sus mensajes cuando representaba al movimiento en sus demandas y exigencias, bajo el rol de vocero que *Folklore* había asumido.

Finalmente, el último de los presupuestos era la confianza en la capacidad de la música nativa para proveer de ídolos populares al movimiento. *Folklore* buscaba contribuir al fervor por estas figuras desde sus páginas y apelaba a todos los recursos de la industria del espectáculo para generar un sentimiento de identificación en la juventud antes de perderla inevitablemente como público.

Tres notas de *Folklore* pertenecientes a distintas épocas permiten analizar cómo se visibilizaron desde sus páginas algunos debates del campo, sobre la base de los presupuestos

---

<sup>40</sup> Ver Tabla 1 para observar los datos proporcionados por un análisis de la presencia de cada artista en los cancioneros de *Folklore*.

considerados más arriba. En todos los ejemplos, la reacción adoptada por el enunciador frente a los condicionamientos del contexto de crisis de hegemonía del campo deja ver recurrencias discursivas en las respuestas.

La primera de ellas es una entrevista a Horacio Guarany publicada en el año 1965 bajo el título “¡Aplastante!”. Allí el propio artista contaba su experiencia recién llegado de Uruguay de donde venía de representar al folclore argentino en dos festivales internacionales, frente a rivales latinoamericanos y norteamericanos: el Festival de las Américas y el Festival de la Canción en Parque del Plata. En el cuerpo de la entrevista, el cantor denunciaba una “competencia desleal con los nuevaoleros”, entre los que mencionaba a Palito Ortega, Ciro Sanromán, Violeta Rivas, Raúl Lavié, Nicky Jones, Chico Novarro, etc., que habían contado con el apoyo de los medios y gran publicidad a su favor.

Ellos ganaron [en la categoría] canción inédita, categoría en la que no competí. Compartimos la 'Medalla a la popularidad'. Y quiero recalcar que gané el PRIMER PREMIO A LA CANCIÓN POPULAR [*mayúsculas en original*], y lo recalco porque lo considero un triunfo nuestro y ningún diario dio debidamente la información. [N° 90, 1965, pp. 3-5]

El verbo “recalcar” en boca del entrevistado y la expresión “puestas las cosas en su punto” con la que el redactor retoma la nota a continuación, dan cuenta de la polémica existente. Para reforzar el posicionamiento, las fotografías elegidas para ilustrar la nota servían como prueba del apoyo del público, especialmente de los jóvenes y niños. En una de las fotografías, tomada desde arriba en ángulo picado, se lo observa firmando autógrafos a la salida de un concierto, acompañado de un policía. El epígrafe consigna: “la efusividad del público obligó a menudo a la intervención de la policía” [N° 90, 1965, pp. 3-5]. La siguiente imagen lo muestra en un plano abierto general en un ambiente exterior llevando su guitarra, rodeado de personas de cabellos largos y vestimenta de moda, algunos sentados en el piso y otros de pie, que parecen

estar disfrutando del concierto con el epígrafe: “Los niños y los jóvenes, atraídos por la gran personalidad de Horacio Guarany” (Ver Fig. 4). La página siguiente muestra una escena similar acompañado del texto “Cualquier momento o lugar es adecuado para oír el canto de Horacio Guarany” (Ver Fig. 5).

Otra nota, en este caso de opinión, firmada algunos números más adelante por Marcelo Simón bajo el título “Juicio a la Televisión” [Nº 200, 1971, pp. 12-17] constituye un ejemplo de la crítica permanente al resto de los medios masivos y su falta de cooperación en la promoción y defensa de una cultura propia. Con un estilo osado de redacción, este colaborador cercano a Julio Márbiz quien más adelante ocuparía el cargo de director editorial, se explayó a lo largo de cinco páginas contra la programación televisiva del momento analizando su contenido en relación a las necesidades del campo del folclore.

Denunciaba allí la ausencia de representaciones del interior de la Argentina: “pese al pregón -dedicado a las emisoras del interior que repiten el programa- de que el límite de la Argentina supera la Avenida General Paz, estuvo dándole la espalda al país verdadero: no lo conocía, no lo mostraba” [Nº 200, 1971, pp. 12-17]. También se quejaba de la preferencia en el trato periodístico para con artistas extranjeros y nacionales de la nueva ola: “la contratación de figurones extranjeros (...) Marisol, Delon, Modugno, Raphael codeándose con los locales Donald, Palito Ortega, Juan y Juan”; y acusaba a los programas televisivos de falta de originalidad, madurez, nacionalismo bien entendido, y compromiso “en tiempos políticos” que, desde su punto de vista, requerían dejar de lado el “coqueteo con la objetividad”. Avalado por su pertenencia a una revista de trayectoria y peso como los que tenía *Folklore* en el campo a comienzos de los años 70, Simón se permitía de esta manera prescribir el tipo de programación televisiva que la Argentina necesitaba.



El tercer ejemplo es una nota firmada por el periodista santacruceño Luis Benito Zamora, colaborador frecuente en la publicación, que analizaba el impacto de la reciente disposición gubernamental referida al porcentaje obligatorio de música nativa que debían transmitir las emisoras y señales locales. La nota, redactada como “Carta abierta a la música popular argentina” [N° 250, 1975, pp. 18-21], proponía el cruce de géneros discursivos como estrategia lúdica. Las huellas textuales, en la aparición de una segunda persona y un registro informal, modelaban la imagen de una enunciataria, en femenino, a quien estaba dirigida esta especie de carta de amor, estrategias con las que procuraban despertar una respuesta afectiva por parte del destinatario real —los lectores—. El principal argumento era la denuncia de que aquellos sectores que debían cuidarla la estaban abandonando:

Che piba: esta carta que hoy comienzo a escribir tiene su origen en un montón de papeles escritos en un bar, en un colectivo, en mi casa, en vos. (...)

Porque crecer en tu piel fue un privilegio de mi sangre. Por eso quiero que vuelvas a tocarme, a inventarme de nuevo (...) Por eso estoy seguro de una cosa: por más que te cambien todas las palabras, todas las formas de manifestarte y de difundirte, nunca van a poder cambiar tu origen, la esencia de eso que sos. Y eso solo hace que yo te quiera mucho. A pesar de todo. [N° 250, 1975, pp. 18-21]

En la diagramación de estas cuatro páginas, Zamora introdujo la palabra de otros enunciadores, artistas y referentes del campo, con su firma y fotografía, para sumar voces a su propia reflexión. El efecto textual corresponde a una de las manifestaciones de la autorialidad de *Folklore* como instancia discursiva superior mediante la cual el autor se transforma, de acuerdo a la propuesta de Maingueneau, en un *archienunciador* (Maingueneau, 2009, pp. 155-156), concepto extraído de la dramaturgia, para indicar la manera en que el autor de la obra hace ingresar y decir a sus personajes. De este modo, Zamora en tanto representante de la publicación es quien habilita las voces y la expresión de aquellos cuya opinión sobre el tema considera importante, en este caso, en torno a los debates sobre una disposición nacional para restablecer la

obligatoriedad de transmisión de un porcentaje de música nativa en las emisoras nacionales<sup>41</sup>. En su carta, el autor reconocía en tono melancólico que, aun habiendo sido él mismo un activo promotor de su implementación, una medida no era suficiente para un cambio que requería mayor profundidad. De acuerdo a Zamora, era necesario comenzar a desarticular una serie de prejuicios que, desde el sentido común, giraban en torno a la música popular argentina:

La música popular tiene distintos nombres y apellidos. En algunos círculos no muy imaginativos se la designa con una palabra de dudosa legitimidad: mersa. En otros -aún hoy-, es “cosa de cabecitas” Entre ciertos muchachos fruncidos que reniegan de su procedencia es una sola sílaba: “out”. A nivel de turismo condescendiente se la llama “pintoresca”. Y nueve de cada diez directores artísticos nomínanla, por fin con un “no interesa” [Nº 250, 1975, pp. 18-21].

Estos ejemplos nos permiten adentrarnos en esta estrategia constante, marca identitaria de la publicación a lo largo de sus veinte años, que se actualizaba en la divulgación de polémicas y discusiones específicas del campo del folclore.

### *Anunciantes, lectores y estrategias discursivas*

Si la dinámica de las leyes de oferta y demanda de un producto editorial como *Folklore* nunca es estática, un estudio diacrónico como el que proponemos a partir de la muestra seleccionada a lo largo de toda su historia, nos permite trazar un bosquejo de las fluctuaciones en la preferencia de su lectorado. Para esto suspendimos por un momento la lectura del contenido producido por los editores y tomamos en consideración a otra parte fundamental dentro de su discurso: los anunciantes. Asociado a la doble condición de *Folklore* como revista cultural y como revista del espectáculo —y en este sentido inscripta en el mercado del folclore—, el financiamiento que permitía su subsistencia provenía principalmente de las publicidades. Este

---

<sup>41</sup> Como se verá más adelante, esta no fue la única oportunidad en la que los redactores emplearon el recurso textual de la *archienunciación*, recurso recurrente para abordar temáticas especialmente polémicas y debatidas.

factor es clave en el análisis de las condiciones instituidas en las relaciones de producción de bienes culturales cuando hablamos del sistema de mercado (Williams, 1994).

Elsa Novoa, quien ocupaba en 1966 el cargo de jefa de publicidad, explicaba la incidencia de este departamento en el desarrollo de la publicación:

Folklore tiene un prestigio y una cartera de clientes permanentes que facilitan mucho mi tarea. En realidad, yo no consigo avisos sino que éstos vienen solos. A las casas grabadoras les conviene, indudablemente, la publicidad de nuestras páginas (...)

Pero también hay en Folklore avisos de productos regionales, comestibles, ponchos y hasta hemos visto algunos de importantes empresas. En realidad hay resistencia en las firmas importantes a hacer publicidad en órganos como el nuestro, que tienen una repercusión sectorial. Ellos dicen que se trata de un público indefinido y prefieren esas revistas que tienden a lectores concretos: mujeres, por ejemplo, ejecutivos o gente joven. Folklore tiene un público muy diversificado. No obstante, el alto tiraje de nuestra revista ha convencido a algunas firmas importantes a avisar en nuestras páginas (...) ¿Es importante la publicidad para la revista? Desde luego es importante desde el punto de vista económico, por el ingreso que significa. Y también porque en la medida que hay más avisos, eso quiere decir que hay más lectores. [Nº 126, 1966, pp. 48-53]

Reparar en qué tipo de bienes y servicios se ofrecían a través de las páginas de *Folklore* y quiénes fueron sus anunciantes a lo largo del tiempo nos aportó algunos datos sobre la base material y económica del funcionamiento del campo. Los datos obtenidos de la observación de publicidades en la muestra revelan una correlación directa con las condiciones económicas de cada uno de los extremos en la línea histórica de la publicación, es decir, en el inicio y en la culminación del proyecto editorial: el auge de comienzos de los sesenta y la gran crisis que atravesó al campo a principios de los ochenta. A continuación, presentamos el detalle de los rubros de anunciantes principales en cada momento de la publicación.

El lanzamiento de *Folklore* develó un nicho atractivo para anunciantes privados que aprovecharon el espacio desde el primer momento y fueron la base de la prosperidad de esos años ya que ingresaron el mayor volumen de capital económico necesario para sostener la publicación al momento de independizarse de su antecesora *Tanguera*. Ofrecían a la venta libros,

discos, espectáculos, cursos, producción de instrumentos e incluso bienes y servicios que iban más allá de la especificidad del mercado de *Folklore*. Sin embargo, haciendo un rápido paneo por los primeros ejemplares puede observarse que la mayoría los anuncios pertenecían principalmente al rubro. Algunos incluían la venta de instrumentos e insumos en la ciudad de Buenos Aires como la Antigua casa de música Gino del Conte [N° 10, 1962, p. 51 y N° 30, 1962, p. 7], Guitarras Giannini -importadas de Brasil- por Avelino Caprioli S.A [N° 40, 1963], El Ceibo —que promocionó desde ponchos, mantas y chalinas marca Calamaco hasta cuerdas y guitarras criollas— [N° 110, 1965, s/p], la distribuidora de cuerdas musicales importadas C.I.M.A. “Todo para la música” [N° 110, 1965, s/p y N° 120, 1966, s/p] o la Antigua Casa Núñez que ostentaba sus “104 años dedicados a las guitarras de concierto y estudio” [N° 240, 1974, p. 99].

Entre otros anuncios también del rubro, pero de productos y servicios más inusuales, encontramos en promoción una edición de la obra completa de Lugones con una bonificación para aquellos lectores que enviaran el cupón recortable de la revista [N° 10, 1962, p. 52]; o el anuncio de Bertagni, quien ofrecía: “sea usted autor de canciones populares. Ponemos música a su letra, editamos, registramos, difundimos, grabaciones” [N° 120, 1966, s/p]. Pocas páginas más adelante, Maper Propaganda publicitaba sus banderines “preferidos por clubs [*sic*], colegios, peñas e industrias”.

Uno de los principales anunciantes fue la misma editorial y su propietario (Honegger S.A.): sus anuncios promocionaban productos que buscaban satisfacer la demanda de lectores cuyas competencias estaban condicionadas por la lectura de *Folklore*. Por un lado aprovechaban sus páginas para publicitar otros productos en venta: ediciones extraordinarias dedicadas a algún artista en particular o a la cobertura de algún festival importante como la edición de enero ‘62 del

Festival Nacional de Folklore en Cosquín, que advertía a sus lectores: “Aparece el 1 de febrero (reserve su ejemplar)” [Nº 10, 1962, p. 49] o como el “Primer Álbum de Canciones”, el lanzamiento del *Gran Manual del Folklore* —promocionado durante varios números—; también el anuncio de reediciones del libro *El Canto del Viento* por Atahualpa Yupanqui o la publicidad de la revista *Todo es Historia*, entre otras [Nº 90, 1965; Nº 120, 1966; Nº 210, 1972; Nº 240, 1974; Nº 310, 1980]. Desde la editorial se difundían también anticipos de próximas ediciones de *Folklore*, asumiendo que podían resultar puntualmente atractivos para algún sector de los lectores. Tal es el caso de los diversos métodos de enseñanza de danzas o instrumentos, como el método para aprender a interpretar la quena del profesor Arnaldo Pintos presentados con “carácter exclusivo” [Nº 40, 1963, p. 47].

Estos métodos también eran promovidos por anunciantes externos, como la oferta de suscripción a métodos de danzas o instrumentos por correo. Algunos ejemplos son: el método del señor Domingo Gaeta, que incluía “consejos y enseñanzas para actuar y sobresalir en sociedad, bailes, etc.” [Nº 20, 1962, p. 34], los nuevos cursos estelares Polyglophone que se presentaban como “¡la sensación de Europa!” [Nº 30, 1962, p. 31] o la Academia Musical Castro que además ofrecía venta de instrumentos con descuento para los alumnos inscriptos [Nº 30, 1962, p. 12]. Se difundían también aquellas actividades vinculadas a la enseñanza de artes nativas en clubes, como las clases a cargo del profesor Mario Aníbal Cano en el Club Banco Español [Nº 40, 1963, p. 6], o en institutos como el Instituto Folklórico Argentino dirigido por el Prof. Froilán Guzmán, entre otras [Nº 110, 1965, s/p]. Lo cierto es que, con ello, la revista complementaba el rol asignado a las instituciones dedicadas a la enseñanza de danzas y músicas nativas, aportando al campo la generación de bailarines y músicos aficionados. Esto a su vez aumentaba el público de

peñas y festivales y el número de clientes en casas de música y disquerías en un círculo virtuoso para la autonomización y profesionalización del campo:

Al transformarse en un espectáculo para ser vendido y consumido, se fueron generando las condiciones para la existencia de grupos de músicos y bailarines progresivamente profesionalizados, y, junto con ello, también para la creación de instituciones aptas para la producción y reproducción de estos artistas. (Díaz, C. y Díaz, N, 2015, p. 381)

Otro elemento que explica la importancia de la revista para el campo es el espacio brindado a la publicidad relativa a su expansión como espectáculo. La revista publicó desde el primero al último número dos páginas de anuncios con el circuito de peñas de la capital, no quedando claro si recibían a cambio algún tipo de retribución monetaria. Al mismo tiempo, con el Festival Nacional de Folklore de la ciudad de Cosquín como pionero, el aumento de la cantidad de festivales durante principios de la década del sesenta a lo largo y ancho del territorio nacional fue reflejado en la revista no solo a través de la crónica de su cobertura, sino también mediante los anuncios asociados al evento. Se trataba de un sistema de mediaciones entre la revista y los empresarios del rubro y comprendía anuncios de medios masivos, sellos discográficos y sus novedades, productoras y representantes de distinta escala que ofrecían a sus artistas exclusivos para contrataciones.

El sello discográfico Music Hall aseguraba que su marca identificaba “los mejores discos de folklore” para los cuales brindaba ejemplos de artistas y canciones [Nº 40, 1963, p. 29] mientras el anuncio de discos de Phonogram recomendaba: “Verano: ¡¡tiempo de folklore con los mejores!!” [Nº 230, 1974, p. 21]. Los representantes de artistas fueron casi los únicos

anuncios en el último período, lo cual es un indicador de que se había perdido el público dinamizador representado por los jóvenes<sup>42</sup>.

El éxito de los festivales como espacios consagradorios del campo del folclore mucho se debe a la promoción recibida por parte de toda la red de medios de la época. La intensidad de la cobertura que se le dio al Festival de Cosquín en particular desde las páginas de *Folklore* se explica en gran parte por la cercanía de su director a la comisión organizadora. Sin ir más lejos, Julio Márbiz se convirtió en su presentador oficial en 1963 mientras dirigía la revista y ocupaba espacios de importancia en programas especializados de radio y televisión. Asimismo, hay huellas de toda esta red mediática en los anuncios, como la propaganda del programa radial “*Aquí está el folklore*”, conducido por Márbiz en Radio Belgrano [Nº 10, 1962, p. 57] o la invitación a “entretener su noche descubriendo a una argentina casi inédita” en el programa “País Adentro”, por Radio Excelsior, conducida por Myrta Carlén, que al mismo tiempo era miembro del staff de *Folklore* [Nº 230, 1974, p. 59]. Aparece también publicidad de otras emisoras y su programación específica, como el anuncio a página completa de LR2 Radio Argentina o la publicidad de LT4 Radio Misiones que se presenta como “la emisora más potente del interior de la república” [Nº 110, 1965, s/p].

La reproducción fonográfica de la música folclórica que tenía lugar en los hogares a través de las emisoras radiales y TV, produjo a su vez una oferta de tecnología para esta reproducción: radiotransmisores portátiles, fonógrafos, y ediciones de discos que se editaban por fuera de los sellos, como ciertas recopilaciones de danzas nativas. En este sentido, las ofertas apuntaban al último eslabón de la cadena de consumo, pero también se orientaba a la venta de

---

<sup>42</sup> Asimismo, entre los nombres publicitados figuran aquellos que, incluso representando a artistas prohibidos y perseguidos, encontraban un espacio para difundir sus servicios en la revista por decisión editorial de su directora. (Entrevista a Blanca Rébori, realizada el 29 de julio de 2022).

insumos para organizaciones y peñas, como sistemas sonoros, banderines y pañuelos. La marca Hilar de La casa de la tejedora ofrecía “los pañuelos más indicados para bailar la zamba”, aclarando que eran de tela importada *wash and wear*, lo que evidencia la contradicción que operaba entre los valores de modernidad y consumo, y nacionalismo y tradición [N° 90, 1965; N° 120, 1966, s/p].

En la edición N° 10 encontramos un caso especial donde puede verse cómo se retroalimentaba el mercado de anunciantes gracias a la prosperidad del campo. Se trata de un anuncio a página completa por parte del Diario Democracia que publicitaba espacio para publicar anuncios en sus propias páginas:

Estamos ante un mercado ávido. El ejemplo de las heladeras resulta bien elocuente. El mercado del Gran Buenos Aires ha dejado de ser el ejemplo clásico de mercado para bienes de consumo masivo para convertirse en la plaza más promisoría para la colocación de bienes de confort y de elevación social, Con DEMOCRACIA usted llega a ese mercado. [N° 10, 1961, s/p]

Finalmente, como anuncios del ámbito estatal, se registra propaganda del gobierno nacional durante la gestión de López Rega frente al Ministerio de Desarrollo y Bienestar, puntualmente del Ministerio de Desarrollo y Bienestar Social y sus diversas secretarías [N 240, 1975, s/p]<sup>43</sup>.

De lo visto en este apartado, pueden extraerse algunas conclusiones anticipadas que se apoyan con el análisis cuantitativo de los datos (ver Tabla 2 y Fig. 1, 2 y 3). La primera de ellas muestra como una evidencia irrefutable el halo de prosperidad que experimentaba el campo durante los inicios de la revista. Esto se refleja en la cantidad y variedad de bienes y servicios ofrecidos en este periodo, los cuales, sin tener necesariamente relación con el público específico

---

<sup>43</sup> Los anuncios de esta dependencia estatal, siempre a página completa, se registran en la mayoría de los ejemplares entre [N° 233, 1974] y [N° 255, 1975].



de *Folklore*, pertenecían a importantes anunciantes atraídos por la masividad de la publicación. A partir de la segunda etapa, el inicio de un período de crisis económica durante el gobierno de Onganía tiene correlación con el impacto negativo que refleja el número de anunciantes de esa época; revelando una tendencia que recién comienza a revertirse levemente a partir del año 1973 con la aparición de pauta oficial del Ministerio de Bienestar Social. Finalmente, en la última etapa, en pleno período dictatorial, la pauta oficial se mantuvo, pero el resto de las publicidades continuó en disminución hasta quedar limitado a sus componentes más endógenos: productores y representantes de artistas que saludaban a la publicación en ocasión de algún aniversario, o felicitaban a sus representados tras haber resultado ganadores de algún certamen.

En este capítulo repasamos los rasgos que individualizaron a *Folklore* entre el resto de las publicaciones similares de la época. Entre sus contenidos, reparamos en la presencia diversificada de anuncios a lo largo de las páginas de *Folklore*, lo que nos proporcionó algunos indicadores de la fluctuación en su presencia en el mercado y su lugar predominante en el campo y nos permitió observar indirectamente el funcionamiento de la red de relaciones que conformó el campo. En el próximo apartado nos centraremos no ya en las estrategias constantes de su discurso, sino en las diversas tonalidades y estilos que conformaron las variables estratégicas por parte de sus editores en un corte diacrónico. Para ello, repararemos en los cambios visibles en su práctica discursiva e intentaremos explicarlos como adaptaciones implementadas por los agentes frente a las variaciones coyunturales.

### CAPÍTULO 3

#### **Artículos, editoriales y notas de opinión: Variaciones en las condiciones de producción del discurso de *Folklore* en tres etapas de su historia**

La irrupción de un medio gráfico como *Folklore* en el universo de las revistas de espectáculos de la época implicó la búsqueda de estrategias orientadas a proporcionarle su marca identitaria. Sin embargo, como pudimos ver en el apartado anterior, la fuerza de su impronta no fue suficiente para afrontar el contexto de crisis que afectó al campo del folclore en los últimos años, ocasionándole cada vez más dificultades para sostener la cantidad de lectores.

La reacción de los editores de *Folklore* frente a estas fluctuaciones en la preferencia de su lectorado también forma parte de las condiciones de producción de su discurso. Las huellas de este proceso pueden leerse en clave de lo que Eliseo Verón denomina “variaciones estratégicas”, que consisten en las adaptaciones “comprobables en el interior de un mismo tipo de discurso o de un mismo género-P” (Verón, 1988, p.15) y cuyo análisis va más allá de las variaciones formales entre distintos géneros discursivos/literarios. Esta noción permite dar cuenta de las adaptaciones de contenido y forma observables en el dispositivo de enunciación en un corte diacrónico. Por un lado, sirven para explicar los cambios en el formato, en el nombre y logotipo, o en la diagramación general. Pero también nos será de utilidad para analizar las modificaciones en el *staff* de colaboradores o los cambios del equipo directivo de la revista, por ejemplo, o los

conceptos de *identidad*, de *tradición* o incluso, del término *folclore* con que se sustentaba la línea editorial en cada momento; entre otras variables.

Muchas de las variaciones estratégicas tomadas por los editores de *Folklore* son fácilmente observables al recorrer a simple vista las portadas a lo largo de los años. Otros requieren una lectura más detallada de los contenidos y del tratamiento de la información que puede hallarse en sus páginas. En cualquier caso, estas transformaciones guardan relación con ciertos acontecimientos que marcaron los diferentes períodos en la vida política y cultural de nuestro país y que, consecuentemente, incidieron en el espacio de colocación de la publicación. En este apartado pondremos en relación estas variaciones con sus condiciones sociales, para definir las tres etapas en la historia de la revista. Antes de comenzar nuestro desarrollo, es necesario aclarar que entendemos que no existe una correspondencia absolutamente directa y determinada entre las modificaciones observadas en el plano discursivo y los cambios producidos en la coyuntura política del país. Sin embargo, sí podemos entender la correlación entre ambas dimensiones en términos de presiones e influencias.

Al abordar el discurso de *Folklore* desde una perspectiva socio semiótica, es decir, al considerarlo como una práctica y no como un producto cerrado (Costa y Mozejko, 2002a, p. 11), aparecen dos dimensiones de análisis necesarias: por un lado, el sujeto social agente de la práctica discursiva; por el otro, el sujeto textual que se construye en la enunciación, a partir de la objetivación de las condiciones de producción del discurso. En este sentido, “el sujeto textual es aquel lugar que se recorta dentro de un conjunto de relaciones” (p. 30). Buscar las razones que hicieron posible la emergencia de un discurso a cargo de cierto agente individual o colectivo, en un momento y lugar dados bajo determinadas reglas de producción, requiere poner en relación al sujeto de la enunciación no solo con el propio enunciado sino también con los demás

enunciadores, ya sean individuos o instituciones. Además, es necesario asumir que la dinámica de un campo, entendido como espacio discursivo, se encuentra en permanente cruce con otros, en un entramado de fuerzas sociales que se condicionan mutuamente (Costa y Mozejko, 2001: 23-31).

En el caso del folclore, los agentes que participaban de las disputas sobre el valor de lo nacional y le daban su forma específica al campo fueron variados: artistas, intérpretes y compositores junto a empresarios de medios de comunicación y de sellos discográficos, así como intelectuales y científicos. Pero en la definición del capital específico en juego dentro de este campo de la cultura también incide el campo político, y todo el conjunto de disposiciones y medidas con los que los distintos gobiernos tomaron parte en el planteamiento de los distintos sentidos del ser nacional. Durante los períodos dictatoriales abarcados por la muestra, esta incidencia se estableció a partir de la imposición de límites a la autonomía del resto de los campos, con mecanismos represivos. El período que va desde 1961 a 1981 resulta un claro ejemplo de cómo las contingencias políticas tuvieron derivaciones culturales que afectaron la vida de todos los argentinos y marcaron el devenir de la historia reciente en el país. En lo político, se trata de un convulsionado ciclo de veinte años de alternancias entre gobiernos civiles y militares que intentaron fundar primero un “*régimen semidemocrático*” — basado en la imposición, en algunos casos, y el no cuestionamiento, en otros, de la proscripción del peronismo— y que luego promovieron “transformaciones radicales de la política, e incluso de la sociedad, argentinas” (Cavarozzi, 1987, pp. 11-13) sobre la base de un aumento del poder militar y de la represión contra las organizaciones sociales y sus reclamos. Los sucesivos ensayos de autoritarismo permitieron perfeccionar los métodos de aleccionamiento social y, en el marco de la guerra fría, las dictaduras de la región fueron apoyadas por los Estados Unidos por medio de

su Doctrina de Seguridad Nacional. Así, el objetivo pasó a ser la aniquilación de un supuesto *enemigo interno* infiltrado dentro de la sociedad civil con sus ideas subversivas, que empleaba no solo formas conocidas de lucha armada sino también diversas formas de intervención cultural que los dictadores se proponían dismantelar.

Andrés Avellaneda (2006) desarrolla, a través de ejemplos extraídos de documentación oficial de la época, cómo se fue configurando lentamente, en etapas alternadas de expansión y afianzamiento, una narrativa de represión cultural que acompañaría a las prácticas más globales de persecución. Su trabajo revela cómo la construcción del discurso de censura cultural que predominó durante los tramos más críticos del período presentaba dos grandes unidades de sentido que reunían y subordinaban los significados puestos en circulación:

Una de ellas establece qué es el ‘sistema cultural’ y cuáles son sus efectos sobre algunas zonas claramente recortadas del conjunto: lo moral, lo sexual, la familia, la religión y la seguridad nacional. (...)

La otra gran unidad del discurso establece qué es el ‘estilo de vida argentino’ y su relación con lo que le pertenece o es propio (lo católico/cristiano) y con lo que se le opone y le es ajeno (el marxismo/comunismo). Esta unidad se conecta con la anterior sobre el sistema cultural y la refuerza al desarrollar orgánicamente la oposición entre lo verdadero (legítimo, propio, nuestro, de adentro) y lo falso (ilegítimo, ajeno, no-nuestro, de afuera). El “estilo de vida argentino” es definido por el discurso como un conjunto de valores, un modo de ser, un legado y una tradición. (pp. 35-36)

En el campo del folclore, tal como dijimos antes, los años sesenta acusaban un momento de auge en el que confluía la decantación de un proceso previo de conformación del circuito musical y el desarrollo de una nueva dinámica de circulación de los bienes culturales. Sin embargo, la popularidad del género de la música nativa y su hegemonía en la preferencia musical de las clases populares -ganadas al tango- comenzó a declinar en la siguiente década por el avance de los nuevos ritmos importados, asociados a la modernización musical y su consolidación en el mercado local (Díaz, 2020). En esa década el folclore se convirtió junto al

tango en un refugio desde donde preservar una identidad cultural típica propia frente al avance de la música moderna. Así, el discurso de *Folklore*, que desde el comienzo planteó la necesidad de dar batalla a la contaminación de la cultura nacional, reforzó su contrato de lectura con los lectores más fieles a la vez que desplegaba otras estrategias para adaptarse a las nuevas circunstancias de competencia por la juventud.

Para poder apreciar las transformaciones socioculturales de la época, nos proponemos un análisis discursivo sobre un corte temporal extenso que abarca toda la vida de la revista *Folklore*. Su estudio nos provee de un “observatorio privilegiado” de los movimientos a nivel macro social y de su impacto en “las prácticas y los imaginarios sociales” de su campo en particular (Verón, 1993, p. 21). Como resultado de estas observaciones, creemos posible delimitar tres etapas que evidencian las principales variaciones en el discurso de *Folklore*, como aquellas modificaciones en el formato y la diagramación, la conformación del *staff* y el contenido de las editoriales y columnas de opinión.

### **3.1. El Desarrollismo Cultural**

La primera etapa comprende desde el N° 1 (Julio de 1961) a N° 100 (Julio de 1965), y coincide con los cuatro años de dirección editorial a cargo de Julio Márbiz. Las variaciones de formato que se produjeron en relación a los primeros cuatro números y la salida del director en 1965 se vinculan a un mismo efecto del campo: el proceso de expansión que experimentó durante este periodo. Alberto Honegger y Julio Márbiz recordarían esta primera etapa como la más próspera de la publicación. El lanzamiento del suplemento *Aquí está el folklore* produjo un inmediato aumento en las ventas de la revista *Tanguera*. La iniciativa obtuvo una óptima recepción por parte de “todos los identificados con la música folklórica: artistas, poetas,

historiadores” a las que se sumarían “otras prestigiosas personalidades” que hicieron llegar sus cartas y mensajes a la editorial después del primer número [Nº 316, 1981: 4-7].

Fue este apoyo el que animó a los editores a independizar la revista. Desde el Nº 5 al 99, la revista *Folklore* como tal salió quincenalmente y redujo su formato, que pasó de medir 32x25 cm. a 26x20 cm. Al mismo tiempo, aumentaron el número de páginas y la periodicidad, que pasó de ser mensual a quincenal durante aquellos años de prosperidad. El déficit económico se fue reduciendo a fuerza de decisiones editoriales: a la vez que se reforzaba el aporte publicitario en medios audiovisuales, se impulsaron productos complementarios para el mismo público, como las ediciones extraordinarias dedicadas a los artistas más solicitados<sup>44</sup>, o fascículos con métodos de enseñanza de instrumentos a cargo de colaboradores, entre otras iniciativas de los editores.

Estos primeros cinco años de la revista abarcan un periodo político marcado por la fragilidad con escasa o nula representatividad popular institucional, y fuertes condicionamientos debido a presiones e internas militares, marcado por la proscripción de la fuerza política que aglutinaba a la masa obrera, y los respectivos derrocamientos de Arturo Frondizi<sup>45</sup> en 1962 y Arturo Illia<sup>46</sup> en 1966. El “sistema dual” generado a partir de la proscripción del peronismo como partido político implicaba la ausencia de canales institucionales para la resolución de los conflictos de intereses entre las clases populares y el frente antiperonista integrado por la clase media y la burguesía industrial junto a otros sectores, como la Sociedad Rural o la Iglesia. El nivel de conflictividad era alto debido a que las presiones y reclamos tenían un carácter “extra

---

<sup>44</sup> Como el “álbum gigante” de Los Chalchalersos [ Nº 27, 1962) o el de Los Fronterizos [Nº 31, 1962], números extraordinarios que mantenían las dimensiones originales.

<sup>45</sup> Frondizi había llegado al gobierno en 1958 como representante de la Unión Cívica Radical Intransigente (UCRI), una escisión de la Unión Cívica Radical; y fue depuesto en 1962 por el ejército y encarcelado durante los meses siguientes.

<sup>46</sup> Illia ganó las elecciones presidenciales de 1963, marcadas por el mayor porcentaje de votos en blanco de la historia, lo cual signaría su destino cuando las dificultades económicas le quitaron el apoyo de los sectores empresarios y ruralistas.

institucional” (Cavarozzi, 1987, p. 21) y desestabilizador que retroalimentaba políticas represivas. En términos de Cavarozzi:

Las administraciones del período 1955-1966, tanto civiles como militares, resultaron debilitadas por los efectos que produjo uno de sus propios axiomas operativos, es decir, la exclusión del peronismo de la escena política legal. (...) La capacidad política de la clase obrera para obtener concesiones fue mayor toda vez que ésta se propuso quebrantar las reglas formales. (1987, pp. 35-36)

En cuanto a lo económico, el período se caracterizó por políticas desarrollistas de profundización industrial —muchas veces en detrimento del salario real— apoyadas fuertemente en la inversión extranjera (Cavarozzi, 1987, pp. 24-25). Esto produjo inicialmente un crecimiento de las industrias vinculadas al agro tales como la vitivinícola, la azucarera, la molinera o la producción de maquinaria agrícola, con consecuencias favorables hacia otros rubros como las industrias petrolera, química o siderúrgica. Este clima de productividad del sector fue el que propició el surgimiento de diversos festivales asociados a las industrias regionales a lo largo y ancho del país, especialmente en las ciudades más importantes de las provincias del interior. Así como las peñas surgidas tras las migraciones internas en las décadas anteriores habían sido percibidas por la sociedad como un ambiente “neutral y moralmente seguro en un contexto de confrontación política y cambios culturales acelerados” (Chamosa, 2012, p. 148), los festivales de folclore fueron cuna de una atmósfera de unión nacional en tiempos de disgregación social y política. De este modo se produjo un movimiento de federalización de la escena folclórica a partir de un mercado creciente, lo que favoreció el contacto entre los nuevos artistas y los ya consagrados, así como con las productoras y sellos discográficos.

Los festivales se convirtieron en fuente directa de contenidos de toda índole para la revista, con el Festival Nacional del Folklore en Cosquín como modelo ejemplar. Este había surgido en el año 1961 con el objetivo de impulsar al turismo de esa ciudad serrana, y con el



tiempo se convirtió en la vitrina más importante del campo del folclore. En 1963, el decreto ley N° 1.547 dispuesto por el presidente José María Guido, había establecido al festival como sede para los festejos de la Semana Nacional del Folklore, a celebrarse durante la última semana de enero de cada año (Molina, 1986, pp. 102-103). Ese mismo año, Julio Márbiz fue convocado para su conducción lo cual implicó un vínculo directo entre la producción del festival y la revista *Folklore*<sup>47</sup>. Junto a los programas de radio y TV dedicados al rubro —un espacio donde el empresario también tenía experiencia y presencia— comenzaba a tomar forma el sistema de consagración de artistas, del cual la revista *Folklore* se consolidaba como baluarte indiscutible.

La elección de la reina del folclore a fines de 1963 en un acto en el Luna Park con la coronación a cargo de la esposa del flamante presidente Arturo Illia, y su posterior recibimiento en la casa presidencial, fueron dos de los hitos registrados por el discurso de *Folklore* que evidenciaron los cruces entre el poder político y el campo de la cultura: "Se demuestra así que las voces de la tierra son gratas para el sentir del primer magistrado. (...) Un símbolo de ese acercamiento entre el pueblo y los poderes públicos, del cual el folclore puede esperar mucho" [N° 59, 1964: 21-23]. Ya desde la editorial de ese número, Márbiz celebra el acercamiento entre el arte nativo y la primera dama a quien "todo el público, de pie, la recibió con el calor y la cordialidad de una salva de aplausos, que fue llamativa por la coincidencia general" [N° 59, 1964: 3]. Para el director, el gesto de la primera dama tiene "un profundo sentido nacional" que espera se repita. El texto caracteriza este acercamiento del sector de la política al campo del folclore como uno de los tantos "registrados en esta nueva etapa argentina, que nos permite mirar el futuro con optimismo".

---

<sup>47</sup> La edición N° 61 [1964], con el título "Cosquín Extra" se dedicó en su totalidad a la cobertura del evento. Incluye crónicas de las ediciones anteriores y numerosos espacios destinados a contar la historia de su creación. Desde su narrativa, se apunta a construir un relato pintoresco, plagado de anécdotas e ilustrado con escenas que contribuyen a fortalecer su entidad como símbolo de la unidad y esfuerzo mancomunado de la *familia* del folclore.

Aquellos fueron años clave para observar el proceso de crecimiento del campo. Aunque en un clima político inestable y “lejos de ser un modelo de democracia”, la censura política no estaba por entonces directamente direccionada a las expresiones folclóricas (Chamosa, 2012: 152). Ello favoreció una gran expansión del movimiento, mediante el surgimiento de tendencias que tomaron rumbos diferenciados respecto al paradigma clásico, expresión hegemónica del campo hasta entonces.

Por un lado, la tendencia que apuntaba a profundizar los mismos valores tradicionalistas y criollistas dominantes mediante un proceso de intelectualización de las producciones, tanto en la música como en la lírica. En ella encontramos como ejemplo paradigmático la labor desempeñada por Ariel Ramírez, que en 1963 editó el disco *Coronación del Folklore* bajo el sello Phillips, considerado por Claudio Díaz junto a la *Misa Criolla* (1964) como hitos que encarnaron la “saturación de las posibilidades creativas” del paradigma clásico:

Desde el momento de sus salidas ambos discos fueron celebrados por la crítica especializada y aclamados por el público, poniendo al folklore en un plano de dignidad y aceptación, incluso internacional, que hasta entonces no había tenido. (...) En su diseño llama la atención, antes que nada, lo que no se muestra. En efecto, a pesar de los títulos, no hay en las tapas ni en los sobres internos, ninguna imagen que represente objetos 'folklóricos', o que remita de alguna manera al mundo criollo. Esto llama la atención si se contrasta con las tapas que eran habituales en el campo. (Díaz, 2009: 151-152).

En el otro extremo, reaccionando intelectualmente en contra de los valores intrínsecos del paradigma clásico, encontramos la obra de artistas que apuntaron a la renovación del cancionero popular argentino mediante el cuestionamiento de sus aspectos más conservadores, aunque sin separarse del tronco principal del folclore de entretenimiento. Gracias a eso, y a que satisfacía dos necesidades del folclore por esos años —de “renovación” y de “jerarquización” (Chamosa, 2012: 180) —, sus representantes tuvieron presencia en las páginas de la revista. Al modo de las vanguardias artísticas del S.XX, el Movimiento Nuevo Cancionero se dio a conocer a través del

lanzamiento de un manifiesto que sintetizaba sus ideas y que sus miembros fundadores — integrantes del partido comunista— hicieron público durante una gira de conciertos a lo largo del país<sup>48</sup>. Con los años, fueron muchos los artistas que adhirieron a los postulados del movimiento y que se convirtieron en blanco de persecuciones y críticas con el aumento de la censura y represión (Marchini, 2008).

Es importante aclarar que la aparición de este nuevo paradigma distinguido por su propuesta de innovación estética y crítica social no se reducía a los artistas mendocinos vinculados a la fundación del Movimiento Nuevo Cancionero. Desde Salta, un grupo de poetas representados por Gustavo ‘Cuchi’ Leguizamón, Manuel J. Castilla, Ariel Petrocelli y José Juan Botelli también respondió a las transformaciones de la sociedad de esos años, resumidas por Ricardo Kaliman como la diversificación de la extracción social e ideológica de los intelectuales y el surgimiento de una nueva franja de público, asociada a los sectores universitarios progresistas (Kaliman, 2017, pp. 52-54). La corriente renovadora en su sentido más amplio<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Una de sus presentaciones en la Capital Federal fue promocionada desde Folklore, bajo el título “Inquietud provinciana en Buenos Aires”. Los retratos de Armando Tejada Gómez, Oscar Matus y Mercedes Sosa se acompañaban de una breve descripción de sus trayectorias, con especial énfasis en los títulos de libros y discos editados y los premios recibidos por cada uno. Sobre Mercedes Sosa, quien tras convertirse en un ícono del campo, sería protagonista de portadas y notas frecuentemente, la nota decía:

Nació en Tucumán. Se inició como intérprete desde su primera juventud. Actúa en Buenos Aires en 1961 y ha recorrido todo el país. En 1962 grabó para el sello RCA VICTOR un disco de larga duración titulado: ‘La voz de la zafra’. Prácticamente desconocida en su país, es en Uruguay una de las figuras femeninas de mayor relevancia y adhesión popular. [Nº 70, 1964: 2021]

Sin embargo aquella nota de 1964 fue la única referencia al movimiento dentro de la revista.

<sup>49</sup> Debido a la coyuntura de persecución política e ideológica de la que estos artistas fueron blanco, no hubo en *Folklore* menciones a ellos como movimiento y menos aún referencias a su posicionamiento político o ideológico. Es interesante, sin embargo, la referencia en una crónica del Festival de Cosquín, a uno de los espacios de reunión de artistas que representaban las expresiones más contestatarias. Esta nota a cargo de Marcelo Simón [Nº 230, 1974, pp. 8-29] sentaba posicionamiento en torno a acusaciones de censura en el marco del Festival en su edición 1974, tras un cambio en los integrantes de la Comisión Directiva justamente en una etapa caracterizada por las confrontaciones políticas que y que alcanzaba al campo de la cultura. En un pasaje, celebraba la invitación a los "Poetas que cantan", reunidos en el Grupo Aibdea por el artista Matalía, a pesar de que desde su peña a cuerdas del escenario habían cuestionado con dureza lo que sucedía en el Festival oficial:

¿Invitar significa coaccionar, lograr adhesiones? La pregunta implica la obvia respuesta: no. Por lo tanto, si alguno de los miembros de la anterior comisión creyó que aquello debía ‘pararse’ (no hay noticias de que así haya ocurrido) creyó mal. (...) Es más, el día que cesen las críticas, particularmente las urticantes, los que hacen Cosquín deben ponerse serios: algo andará mal entonces. [Nº 230, 1974, pp. 8-29]

aportó propuestas estéticas con un alto grado de innovación que apuntaban también a incidir en el campo político desde la cultura.

En cualquier caso, aun cuando sus posicionamientos colocan a la obra de estos artistas en un punto distante respecto a la producción de músicos como el citado Ramírez o Eduardo Falú, es interesante comprender siguiendo el análisis de Ricardo Kaliman (2017), que en realidad todas ellas correspondían a diversas filiaciones que compartían el mismo lado en el eje de confrontación entre lo *popular* y lo *ilustrado*. Todos participaban de una mirada esencialista de la cultura popular, que ponía en juego cánones de belleza vistos como universales, aunque con criterios contruidos desde una tradición clásica y occidental. Quienes pertenecen a esta *identidad ilustrada* detentan una competencia específica en el dominio de ciertos símbolos —en este caso musicales— que “demandan un cierto entrenamiento para ser reconocidos y apreciados” (pp. 46) y que tienden a verse como de un valor superior intrínseco, gracias al efecto de lo la violencia simbólica<sup>50</sup>. Según este mecanismo ciertas posiciones sociales son consideradas como superiores frente a otras, en base a la capacidad de sus agentes de desarrollar las aptitudes requeridas para dominar estos símbolos. Este esquema de *ilustración* en el campo del folclore, que se asienta sobre el concepto bourdieano de *distinción* (Bourdieu, 1988), ponía en un nivel inferior tanto las expresiones del pueblo que, a pesar de ser consideradas auténticas, se percibían como necesariamente sencillas y conservadoras, como aquellas que eran reducidas a su valor comercial derivado de la aceptación popular, pero que, según este punto de vista, no cumplían con los estándares de calidad musical y literaria<sup>51</sup>.

---

<sup>50</sup> Como el autor afirma, el concepto forma parte de una descripción epifenoménica del campo del folclore, en “una forma de generalización sociológica que da cuenta de un complejo conjunto de subjetividades” y que se actualizan de manera diferente “en función de cruces con otros condicionamientos sociales y no solo de aleatorias idiosincrasias personales” (Kaliman, 2017, p. 55).

<sup>51</sup> Para un desarrollo sobre la cuestión de la valoración de la calidad musical en las músicas populares ver Fischerman (2004).

Más allá de eso, en *Folklore* puede apreciarse la presencia de toda la gama de expresiones, las más y las menos intelectualizadas, las más ceñidas a los preceptos tradicionalistas y las más innovadoras, las más cercanas y las más lejanas de la estética criollista. Este impulso de *inclusión* será una marca discursiva de las condiciones de producción de *Folklore*, asociada a la demanda de un público ávido de novedades en torno de la escena nativa en un campo fuertemente diversificado y en expansión. Un alineamiento demasiado inclinado a alguna de estas formaciones en particular, o una toma de posición explícitamente en contra de cualquiera de ellas, hubiera significado sacrificar parte de su lectorado, con una pérdida directa en las ventas y, por ende, en los anunciantes.

Esto se refleja claramente en la escena de brindis de año nuevo construida en un estudio fotográfico para la última portada de 1963 (ver Fig. 6). En ella, *Folklore* reunió a la popular intérprete litoraleña Ramona Galarza junto al animador y periodista Julio Márbiz y el investigador y musicólogo Carlos Vega. La editorial a cargo de los editores Alberto y Ricardo Honegger presentaba a Márbiz y Vega como “dos hombres plenamente identificados con nuestra publicación y de positiva labor en el panorama nativista” que “hacen posible la marcha de una empresa que tiene un profundo y sincero sentido nacional” [Nº 58, 1963, s/p].

Los editores estaban preocupados por legitimar su discurso incorporando, junto a las expresiones artísticas y profesionales, a la corriente académica del campo, en este caso representada por Vega. El musicólogo se integró al proyecto tras ser convocado por Julio Márbiz para desarrollar la sección “Conciencia Folklórica” durante su permanencia en la dirección editorial. Desde allí la publicación desplegaría una estrategia opuesta y complementaria al impulso de inclusión que referíamos antes: las huellas de este impulso de *exclusión* demuestran el intento por definir la frontera entre lo que podía considerarse como expresión genuinamente

folclórica de lo que no<sup>52</sup>. Con hitos como el primer Congreso Internacional de Folclore, que tuvo como sede a la Argentina y fue presidido por el reconocido folclorólogo Raúl Cortazar, la corriente académica había sido otra de las ramas del campo de gran desarrollo durante el *boom* del folclore. De acuerdo a Oscar Chamosa (2012, pp. 152-158), fue precisamente la explosión mediática del folclore lo que les permitía a los estudiosos y especialistas incrementar su actividad de difusión por lo favorable de la coyuntura, aunque al mismo tiempo movilizados por el temor a perder el lugar que ellos mismos se adjudicaban, como árbitros de lo folclórico.

La incorporación de la perspectiva académica en *Folklore* buscaba consolidar la posición privilegiada de sus editores en el campo y legitimar el propio objeto de su discurso como algo más que simple música popular, es decir, como expresión de una esencia y una historia nacionales. En este sentido los editores celebraron la llegada al *staff* del periodista e historiador Félix Luna, recomendado por el músico y compositor Ariel Ramírez, con quien lo unía una relación de amistad (Luna, 2011). Abogado de profesión y militante del radicalismo en su variante desarrollista, sus primeras colaboraciones en la revista fueron referidas al tema del caudillismo nacional.<sup>53</sup> Justamente, la principal labor de Luna hasta el momento se había orientado a la divulgación histórica de relatos del pasado nacional para formatos de gran público (Mamani, 2015).

---

<sup>52</sup> Dedicaremos los próximos dos capítulos a profundizar respectivamente sobre estas estrategias de *inclusión* y de *exclusión* que refieren al doble movimiento por el que, mientras se ampliaba la oferta en el mercado de los artistas folclóricos, y las páginas de *Folklore* permitían la presencia de propuestas de lo más diversificadas; al mismo tiempo desde algunos espacios discursivos, la publicación establecía límites sobre lo que era legítimamente considerado como folclore, sobre la base del criterio de valoración de la autenticidad (que sufrió ajustes y redefiniciones a lo largo de esos veinte años).

<sup>53</sup> Antes de ser convocado como director, él mismo había sido considerado para contribuir con una semblanza del personaje histórico Severo Chumbita, montonero riojano cercano a Facundo Quiroga, con quien lo unía un parentesco lejano por la familia de su esposa [N° 40, 1963, pp. 48-49]. Posteriormente, volvió a colaborar con la revista elaborando el guión para una historieta sobre la figura de Felipe Varela, caudillo catamarqueño [N° 50 1963, pp.72-76].

Después de efectuar algunos cambios en el logo, enfoque y secciones que habían sido previamente anticipados [Nº 81, 1964: s/p y Nº 100, 1965: 3], se cerraba finalmente una etapa en *Folklore*. La partida del histórico director —que de todos modos retomaría su cargo algunos años más tarde—, quedó registrada en una amistosa despedida que le dedicaron los editores:

Julio Márbiz abandona la dirección de la revista. Nuevas inquietudes reclaman su actividad hacia otros rumbos, exigiendo su tiempo en actividades que le impiden volcarse, como lo hizo hasta ahora, a la conducción de la revista. Durante casi un centenar de números, Julio Márbiz brindó su eficacia profesional, su fervor por las expresiones del arte nativo y su entusiasmo al mejoramiento incesante de la revista *Folklore*. [Nº 98, 1995: s/p]

### 3.2. Liberalismo económico, conservadurismo cultural

Un artículo firmado con el nombre institucional de la sociedad comercial “Honegger S.A.” vaticinaba para las futuras ediciones de *Folklore* una renovación “en su formato, en su contenido y en su dinámica” y describía el momento como “una buena oportunidad para iniciar otro estilo periodístico” [Nº 100, 1965: 3]. Debajo de la primera editorial firmada por Félix Luna, un mensaje de los editores daba la bienvenida y presentación oficial del nuevo director:

El doctor Félix Luna es ampliamente conocido por los lectores de nuestra revista a través de las colaboraciones que ha publicado en sus páginas, y el público que sigue las manifestaciones artísticas del folklore también conoce al autor de 'Navidad Nuestra', 'Zamba de usted' y otras creaciones. El nuevo Director de *Folklore* -que tiene una vasta trayectoria intelectual en el campo de la historia, el ensayo político y la literatura pura- asume desde este número la responsabilidad de llevar adelante esta revista.

Estas líneas no son, pues, una presentación, sino el anuncio de una designación que da la medida de la calidad que Editorial Honegger quiere imprimir a *Folklore*. [Nº 101, 1965: 3]

Estos mensajes a los lectores tendían a reforzar la coherencia entre la trayectoria y lugar de los agentes y las competencias del enunciador colectivo *Folklore* como árbitro idóneo e instancia de consagración del campo, imagen que había forjado en la etapa anterior. El principio de coherencia que articula la dimensión social de los agentes y la dimensión textual del

enunciado se ubica, desde nuestro enfoque socio discursivo, en el orden de la necesidad, “por la coerción que impone el lugar a las prácticas, al definir los alcances de la competencia de los agentes sociales” y en el orden de la estrategia, “porque las coerciones no eliminan totalmente la existencia de alternativas, es decir, la posibilidad de optar por parte del agente social” (Costa y Mozejko, 2001, p. 35). De este modo, entre lo insoslayable y lo estratégico, el nombramiento del nuevo director buscaba dar respuestas a “las crecientes exigencias de un público que pide cada vez más calidad, más material, más variedad de temas” [Nº 100, 1965, p. 3].

Las ediciones publicadas desde el Nº 110 (diciembre de 1965) hasta el Nº 220 (abril de 1973) constituyen en nuestra muestra la segunda etapa de *Folklore*; y las características que asumió su discurso en este período, atravesado por la impronta de dos directores muy diferentes entre sí, puede leerse a partir del contexto político de la autodenominada Revolución Argentina (1966-1973). Aquellos fueron años caracterizados por un escenario político de creciente conflictividad económica y social. La revista sufrió el impacto de la crisis y fue testigo del ascenso de expresiones en el ámbito político cada vez más conservadoras que sobrevinieron al golpe de estado encabezado por el general Juan Carlos Onganía, jefe militar que había acumulado poder en la etapa anterior. Durante su gobierno y el siguiente, a cargo de Levingston, se dio un proceso de profundización del autoritarismo, con predominio militar y medidas antisindicales que se tradujeron en numerosas insurrecciones populares hacia final de la década, de las cuales el Cordobazo es el ejemplo más cabal. El tercero de los presidentes del período, Alejandro Agustín Lanusse, asumió en 1971 el compromiso de reorientar la crisis y fue una figura clave para la elaboración de la salida democrática en una sociedad altamente polarizada (Cavarozzi, 1987, pp. 47-64).



Durante toda esta etapa, independientemente de sus directores, el discurso institucional de la publicación fortaleció como nunca antes las ligaduras existentes entre los empresarios dueños de *Folklore* con los sectores de la sociedad que apoyaban al régimen, sobre la base de la relación que Honegger mantenía con las asociaciones gauchas y centros criollos desde antes del lanzamiento de *Folklore*. Signo de este acercamiento fue la calificación explícita en *Folklore* de ciertas medidas gubernamentales como promisorias, por considerarlas una respuesta a demandas históricas del movimiento [N° 101, 1965; N° 197, 1971].

Por ejemplo, en esa época fueron publicadas dos entrevistas a las autoridades de la Sociedad Argentina de Autores y Compositores de música (SADAIC), organismo que permanecía intervenido desde el año 1964 por el Poder Ejecutivo Nacional debido a irregularidades observadas en su manejo administrativo. En primer lugar, una entrevista a Ramón C. A. Jueguen, quien ocupaba transitoriamente el cargo de interventor en 1965, y que fuera caracterizado por los redactores como un “joven y activo” y “rodeado de un equipo fervoroso y dinámico”. En ella, el periodista entrevistador apuntó a extraer de su interlocutor —al final lo logró— una palabra que jerarquizara al folclore frente al resto de las “secciones” que conformaban la música nacional —música culta, tango, ‘Nueva Ola’ y jazz—:

Evidentemente, Ud. quiere que pronuncie palabras sobre el folklore que en mi carácter de interventor en SADAIC, con la obligación de ser equitativo, no puedo pronunciar... Digamos, entonces, que atribuyo al folklore la máxima jerarquía... pero siempre en un plano de igualdad con las distintas formas de expresión musical. ¿Satisfecho? [N° 101, 1965: s/p]

Más adelante, en el año 1968, los interventores eran “el doctor Ricardo U. R. Gardey, joven abogado de vasta actuación en el foro local” y “el señor Mario Alessandro, director general de la intervención, empresario de meteórica trayectoria en el campo industrial”. Aunque hacia el cierre se intuye la verdadera intención de la nota, a partir de los elogios del entrevistador, quien

manifiesta una tranquilidad por la supuesta “solvencia y transparencia” demostradas por sus entrevistados, la nota comienza con un clima de tensión y polémica, que busca reflejar las sensaciones de duda y desconfianza percibidas por sus lectores.

¿Qué pasa en SADAIC? Esa pregunta que está en todos lados y nosotros les espetamos a boca de jarro. (...) La calle solo sabe que los autores y compositores del país se quejan por un estado de cosas que está demorando demasiado su normalización [Nº 160, 1968: s/p]

Otro ejemplo fue la indisimulable emoción suscitada por una carta de puño y letra del presidente de facto recibida por los editores y publicada en la revista con un anuncio desde la portada. Se trataba de una misiva enviada por Onganía, en respuesta a una invitación que Honegger le había hecho llegar para participar de la celebración de un nuevo aniversario de la publicación. En ella Onganía se excusa por razones personales, pero aprovecha para manifestar su apoyo al “trabajo de promoción tradicionalista” realizado por los editores [Nº 126, 1966, p. 3].

Sobre la base de aquel presupuesto que orientó la práctica discursiva de *Folklore* como una tarea y una misión puestas a disposición del movimiento, la revista fue desde sus páginas transporte y motor de algunas de las peticiones llevadas adelante por sus integrantes. Uno de estos casos es el conflicto por los porcentajes obligatorios de difusión de música nacional<sup>54</sup> y que implicó demandas direccionadas hacia el gobierno, como la solicitada por parte de un grupo de artistas por la reactivación del decreto 13711/49, que estipulaba la obligatoriedad de transmitir un porcentaje del 50% y había sido dejado sin efecto<sup>55</sup>. Desde la nota, titulada “Hacia una

---

<sup>54</sup> Ver referencias a la nota de opinión de Luis Benito Zamora [Nº 250, 1975, pp. 18-21], mencionada en el capítulo 1.

<sup>55</sup> Otra de las demandas impulsadas por *Folklore* fue la junta de firmas anunciada en el ejemplar Nº 107 (1965) para pedir el indulto al Chango Rodríguez, condenado por un homicidio simple en el año 1963 al entonces presidente Arturo Illia, aunque terminó siendo otorgado por el presidente de facto, Onganía, en 1966; así como las peticiones constantes desde los inicios de *Folklore* hasta sus últimos números acerca de la incorporación del folclore como contenido a dictarse en la currícula escolar del sistema formal educativo: "Si nos queda algo por lograr es la prédica permanente de los 20 años: la enseñanza del folklore en todos los colegios argentinos, única circunstancia que permitirá madurar a la niñez, conocer las raíces de su patria, los valores de la tradición (...) No renegamos de la

difusión mayor de nuestra música”, la revista augura una respuesta satisfactoria por parte de la gestión de Onganía, sin ahorrarse expresiones laudatorias a la impronta nacionalista del gobierno sustentada en sus manifestaciones públicas.

FOLKLORE adhiere a la medida cuya iniciativa propician los autores, compositores y artistas mencionados arriba y manifiesta desde ya su apoyo al movimiento tendiente a conseguir una distribución de espacios más justa, que permita a los cultores del arte nativo una ubicación en los instrumentos de difusión masiva que sea, al menos, igual a las expresiones de música extranjera. Y confía que la sensibilidad de las altas autoridades de la Nación acogerá favorablemente este pedido. [Nº 160, 1968: s/p]<sup>56</sup>

Ya durante el gobierno de Lanusse, y con *Folklore* nuevamente bajo la dirección de Julio Márbiz, la cercanía al gobierno militar se revelaba como una continuidad. Con una editorial firmada por él mismo, Honegger se dirigió directamente al presidente para saludar su iniciativa de implementar una obligatoriedad del 70% de música nativa en las emisoras.

Por eso hoy el editor cambia una regla que, si no anunciada, era firme en lo íntimo, a lo largo de diez años: no aparecer en estas páginas firmando un artículo periodístico (...) Lo hace para significar que una prédica constante, al respecto, entintó nuestras entregas. Lo hace fundamentalmente, para saludar -a sabiendas de lo peligroso que suele resultar saludar una iniciativa gubernamental en los tiempos que vivimos- sin especulaciones, una medida que va más allá de las simpatías políticas que pueda concitar esta Revolución Argentina para unos frustrada, para otros por realizarse, que va más allá del gobierno mismo, que se convierte en aparato de Defensa del Estado. (...) Cuando estas palabras lleguen al lector, ya estará en vigencia, corrigiendo las desviaciones de la anterior resolución Nº 53 de la Administración General de Emisoras Comerciales de Radio y

---

música foránea, la valoramos en su dimensión, pero defendemos lo que consideramos una tradición pura y santa" [Nº 316, 1981, p. 5].

<sup>56</sup> Los firmantes eran Waldo Belloso, Mariela Reyes, Hugo de la Silva, Gaillardou (Apachaca), Hernán Figueroa Reyes, Luis Landriscina, O. Andino, Hermanos Abrodos, Robustiano Figueroa Reyes, A. Ábalos, Francisco Navarro, Juan A. Morteo, Enrique Espinosa, Carlos Santamaría, F. Aragón, Leonel Arce, Rafael Amor, Patricio Sosa, Carlos Carabajal, Chino Martínez, Alberto Castelar, Eduardo Gailart, Américo Barraza, Cacho Arriola, Eduardo Andrade, Raúl Barboza, Rolando Quiroz, Emilio Ríos, Alberto Merlo, Cacho Saucedo, Cholo Aguirre, Julio Molina Cabral, Jacinto Nadal, Víctor Velázquez, Eduardo Vallejos, Armando Nelli, Damasio Esquivel, E. Yacante, Lorenzo Valenzuela, Cristina de los Ángeles, Victorio Pérez, Hermanos Ábalos, E. Juárez, Tito Veliz, José Cidade, José Robles, Oscar González, Dana Day, Ernesto Montiel, Juancito El Peregrino, Domínguez Guerra, Manuel Abrodos, y Margarita Palacios. Además, se esperaba la adhesión de otros nombres a quienes se la había solicitado, como el caso de Atahualpa Yupanqui que se encontraba en Europa.

Televisión, un desparejo proyecto que, si saludable en su enunciación, enfermó rápidamente en su aplicación. [N° 197, 1971, 3]

Finalmente, el gesto de condescendencia se adivina con las notas dedicadas en ese año a la unión en matrimonio del músico Rimoldi Fraga y Estela, hija de Agustín Lanusse; donde la figura del primer mandatario adquiere la imagen caricaturesca de un padre severo pero candoroso, preocupado por velar por el bienestar de su familia:

- Por cierto, eludimos, en un raptó de buen gusto, la tentación de hacerle preguntas políticas. Pero sí inquirimos acerca de su padre. Particularmente, alrededor de esa imagen difundida últimamente del presidente en la intimidad de su hogar (cuando las cámaras de televisión le mostraron en la Quinta, rodeado de familiares en ocasión de la pelea Monzón- Griffith) ¿Es una imagen real? O, dicho de otro modo, ¿así es siempre en su casa Alejandro Agustín Lanusse?
- Todos le tenemos una gran admiración. Es severo y justo. No se apresura pero actúa con determinación. Sabe escuchar y rectificarse. Y nos dio siempre libertad. ¿Qué más puede pedirse a un padre? [N° 202: 1972, pp. 4-10]

La cobertura de la boda como un hito que entrecruzaba los ambientes del espectáculo y de la política fue abordada de manera sensacionalista por periodistas y *paparazzi* de los medios gráficos de la época y también aprovechada por *Folklore* para estimular las ventas.

Una bella pareja aunque Estela María, 22 años, deba seguramente escuchar algún reproche en su círculo, aunque Roberto, 26 años, deba alguna vez oír -como hace poco, en una actuación en una localidad bonaerense- a un chusco gritando en un silencio de la canción: 'Che, Rimoldi, decile a tu suegro que rebaje la carne!'... [N° 200, 1971, pp. 20-23]

Decíamos antes que durante esta época la dirección de la revista alternó, en las figuras de Félix Luna y Julio Márbiz, dos estilos discursivos claramente diferenciables. Félix Luna describió la llegada a una “mayoría de edad periodística” de la publicación [N° 110, 1965, p. 3] y antes de figurar explícitamente como director, coordinó una serie de notas especiales entre las que se encontraba una nota de opinión de su autoría sobre los orígenes del campo, con una mirada académica y un sentido romántico de la identidad nacional ilustrada con numerosas

fotografías de los artistas del momento [N° 100, 1965, pp. 4-21]. En aquel momento la publicación volvió a su tamaño original de 32x25 cm, pero con el doble de páginas. Según el propio Luna, la decisión de “agrandar” *Folklore* se debió a varios motivos:

Un motivo de dar mayor información, pues el formato grande permite mayor contenido, tanto gráfico como escrito. Un motivo artístico, pues este tamaño hace posible una mayor variedad en la diagramación. Y finalmente, un motivo de 'defensa' de la revista, pues la tapa grande 'defiende' -como se dice en lenguaje técnico- la publicación en los quioscos donde la gran cantidad de revistas hace que se pierda la presencia de formato menor. [N°126, 1966, pp. 4-5]

Para aprovechar el nuevo formato, Luna tomó la decisión de ilustrar las portadas con obras de los fotógrafos Eduardo Riggio y Pedro Luis Raotta, “dos hombres jóvenes que hacen de la fotografía un verdadero arte: dos argentinos que nos ayudan a mirar con otros ojos el país”, para reemplazar los típicos retratos de artistas estrella que habían caracterizado a la publicación, por una “visión plástica (...) de la Argentina en sus formas más características” [N° 110, 1965, s/p]. Sin embargo, el efecto sobre las ventas fue negativo y lo obligó a desistir de su intento, tal como recuerda el mismo director en el último número de la revista:

Empecé a dirigir *Folklore* tratando de imprimirle un estilo que, sin renunciar a la modalidad propia de la publicación, le agregara otros elementos de interés para los lectores. Por ejemplo las tapas (...) Fue un esfuerzo muy lindo pero lo cierto es que las ventas de *Folklore* empezaron a declinar y hubo que retornar a las tapas habituales. [N° 316, 1981, pp. 8-9]

Se trataba de la tensión existente entre dos miradas sobre el folclore: una como objeto antropológico donde rastrear una esencia cultural identitaria; y otra según la cual se trataba de un fenómeno de la industria musical dedicada a la producción de ídolos populares. La impronta de Luna buscó prestigiar la publicación en el medio, mediante la colaboración de “personalidades que le daban jerarquía a la publicación y la convertían en algo más que un mero órgano para los fanáticos del género”. Aunque durante algún tiempo insistió con que estas decisiones estaban

dando sus frutos en forma de una respuesta positiva del público [N° 126, pp. 4-5]; el contexto de creciente crisis económica evidenció que su aporte en términos de mercado no era el esperado.

El 12 de marzo de 1969 se despedía de la dirección de *Folklore* a la vez que anunciaba el mantenimiento del nexo con Honegger S.A. a través del proyecto editorial *Todo es historia*<sup>57</sup>. En la imagen de enunciador construida por su discurso, se reforzaba el compromiso con la tarea común de promoción de las expresiones folclóricas en el campo más amplio de la cultura con la figura de Honegger como baluarte; y cobraban relevancia los tópicos de la amistad y los sentidos afectivos con impacto sobre la comunidad de lectores.

Los lectores son los que deben enjuiciar estos cuatro años (...) Mi labor jamás cayó en el favoritismo, sectarismo o parcialidad, todos fueron recibidos como amigos, unidos en torno al común fervor por las manifestaciones artísticas de sentido nacional. (...) No dejo al folklore, porque en sus creaciones e interpretaciones siento vibrar la misma misteriosa dimensión argentina que se evocan en otras obras periodísticas, literarias, históricas y musicales que están vinculadas a mi nombre. Seguiré en la empresa que tan gallardamente conduce don Alberto Honegger (...con...) empecinamiento argentino, el optimismo y visión de futuro de este extraordinario empresario y amigo (...) Hasta siempre, nos encontraremos en la emoción común de una zamba o chacarera. [N° 171, 1969, s/p]

Entonces se dio el regreso de Julio Márbiz al puesto de director de la revista, convocado por los editores y sin mayores explicaciones para los lectores, aunque con la intención manifiesta de dar inicio a una nueva etapa:

Abril señala una nueva etapa de nuestra revista. Renovación con inquietudes que siempre estarán vinculadas a nuestro país a través de la música, del hombre, del paisaje. (...) La 'nueva' revista Folklore está en sus manos. Quedamos a la espera de su opinión. Que tendrá gran valor para nosotros. [N° 172, 1969, s/p]

---

<sup>57</sup> En sus memorias, el historiador recuerda que la idea de esta revista surgió ante la preocupación manifestada por Alberto Honegger acerca de cómo mantener su negocio editorial en el contexto de represión cultural del gobierno de Onganía. Apelando a su interés en ejemplos de revistas francesas de historia, Luna consideró que una revista de historia se revelaba como una salida frente al congelamiento de la política pero en el marco de una sociedad que reflejaba gran vocación por la *cosa pública*. El objetivo fue presentar versiones de episodios históricos siguiendo un criterio periodístico, de divulgación y accesible, presentada con *gancho*, profusamente ilustrada y no embanderada en ninguna corriente. Este nuevo proyecto que duró muchos años ocupó su prioridad como director y lo llevó a renunciar a *Folklore* en 1969 (Luna, 2011).

El nombre de la publicación, que había sido modificado por *Folklore y Turismo* durante los últimos números de la gestión de Luna para promocionar el turismo interno como estrategia de ventas, volvió a ser simplemente *Folklore*<sup>58</sup>. Por entonces la empresa editora responsable pasó de ser *Honegger SAIC* a *Tor's SCA*, con dirección postal en Bolívar 547, que es donde funcionaba la redacción. Se redujo el formato a 28 cm x 22 cm.; y también la periodicidad, que pasó a ser mensual. Los artistas en las portadas lucieron más espontáneos en fotografías menos retocadas y el estilo periodístico retomó el carácter directo y efectista del locutor de Cosquín, dando un giro abrupto a la modalidad que Luna había intentado imprimirle. Puede decirse que entre 1969 y 1973 los cambios observados estaban asociados al contexto de crisis económica.

En 1969, el levantamiento obrero estudiantil conocido como *Cordobazo* y sus réplicas posteriores en otras regiones del país acabaron por debilitar la figura de Onganía, y produjeron cambios internos en el gobierno de facto que acabarían con una forzada salida electoral. Ese año la conflictividad social llegó a uno de sus puntos más álgidos y las tensiones tiñeron las relaciones incluso del ámbito del folclore, en un período en el cual la politización de la sociedad coincidía, según Carlos Molinero, con “el cénit de la canción militante” (2011, p. 35). Sin embargo, aunque la censura ya estaba operando sobre las presentaciones en vivo y la circulación de discos de algunos artistas del campo, en las páginas de *Folklore* se percibe gran libertad para exponer la tensión social. Precisamente el tema de la “canción de protesta” fue un tópico constante en notas de opinión y entrevistas. Tomamos como ejemplo dos entrevistas en las que, guiados por las preguntas incisivas del periodista, quedaron expuestas dos posturas opuestas sobre el tema, que permiten a la vez dimensionar el clima de opresión que se cernía sobre la libre expresión.

---

<sup>58</sup> Aunque mantuvo un suplemento de turismo promocionado desde la esquina superior derecha de la portada como un ofrecimiento extra al lector, entre los ejemplares N° 172 a 174.

Siguiendo el orden de su publicación, la primera es una nota al uruguayo Aníbal Sampayo donde inmediatamente después del título: “El compromiso del autor”, se anticipa el tratamiento de temas “audaces” pero que agregan “un matiz importante a la tónica de las notas que habitualmente publicamos”, claro que bajo la aclaración de que se trata del “pensamiento descarnado de nuestro entrevistado” [Nº 191, 1970, pp. 32-33].

Era Aníbal Sampayo quien expresaba su propio análisis en torno a la realidad social y política, utilizando términos como “liberación”, o “explotador”, referidas por él mismo como categorías “universales” [Nº 191, 1970, pp. 32-33] en una identificación total con las corrientes discursivas de tendencia marxista. En la entrevista se percibe un marcado distanciamiento entre los coenunciadores<sup>59</sup> (Maingueneau, 2008, pp. 21-22), que, si bien puede atribuirse a la rigurosidad profesional por parte del periodista, también está afectado por el clima de censura de la época. Ante la expresa necesidad del entrevistado de “denunciar a través de la canción” y expresar “anhelos de reivindicación en nombre de mucha gente”, la conversación adquirió entonces un tono de interrogatorio:

- Bien, pero ¿creés que como autor sos certero en tus denuncias? (...) Y ¿qué creés, que vas a remediar cantándolo?
- No lo sé muy bien pero no puedo dejar de hacerlo. (...) una manera como cualquier otra de ayudar a formar una conciencia más humana sobre los hechos.
- ¿Qué hechos?
- Las injusticias, el dolor, el desamparo. [Nº 191, 1970, pp. 32-33]

A lo largo de sus intervenciones, aunque sin pronunciarse a favor o en contra de la protesta, el periodista orienta la opinión del lector hacia su propia postura, crítica de este tipo de manifestaciones. Sin embargo, hay un marcado interés en dejar registro de esta tensión. Eso

---

<sup>59</sup> Maingueneau utiliza este término en lugar de *enunciario o destinatario*, de acuerdo a la concepción interactiva del lenguaje como construcción, para subrayar la participación activa tanto del locutor como del alocutario. “Cuando el enunciador habla, el *coenunciador* también se comunica: se esfuerza por ponerse en su lugar para interpretar sus enunciados e influye en el otro constantemente por medio de sus reacciones” (Maingueneau, 2008, p. 22).



puede observarse cuando en un momento de la conversación el propio Aníbal Sampayo expresa su preocupación por los temas que se están abordando, preguntando al periodista si piensa publicar aquello en lo que derivó la charla. La respuesta del periodista es compleja por las connotaciones contextuales que deja traslucir. Primero adopta una postura desentendida: “nosotros no tenemos problema en publicarlo” [Nº 191, 1970, pp. 32-33], aunque utiliza la primera persona del plural para nombrar al agente social colectivo que corresponde a quienes están detrás de *Folklore* y así construye el respaldo desde el cual construye su lugar como enunciador. Luego agrega: “Es tu opinión, ¿no? no tenés por qué ocultarla”. La frase singulariza a un enunciador individual, identificado con el sujeto artista, que queda así expuesto en el acto de expresarse contrariamente al régimen gobernante. La transcripción del intercambio hace evidente la intención de simular una situación de normalidad que no era tal en el momento, lo que se comprueba en el gesto de autocensura del entrevistado.

A continuación, la repregunta del entrevistador: “Es peligroso. ¿Esos procesos no responderán a esquemas viejos, ya demasiado vistos y, en sí, extranjerizantes?”, provoca una salida discursiva por el tópico del nacionalismo, al que el entrevistado considera un lugar seguro, para cerrar el diálogo: “Ante todo nacionalistas. (..) Los procesos reivindicatorios a los que me refiero son los independientes de todo color político. Y deben ser, repito, profundamente nacionales antes que ninguna otra cosa. Punto y aparte. No hablemos más” [Nº 191, 1970, pp. 32-33]. El intercambio entre Sampayo y el periodista muestra con claridad que la disputa desatada era, ni más ni menos, por la definición de la nación. La calificación de “extranjerizante” utilizada por el periodista se inscribe en lo que Avellaneda (2006) analiza como el *discurso de represión cultural* implementado por el gobierno de facto para referirse a las canciones de protesta como parte de la amenaza ideológica que atentaba contra el *ser nacional*. Por otro lado,

si Sampayo recurría al nacionalismo como salida a las preguntas incómodas del periodista, es porque se trataba de un concepto tan amplio que admitía expresiones de las más opuestas. En el caso de Sampayo, integrante del Movimiento de Liberación Nacional “Tupamaros”, su postura representa la versión nacionalista presente en la canción de protesta (Molinero y Vila, 2017), característica de todo el movimiento de la Nueva Canción como expresión cultural de la estrategia de la izquierda y los “frentes de liberación nacional” conformados en países de la región.

La otra entrevista que toca explícitamente el tema es al joven catamarqueño Naco Rueda [Nº 191, 1970, p. 58], de quien se resalta su origen humilde y sus esfuerzos para “abrirse paso” en el ambiente. Respecto de la canción de protesta, su respuesta es tajante:

Me he dado cuenta de que al pueblo hay que darle las cosas del pueblo, cosas que entienda. Mis canciones tienen esa intención. A lo mejor es así porque yo no soy un resentido: yo he sufrido mucho de verdad. Y no voy a andar transmitiendo ese sufrimiento a los demás. ¿No? Además, ya pasó. (...) Tampoco es solución darle canciones al que tiene hambre: hay que darle de comer, porque las canciones no engordan. Y además, últimamente, no hay que mentirle al pueblo... [Nº 191, 1970, p. 58]

Ambas entrevistas están relacionadas por una marca textual que intencionadamente demarca un itinerario para su lectura, un reenvío de una a otra mediante paréntesis<sup>60</sup>. Esa acción textual revela que ambas fueron hechas por el mismo periodista, aunque figuran anónimas. La afinidad ideológica entre entrevistador y entrevistado en el cierre de la entrevista a Naco Rueda es evidente:

Cuando nos despedimos de él (...) seguimos discutiendo el valor de la protesta en la canción. No sabemos si tiene razón, sabemos que es profundamente sincero. Y que es un cantante popular, capaz de enfervorizar a una multitud aunque nadie lo conozca. Nos dejó una clave flotando en el aire: ‘¿Canciones de protesta? el pueblo no las canta. Ah, sí,

---

<sup>60</sup> “Son temas sugerentemente contruidos, dotados de una musicalidad muy especial y de letras que a menudo — desde hace mucho— orillan el tema de la protesta (ver pág. 58)” [Nº 191, 1970, p. 32].

hay una que recientemente escuché yo (...) Esa, la de los muchachos... la de juntos, unidos, triunfaremos'... [N° 191, 1970, p. 58]

Justamente por entonces había llegado a la redacción el periodista Marcelo Simón, imprimiéndole al contenido de *Folklore* un tono ácido y personal que podemos reconocer en el registro de las entrevistas citadas, por lo que asumimos que las entrevistas son de su autoría. Su filiación política al peronismo se hace evidente, sin nombrarse como tal, en la columna publicada en el mismo número, titulada “El Cabecita” [N° 191, 1970, p. 7]. A través de ella, Simón establece una discusión en respuesta a un comentario pretendidamente humorístico emitido en un programa de televisión, donde se había sugerido que el problema de las Villas Miseria era “fácilmente erradicable” si se dotara a sus habitantes “de trajes de gauchos y paisanas (...) y entonces mostrar a los turistas el toque *folk* de Buenos Aires”.

A partir del advenimiento del Cabecita Negra floreció el canto nacional desde Buenos Aires, un canto que está más allá del disfraz de gaucho, un canto que está dentro del pecho, sobre los hombros, en la mirada de los invasores, que los persigue por el cinturón fabril del Gran Buenos Aires, que los signa y los define (...) Por eso el chiste no es demasiado bueno como chiste: aunque el caballo haya dado lugar a la motocicleta, aunque los vaqueros suplan a las bombachas, aunque se vaya perdiendo la tonada, hay allí mucho de Argentina de verdad. Claro que en una de esas convendría mostrarlo a turistas muy especiales: no a los que vienen del exterior, sino a los que viven aquí, a los que inventaron lo del Cabecita, a los que se sienten molestos o inspirados con él. A los que no lo conocen, en suma. [N° 191, 1970, p. 7]<sup>61</sup>.

Respecto del tema de la protesta en esta música, Simón adoptó una postura muy crítica que desplegó con su usual tono irónico, entre otras, en la columna titulada “*El autor y el gancho*” [N° 192, 1970, p. 9]. En ella presenta a un personaje hipotético que es la imagen estereotipada de un cantor de protesta, al que acusa de tener un cuestionable y poco genuino

---

<sup>61</sup> Su planteo retoma las ideas planteadas previamente en la revista por Armando Tejada Gómez, referente del Movimiento Nuevo Cancionero, en un artículo titulado “Ese morocho de la Guitarra” [N° 151, 1967, pp. 41-44]. En él, se refería a sobre los procesos de migraciones internas a mediados de S XX y los “cabecitas negras”, término despectivo con el que los antiperonistas se refirieron al sujeto colectivo de obreros humildes provenientes del interior del país y representados por el movimiento peronista.

método compositivo. Su cuestionamiento a aquellos artistas que se autoproclamaban representantes del pueblo en su sufrimiento, a quienes acusaba de hacerlo por moda y con soberbia, era una crítica permanente a la postura “ilustrada” (Kaliman, 2017, pp. 48-49).

Durante esta etapa, su columna de opinión se convirtió en una sección fija desde la que ofrecía una observación aguda de la realidad, con un manejo de la ironía y haciendo alarde de sus competencias culturales. En este sentido, sus columnas siempre eran anteceditas por un epígrafe con una referencia textual a algún autor o cancionero; desde Ricardo Rojas, a José Hernández; desde Bernard Shaw a Tejada Gómez, Manuel J. Castilla o Almafuerce, pasando por cancioneros y copleros populares.

En noviembre de 1970, el peronismo, los radicales y algunos partidos menores firmaron un documento denominado “La Hora del Pueblo”, reclamando un proceso electoral sin vetos ni proscripciones. Las presiones terminaron definiendo el final del mandato de Roberto Marcelo Levingston, quien dejó su lugar en la presidencia del país a Alejandro Agustín Lanusse. Bajo su gobierno se negoció la salida electoral que definiría el retorno del peronismo como fuerza política activa después de los años de proscripción (Cavarozzi, 1987, pp. 60-64). Fueron tiempos agitados en el plano político, en los cuales la conflictividad marcó el pulso social y se reflejó en una forma de hacer periodismo en la que el recientemente incorporado jefe de redacción demostraba eficacia:

¡Y vaya si ha regresado! con toda su gracia, para probar dramáticamente que los argentinos que reniegan del folklore, no imaginan que todos vivimos en estado folklórico puro: el malón político que nos rodea, llegado el tiempo de las inminencias electorales, constituye un hecho folklórico absoluto. (...) Se ve a la fauna lanzada en pos de sus conquistas: unos aguardando el retorno, los otros diciendo que en vez de retorno, que suena un poco francés, mejor digamos regreso, los de más allá proponiendo el peruanismo, los de más acá proponiendo el peronismo, éste, refiriéndose con la nariz fruncida al aluvión zoológico de los descamisados, aquél, viajando presurosamente a Madrid en busca de la bendición del Tata. Unos, prometiendo que no habrá proscripciones y otros diciendo que,

caramba, todavía no es oportuno que el hombre vuelva. Unos diciendo que hay que profundizar la revolución y otros afirmando que lo único que hay que profundizar es la limpieza del Congreso para hacerlo habitable nuevamente. Hay quienes piden el retorno a los cuarteles y no faltan quienes murmuran que lo que hay que hacer es salir de los cuarteles para amparar la libertad. [Nº 197, 1971, s/p]

La dupla Márbiz-Simón acentuó en este periodo de *Folklore* un tono de polémica dando lugar a nuevas estrategias textuales de evidente amarillismo dirigido a aumentar el número de ventas, especialmente desde los titulares que dejaban entrever disputas, controversias y querellas entre los agentes del campo<sup>62</sup>. La búsqueda de acuerdos dentro del movimiento, en medio de un clima social de antagonismos, se reflejaba en el interior de *Folklore* con la implementación de encuestas sobre la coyuntura. En la nota “Perón-Lanusse y los folkloristas”, los artistas Daniel Toro, Albino Rojas Martínez (“El soldado Chamamé”), Ricardo Romero (de los Tucutucu) y Jorge Cafrune fueron seleccionados como representantes del campo para consultarles sobre el inminente llamado a elecciones por parte del presidente: “¿Qué opinión le merece la presencia de Perón en el país?” y “¿Cuál es su opinión ante la actitud asumida por Lanusse?”. En sus respuestas, todos hacen énfasis en la importancia de la actitud pacifista demostrada por ambos actores políticos [Nº 216, 1972: 10-11].

Aquella fue una de las últimas editoriales firmadas por Julio Márbiz, en la que el director se involucra en un análisis político de lo que analiza como un cierre de ciclo:

---

<sup>62</sup> Los titulares rastreados en las portadas del período dan cuenta de ello: Cafrune: ¿Por dónde andará? [Nº 174], Apareció Cafrune! [Nº 175], La culpa de Yupanqui [Nº 176], Disculpe, Hernán Figueroa Reyes [Nº 177], ¿Qué pasó en Sadaic? [Nº 179] Festival de Bs. As. ¿trampa? + Mercedes Sosa, protagonista de un escándalo [Nº 180], Rimoldi Fraga Acusa + Los Fronterizos atacan: primer round [Nº 183], Contraatacan Los Fronterizos [Nº 184], Horacio Guarani apunta a Sadaic [Nº 185], Argentino R. Fraga: ¿Mejor que Alcón? + Folkloristas en el exterior: verdad y mentira [Nº 197], El 75 no se cumple! [Nº 198], Hay Bronca: los trovadores [Nº 199], José Larralde, radiografía de una frustración [Nº 201], Ariel Ramírez: dueño de Sadaic? [Nº 203], El soldado Chamamé: ¿burla al folklore? + Radiodifusión, salió la nueva ley [Nº 205], Moda. ¿Folklore o Snobismo? [Nº 207], Cultura Vs. Cosquín.+ Letras “beat”, la mentira + Chaco: Lanusse Folklorico [Nº 209], Al colón! Violentas opiniones encontradas [Nº 213], Conmoción en el Luna Park [Nº 215], Perón, Lanusse y los folkloristas [Nº 216], Horacio Guarany y la violencia: ¿Pura ficción? [Nº 217].

Diciembre parece significar también, con el adiós a un año viejo, el hasta nunca a un período de incertidumbres, desencuentros, búsquedas, en la vida institucional del país, asunto que nos preocupa a todos. Por eso nos dimos a la tarea de recoger impresiones alrededor de dos vértices del proceso -Lanusse y Perón- en una breve encuesta realizada con miembros de la familia folklórica. [Nº 216, 1972, p. 3]

Debido a los vínculos existentes entre el sector tradicionalista al que pertenecía el empresario Honegger y el gobierno del régimen, los contenidos de *Folklore* eran seguidos de cerca por sus funcionarios. Pero al mismo tiempo, gracias a ese vínculo, los redactores gozaron en todo momento de una gran libertad de acción para cubrir todas las formas de expresión del campo, aun las más contestatarias. Si desde la editorial se marcaba cierta direccionalidad ideológica de corte nacionalista y de defensa de las expresiones nativistas; las notas de Simón apostaban a alimentar los debates sociales, sin críticas directas al régimen, pero tomando parte en cada conflicto desde su lugar de observador de la realidad:

...me interesaba darle a las páginas de esta revista un tono periodístico más agudo que el que tienen normalmente las revistas especializadas, cosa que también se ha logrado mucho más ahora. Creía yo necesario observar la realidad, que por entonces estaba impregnada de un fuerte color político (...) Puesto que nadie, ni aún una revista dedicada al más lejano de los temas puede desprenderse de su entorno cotidiano. Y mucho más, pensaba yo, debía serlo una revista que manejara un tema tan romántico en el más absoluto sentido de la expresión, como es el de la cultura popular. [Nº 316, 1981, pp. 10-11]

En una columna titulada “Torturas” publicado en junio de 1972, dejaba registro —y condenaba— la naturalización de prácticas violentas en el plano político:

Amnesia perjudicial la de quienes callan, memoria malsana la de quienes aprovechen el tema para arrimar agua a sus propios molinos. El equilibrio es difícil —tanto como lograr que suene convincente— pero no imposible: torturas y torturadores, en verdad ingresaron desde hace mucho al folklore argentino (...) El asunto es que, evidentemente, aquí ya se han superado los límites, (...) ha ingresado ya a la categoría del terrorismo cotidiano, tan venenoso y caótico, en este caso, como en los engendrados por los ultras que actúan en las sombras. (...) no podemos desconocerlo, que los torturadores pertenecen a grupos ignotos, ni siquiera ‘paralelos’, y que, sin ninguna duda, le hacen un flaco favor a la orientación populista del gobierno (por eso hay observadores que suponen que estos territorios están cruzados por trópicos subversivos)... [Nº 210, 1972, p. 9]

En esta columna se percibe cierto temor por aludir a cuestiones que afectaban al poder opresor y que podían significar un riesgo para el propio agente. Por este motivo, desde el discurso reforzaba su lugar de enunciación legitimado por el oficio de periodista, que pone por sobre cualquier debilidad el deber de informar.

Tratar [el tema] aquí y en todas partes es por lo demás, cuestión de conciencia, tenga o no (no) que ver con el mundo del espectáculo, tenga o no (sí) que ver con el folklore. Y no debe ningún escriba argentino, detenerse ante los supuestos o reales peligros que signifique tipear en la máquina de escribir....

El desbaratamiento del aparato torturador, donde quiera que se halle, será oportuno: nos devolverá el concepto de nuestra propia dignidad y permitirá que muchos nos sacudamos ese enemigo de la democracia que es el miedo. Para empezar a hacerlo, escribo lo que escribo. [N° 210, 1972, p. 9]

Más adelante, ya durante el gobierno peronista, volvió a referirse a la coyuntura política y el clima de violencia. Titulada “No te metas”, la columna condenaba la violencia de ciertas costumbres y usos políticos como parte del folclore nacional, entre las que incluye esta frase:

Hay que eliminar el también folklórico 'no te metás' que nos otorgó en otras épocas una pátina de culposa indiferencia supuestamente masiva, cuyo síntoma más evidente palpitaba en el periodismo, donde la autocensura ha sido un excelente pretexto -las más de las veces infundado- para ser uno cómplice sin remordimientos. [N° 232, 1974, p. 9]

Con fundamento en esta construcción de enunciador-periodista comprometido con la realidad del país, la columna recuerda el tratamiento que el espacio había dado al tema de los métodos de tortura y los límites excedidos por el régimen militar. Luego denuncia:

Ahora esos límites excedidos son los del terrorismo supuestamente ideológico. Los tira bombas, en fin, que han superado largamente la más o menos romántica tradición de los anarquistas y que han logrado, finalmente, ser folklóricos. [N° 232, 1974 p. 9]

La columna fue publicada en el mismo número que difundía el atentado sufrido por Horacio Guarany. No obstante, este atentado y una serie de amenazas e intimidaciones al cantor fueron auto atribuidos mediante un comunicado por la recientemente creada Alianza

Anticomunista Argentina (AAA)<sup>63</sup> donde se lo condenaba a muerte junto a otros artistas (músicos, actores y cineastas), y se les concedía un plazo de 72 horas para abandonar el país como única posibilidad de evitar el cumplimiento de la pena (Marchini, 2008, p. 419).

### **3.3. Censura, Persecución y Exilio**

La tercera etapa abarca en nuestra muestra las ediciones desde el N° 230 (febrero de 1974) hasta el N° 316 (julio de 1981), último número de la revista. En lo político, es un período que inicia después de las elecciones de 1973, que debían definirse mediante un ballottage entre Héctor Cámpora (FREJULI) y Ricardo Balbín (UCR). Luego de que este último desistiera de participar en la segunda vuelta, Cámpora fue proclamado presidente, cargo al que renunció tres meses más tarde, respetando un acuerdo político entre los miembros del frente. Ello dio paso a la tercera presidencia del máximo líder del partido justicialista finalizando el largo proceso de su proscripción política en el país. Los números de la selección componen el período comprendido por la tercera presidencia de Perón, el gobierno de su esposa Isabel Martínez de Perón tras la muerte del militar y los primeros cuatro años y medio de la última dictadura cívico militar.

Entre 1973 y 1976 se da el inicio de una etapa que puede caracterizarse como de intensificación de la represión y la censura en la Argentina. En un clima político de gran confrontación entre la izquierda peronista, representada por Montoneros y otras agrupaciones integrantes de la denominada Tendencia Revolucionaria, y la derecha peronista, representada principalmente por la denominada “burocracia sindical” y el peronismo ortodoxo (Patiño Mayer, 2016, p. 41), el recrudecimiento de la violencia produjo un avance de la represión hacia sectores

---

<sup>63</sup> Organizados bajo el mando de López Rega desde el Ministerio de Bienestar, “se estima que entre 1973 y 1976, estos grupos armados de derecha y de la ortodoxia peronista asesinaron abiertamente a un número considerable de opositores, además de innumerables atentados con bombas, secuestros y ‘listas negras’ que obligaron al exilio a cientos de políticos, sindicalistas, artistas, intelectuales y científicos” (Franco, 2012, pp. 62-63).



de la sociedad civil como la cultura y los medios de comunicación, intensificando la experiencia de la década anterior y anticipando los años más duros del proceso dictatorial, a partir de 1976. Los cambios en el *staff* de *Folklore* durante esta etapa tienen parte de su explicación en las condiciones de producción derivadas del contexto sociopolítico. Hablamos de los respectivos alejamientos del cargo de director, de Julio Márbiz en 1974 [N° 230, 1974], y de Marcelo Simón, quien lo relevó hasta el año 1978 [N° 240, 1974; N° 250, 1975; N° 270, 1977; N° 280, 1978], así como los números en que no se consignan directores [N° 260, 1976; N° 283, 1978; N° 290, 1979] y el replanteo de la línea editorial a cargo de la última directora y única mujer, Blanca Rébora [N° 300, 1980; N° 310, 1980; N° 316, 1981]<sup>64</sup>.

La ausencia de Julio Márbiz en la dirección editorial de *Folklore* que observamos a partir de febrero de 1974 [N° 230] se dio sin despedidas o bienvenidas como se registrara en oportunidades anteriores, y coincidió con su apartamiento del Festival Nacional de Folklore de Cosquín un mes antes. El evento había estado atravesado por un contexto de presiones y tensiones políticas que se refleja en la conformación de las respectivas autoridades gubernamentales: Juan Domingo Perón como la máxima autoridad en el plano nacional, con el progresivo aumento de poder de una figura controvertida como López Rega desde el Ministerio de Bienestar Social; como autoridad provincial, Ricardo Obregón Cano, de filiación peronista pero afín a la Tendencia Revolucionaria del movimiento quien meses después sería destituido por el golpe policial conocido como Navarrazo; y, finalmente, en el plano municipal, la figura del intendente radical Reyes Contreras. Este último había sido motivo de discusiones en el

---

<sup>64</sup> Tal como comenta Blanca Rébora, colaboradora de la revista desde 1976 luego de su apartamiento del suplemento cultural del diario Clarín, cuya firma empezó a figurar en las editoriales recién después del año 1978: “Al poquito tiempo dejé de ser colaboradora y Honegger me puso como empleada efectiva de la revista. No firmaba por cuestiones obvias: la mayoría de los que echó Clarín de las distintas secciones, pero sobre todo de redacción, gran parte de mis compañeros se fueron al exilio. Yo no me fui pero por razones obvias no firmaba las notas que hacía” (Entrevista a Blanca Rébora, realizada el 29 de julio de 2022).

campo del folclore tras su nombramiento debido a los cambios que había promovido en la organización del festival, como lo describió desde las páginas de *Folklore* la cobertura a cargo de Marcelo Simón:

Una nueva comisión se conformó tras la renuncia -y puesta a disposición- de la anterior, esta vez apadrinada por el intendente radical recientemente electo en Cosquín, un caudillo de la zona, el doctor Contreras, quien probó su gravitación aumentando su caudal en el ballottage... [Nº 230, 1974, pp. 8-29]

Ese año el presidente de la Nación fue declarado Presidente Honorífico del Festival, y las autoridades provinciales y municipales asistieron a la plaza demostrando que, a pesar de que desde el Festival se adjudicaba a la música folklórica el valor de su autonomía respecto de ideologías e instituciones, y de que el evento era autocalificado como “fuera de la política”; este estaba “constantemente atravesado por cuestiones ideológicas, políticas y partidarias” (Patiño Mayer, 2016, pp. 45). Simón dedicó parte de su crónica a historizar esta relación turbulenta entre ambos campos:

Desde el primer momento, la fiesta propició la unión de los argentinos... y la efectivizó. Por ello soportó prohibiciones, obstáculos políticos en lo nacional, provincial y comunal, acusaciones (...) Pero éstos y muchos otros, fueron avatares casi menores o, al menos, rutinarios: los dirigentes coscoinos los tomaron como reglas del juego y supieron maniobrar con habilidad, aún cuando desde algunos sectores del Ejecutivo se les enfrentó con decisión y energía. (...) Es más: el día que cesen las críticas, particularmente las urticantes, los que hacen Cosquín deben ponerse serios: algo andará mal entonces... [Nº 230, 1974, pp. 8-29]

La extensa nota de opinión firmada por Marcelo Simón daba cuenta de un altercado producido ese año entre las nuevas autoridades municipales y la Comisión Municipal Organizadora presidida por Reynaldo Wisner, que había estado conformada por las mismas personas desde los inicios del festival. Aquella vez, después que sus miembros hubieran presentado su renuncia y se pusieran a disposición de la Municipalidad tal como lo hacían después de cada elección municipal con el objetivo de evitar que sus integrantes fueran asociados

al gobierno de turno, el flamante intendente había aprovechado para conformar una nueva comisión. De este modo, su gestión se apropiaba de un importante espacio de poder (Patiño Mayer, 2016, p. 42).

Los nuevos integrantes anunciaron a la prensa que a último momento Julio Márbiz había sido desplazado de la conducción, y “que una comisión estudiaría la gestión que había desarrollado hasta la fecha tanto en lo artístico como en lo administrativo” (Marchini, 2008, p. 346). De acuerdo al balance económico realizado durante la redacción de la Memoria y Balance de 1974 por los organizadores, la exclusión de Márbiz estaba motivada por la injerencia que el empresario había llegado a tener en la conducción del festival, que se había convertido en una especie de vidriera para promocionar con exclusividad a sus artistas. El informe agregaba que, de esta manera, Cosquín “había venido perdiendo su colosal fecundidad de otros tiempos” en lo que se refería a la promoción de nuevas figuras, y se señalaba como responsable “de tan perniciosa y progresiva esterilidad, a que el acceso a nuestro escenario mayor mucho tenía que ver con los designios e intereses de su tradicional maestro de ceremonias” (Patiño Mayer, 2016, pp. 46-47).

La existencia de un “monopolio de empresas discográficas” que operaba sobre el mercado del folclore (Patiño Mayer, 2016, p. 59) formaba parte de los debates en torno de lo comercial y lo auténtico en el campo<sup>65</sup>. La tensión entre los oportunistas y los que se tomaban

---

<sup>65</sup> En 1975, la Secretaría de Prensa y Difusión, a cargo del funcionario lopezrreguista José María Villone, emitió una resolución sustentada en el Decreto Nacional N° 1/75 —que establecía la designación de dicho organismo como coordinador, promotor, supervisor y fiscalizador de los festivales folclóricos— a través de la cual se prohibía la realización de cualquier festival de folclore. La intención tenía el supuesto objetivo de “eliminar los monopolios de empresas y discográficas que manejaban estos espacios a beneficio propio” (Patiño Mayer, 2016: 58). Se alegaba que eran espectáculos “destinados a atender los intereses de grupos empresarios” y estaban “lejos de ser genuina manifestación del acervo nativo”; por el contrario, llegando hasta incitar “a agresiones y violencias no queridas por los habitantes de nuestro país” (Marchini, 2008: 346-348). Finalmente, gracias a las gestiones de la anterior comisión organizadora, así como del gobierno municipal de Reyes Contreras, el 8 de enero se dictó la Resolución N° 427/0200 mediante la cual se delegaba al Gobierno del Interventor Federal en Córdoba, Mayor Lacabanne, la coordinación, programación y realización del XV° Festival Nacional de Folklore a realizarse en la ciudad de Cosquín durante el mes de enero de 1975. La firma de esta resolución resultó en una serie de acciones que beneficiaron económicamente al festival (Patiño Mayer, 2016:59).

seriamente la labor de rescate de la cultura nacional fue uno de los temas que se reflejaron en *Folklore*, teniendo en cuenta que festivales como el de Cosquín eran un espacio de promoción asegurada para figuras nuevas que lanzaban sus carreras a nivel nacional. En este sentido, el contrato de lectura que fortaleció el discurso de *Folklore* en esta etapa ya se apoyaba, como lo expresara desde una columna editorial su secretaria de redacción y coordinadora, Myrta Carlén, en la misión de “resguardar lo puro, lo tradicional, sin concesiones ni extrañas connivencias”, contrato que era revalidado por el reconocimiento que la publicación recibía por parte de aquella “gente que comparte esta nuestra preocupación por mantener y acrecentar las manifestaciones artísticas puras en todos sus aspectos (...) sin usufructuar ni mercar con tan singular y bella mercancía” [Nº 240, 1974, p. 5]. Bajo la figura de un balance sobre el campo, desde donde se pretendía evaluar a quienes habían hecho su aporte y determinar cuáles habían sido los obstáculos dentro del movimiento folklórico, la nota expresaba:

Nos contenta la receptividad de toda manifestación argentina en el exterior (...) Nos alegra que los medios de comunicación masiva hayan ampliado sus espacios para difundir todo aquello que tiene relación con la cultura popular (...) Pero nos entristece y nos duele que -en el aprovechamiento del auge folklórico- tengamos que contabilizar a los oportunistas de siempre, aventados por años de un andar cipayesco han venido a descubrir lo nacional aumentando, con su actitud la negación de los valores intrínsecos de aquellos que desde hace muchos años vienen trabajando. [Nº 240, 1974, p. 5]

Lo cierto es que los cambios en la Comisión Organizadora generaron un movimiento y una alerta entre los músicos del campo, quienes se organizaron para escribir una Carta Abierta a la Municipalidad de Cosquín. En la carta, los artistas hacían referencia a la historia del festival desde sus orígenes para presentarlo como ajeno a cualquier “aparato de promoción manejado por el Estado” y remarcaban sus principales aportes a la sociedad argentina, como el de “promover el folklore en el país y en apertura con el exterior, incentivar su estudio como Ciencia, estimular su contorno cultural, y cobijar en el espectáculo las expresiones tradicionalistas y modernos, con la

aparición de nuevos valores, y expresiones juveniles legítimas” [Nº 230, 1974, pp. 8-29]<sup>66</sup>. El comunicado circuló por la mayoría de los medios del momento enrareciendo la previa del festival, aunque la revista *Folklore* no se hizo eco de ella hasta después de terminado el evento, tal como lo explicaron en la crónica y editorial de la edición inmediata posterior.

Más allá del altercado en particular, es interesante observar el dispositivo discursivo que asumió *Folklore* para posicionarse frente al conflicto buscando mantener cierta distancia temporal que le permitiera participar de esta nueva polémica a la vez que permanecer al margen de cualquier interna. El editorial, firmado por el propio editor, expuso el enrarecido clima que rodeó al festival en su última edición y lo describió como “un proceso nervioso insuflado de tensiones y estimulado por presiones de distinta índole” [Nº 230, 1974, p. 5]. Se aclaraba que la decisión de la revista había sido la de mantenerse al margen de los juegos de presiones destinados a “entorpecer o perjudicar” el desarrollo del evento, y comentarlo una vez concluido, de modo que los análisis no pudieran ser tomados como “un escollo, una pieza jugada en el tablero frente al que parecen haberse sentado por lo menos dos bandos supuestamente antagónicos”. Finalmente, anticipaba el contenido de la crónica de Simón:

Dice todo lo que no se dijo antes aquí, historia el proceso, destapa sin falsos rubores una olla que, contra lo que pudiera pensarse, no alberga cocimientos extraños. Con honestidad, franqueza, sagacidad y profundo conocimiento del evento, el redactor ha pretendido colaborar en la búsqueda del camino y orientar particularmente al lector sin tomar partido pero tomando partido: por Cosquín y no por bando alguno, más allá de suspicacias e intereses menores. [Nº 230, 1974, p. 5]

---

<sup>66</sup> La *Carta abierta a la Municipalidad* fue presentada en septiembre de 1973 y firmada por Ariel Ramírez, Eduardo Falú, Los Chalchaleros, Roberto Rimoldi Fraga, Ginamaría Hidalgo, Jaime Dávalos, Los Cantores de Quilla Huasi, Julia Elena Dávalos, Horacio Guarany, Carlos Di Fulvio, Los Fronterizos, Santiago Ayala “El Chúcaro”, Waldo Belloso, Los de Suquía, Los 4 de Córdoba, Los de Alta, Carlos Torres Vila, Jovita Díaz, Chacho Santa Cruz, José Carabajal, Luis Landriscina, Zulema Alcayaga, Antonio Tormo, Raúl Barboza, Cesar Perdiguero, Daniel Toro, Los Andariegos, Los Hermanos Cuestas, Los Tucu-Tucu y Los Manantiales. Como afirma Patiño Mayer, los firmantes se distinguían por ser “músicos representativos del festival, programados en reiteradas ocasiones desde sus comienzos” (2016, p. 42).

Simón se posicionaba como enunciador legítimo por sus competencias periodísticas y su trayectoria en las coberturas desde los inicios del festival. Su voz, inexorablemente asociada al título *Folklore*, lo colocaba en el rol de vocero del campo. Desde su discurso, Cosquín no era un mero festival ni una simple ciudad, sino que había adquirido casi el status de símbolo patrio. Eso le permitía aprovechar el interés sensacionalista del tema sin tener que arriesgar un posicionamiento hacia un lado o el otro, con el riesgo de afectar el contrato de lectura con alguno de sus destinatarios:

He sido libretista del Festival de Cosquín, al que conozco desde su nacimiento, coincidente con mi más importante cumpleaños —los 20— desde 1963 (...) La prudencia aconsejaría callar, desensillar hasta que aclare. El silencio suele favorecer porque lo otro ciñe: ¿Cómo evitar que, luego, se diga que critico por resentimiento u otras consecuencias más dolorosas? (...) Así es que allí va, balbuceante y seguramente impreciso en mucho, pero absolutamente franco en todo, mi modesto análisis, conociendo los riesgos. De allí estas palabras que, en otra ocasión, serían innecesarias, como mi firma. [Nº 230, 1974, pp. 8-29]

Bajo el subtítulo “Comenzó la guerrilla”, Simón afirma: “En rigor, hay que pensar que todo partió de una táctica equivocada: acusar, acusar y acusar”. Dados los acontecimientos que atravesaba por entonces la Argentina, el empleo de la palabra “guerrilla” no es inocente. Probablemente su elección está incentivada por el discurso oficial del momento acerca de la ilegitimidad de la violencia política, que hasta entonces era naturalizada como un recurso necesario e inevitable (Patiño Mayer, 2016, p. 42).

El artículo buscaba relativizar las acusaciones generalizadas que las desavenencias en la organización del festival habían puesto en circulación. Más allá de la justificación brindada por los miembros de la comisión, que argumentaban estar liderando una la lucha contra los monopolios en la industria de los espectáculos folclóricos (Patiño Mayer, 2016, p. 45) ciertas interpretaciones atribuían el desplazamiento de Márbiz a su vinculación con algunos artistas

perseguidos por su posición ideológica, tales como Horacio Guarany, Atahualpa Yupanqui y Jorge Cafrune, que por primera vez no habían sido convocados para esta edición. La censura a los artistas populares, como sostiene Marchini (2008, p. 254), era una vieja práctica del poder que “venía desde el fondo de la historia” argentina; sin embargo, su forma actual era un hecho conocido desde el gobierno de Onganía y se había intensificado en manos de la Triple A. Lo cierto es que los responsables de Cosquín '74 agitaban la bandera de “una supuesta postura antiimperialista para fijar límites a los cantantes políticos” (pp. 346-348).

El rechazo que había generado en septiembre de 1973 la designación de Roberto Mendizábal, sobrino del intendente, como presidente de la Comisión Municipal de Folklore, no era solo por su origen porteño y la acusación de que desde Buenos Aires estaban “tomando” el festival (Patiño Mayer, 2016, p. 44); sino además por el autoritarismo de ciertas declaraciones públicas que se le atribuían respecto a la decisión de restringir toda manifestación de ideología de izquierda sobre el escenario:

Hasta la revista 'Antena', no caracterizada precisamente por su tono polémico ni por su buceo en honduras de esta índole, se hizo eco del enfrentamiento. (...) comentó que se 'ha comenzado a hablar de Cosquín y no precisamente en tono admirativo', a raíz de las declaraciones de Mendizábal, quien critica a la administración de la anterior gestión. 'Lo que ocurre es que los que estaban antes cantaban junto a la zurda pero cobraban con la derecha -afirma, parafraseando a Yupanqui-: Muchos artistas iban al Luna Park a cantar gratis para los comunistas, pero ir a Cosquín a cantarle al pueblo, a los periodistas y a los radicales, eso no lo hacían gratis' (...) Lo que pasa es que el Festival se hacía para comercializar discos y nada más. Ahora pretendemos que el Festival recupere el ser nacional, que busque nuevas figuras. Cosquín será para los peronistas y para los radicales, que son el 95 por ciento del país. Y nada de izquierdas!... [Nº 230, 1974, pp. 8-29]

En su análisis, Simón adjuntó estas declaraciones junto a otras, de similares términos, vertidas por el recientemente designado en la Dirección General Artística, Juan de los Santos Amores, en una entrevista que había quedado archivada —debido a que el funcionario fue finalmente apartado de la organización—:

En cuanto a la actitud que asumiría ante canciones de protesta, respondió: 'El arte es libre. Eso entra dentro de la libertad de expresión. ¡Cómo no vamos a decir lo que sentimos, protestando o exaltando cualquier hecho, no sólo de la Argentina sino de la humanidad toda!' Enfatizó acerca de la carencia de toda orientación política en la fiesta. 'Esa es una condición -puntualizó- que puse para aceptar: ninguna orientación política. ¡La única bandera, la Argentina! [N° 230, 1974, pp. 8-29]

La crónica de Simón dejó testimonio de ciertas circunstancias por lo demás confusas vividas por los miembros de la Comisión Municipal de Folklore durante el desarrollo de esa edición del festival, como el “despliegue de armas producido por algún integrante del equipo de producción que iba armado al sentirse amenazado”; o la situación registrada en las actas de sus reuniones respecto a la presencia un señor de apellido Moñín, supuestamente encargado del área de Prensa y Relaciones Públicas, pero que era señalado como agente de la SIDE (Secretaría de Inteligencia del Estado). El periodista se preguntaba: “¿su inclusión en el equipo se debe a su supuesto y estratégico cargo?” [N° 230, 1974, pp. 8-29].

A pesar de ser negada en numerosas oportunidades por parte de los organismos oficiales, la existencia de listas que prohibían directamente la manifestación pública de ciertos intérpretes o determinado repertorio ha sido comprobada con el tiempo, y era una realidad de la que los agentes del campo estaban al tanto. En la revista *Folklore* encontramos una referencia directa bajo el término “*index*”, concepto con el que se designaba en la jerga a estas listas, en un comentario pretendidamente irónico en la sección “Cosquín en Fotos” (ver Fig. 7). Junto a una fotografía de plano general en la que podía apreciarse a Mercedes Sosa rodeada de personal de las fuerzas armadas interesados en obtener un retrato con la renombrada artista, el epígrafe decía:

Un parte de prensa suministrado por los coordinadores del espectáculo anunciaba la falta de discriminación para con intérpretes del *index* y su repertorio. De todos modos, una inusual 'vigilancia' cercó a Mercedes Sosa. La nota gráfica es elocuente. La cantante



no solo moviliza multitudes de público, también lo logra con el cuerpo policial. [Nº 230, 1974, p. 35]

Los listados de canciones o intérpretes prohibidos o “no recomendados para su difusión” eran elaborados por organismos como el COMFER (Comité Federal de Radiodifusión), la SIP (Secretaría de Información Pública) o la SIDE y distribuidos extraoficialmente a los organizadores de festivales y gerentes de contenido de las distintas emisoras del país, para quienes servían como un recordatorio sobre lo que estaba permitido y lo que no (Marchini, 2008, p. 254). Por entonces cada una de las emisoras de TV estuvo intervenida por representantes de las diversas Fuerzas Armadas que se las distribuían a modo de “feudos”<sup>67</sup>.

Las prohibiciones en los medios dejaron de depender del criterio exclusivo de cada responsable de radio o canal de televisión para responder a criterios más generales que bajaban de instancias superiores, si bien nunca llegaron a estar completamente uniformadas. Mientras algunos artistas y/o canciones estaban completamente prohibidos/as, otros lo estaban en algunas emisoras o localidades, pudiendo ser difundidos en otras, dependiendo la decisión final del criterio, punto de vista, gusto o simpatía personal de cada director, interventor o autoridad militar regional. (Marchini, 2008, p. 359)

El sistema de los medios masivos ocupó un rol central en el plan de adoctrinamiento de la población por parte de la dictadura. Estos debían ceñirse a la defensa de los valores tradicionales pregonados por el Estado como condición para sobrevivir, y fueron gravemente afectados por recortes de personal y por condicionamientos en los temas que se podían tratar en sus contenidos (Cavallo, 2013, p. 51). La censura asumió en ellos una forma ambigua y arbitraria propia de la metodología del terrorismo de estado, muchas veces apoyada en la autocensura por parte de los periodistas. Aunque muchas de las figuras perseguidas tuvieron algo de presencia en sus páginas, como Horacio Guarani o Mercedes Sosa en entrevistas brindadas desde el exterior, se evitaron

---

<sup>67</sup> Según la investigación del autor, se afirma que Córdoba fue la provincia que sufrió la censura con mayor rigidez, en especial entre septiembre de 1975 y 1979 cuando la provincia estuvo comandada por el general Luciano Benjamín Menéndez, como Jefe del III Cuerpo de Ejército (Marchini, 2008: 359).

expresamente los temas referidos a la persecución y censura o toda alusión a la llamada “guerra sucia”.

Después del 24 de marzo de 1976, el diseño de estrategias de censura, infiltración y persecución sobre la cultura fue parte de la política de los órganos del estado terrorista. A través de operativos secretos como la “Operación Claridad”, elaborado por el Ministerio de Cultura y Educación, se organizaron acciones destinadas a identificar, espiar y aportar información focalizada sobre personas que desarrollaban sus actividades en el ámbito cultural (Marchini, 2008). Mientras tanto, la revista *Folklore* sostuvo su presencia en el mercado durante aquellos años, amparada en las “raíces nacionalistas y tradicionalistas del género”, moviéndose “cómodamente” en el orden de resaltar “lo nacional” (Cavallo, 2013, p. 53)<sup>68</sup>. Hacía tiempo que la cercanía con instituciones tradicionalistas por parte del editor Alberto Honegger contrarrestaba la presencia en la redacción de *Folklore* de periodistas, quienes ya integraban las listas negras<sup>69</sup>. De alguna manera el empresario había asumido la tarea de responder por sus empleados frente a las autoridades, con quienes compartía más que los jóvenes integrantes del equipo de redacción.

La editorial del mes de agosto de 1976 firmada colectivamente por “Nosotros, los de Folklore” inauguraba una tradición de editoriales sin firma. El texto manifiesta las “ganas de seguir adelante” a pesar de los obstáculos. Mediante el uso de un léxico que ponía en relación las

---

<sup>68</sup> En este sentido, el período presenta notas como la cobertura del espectáculo “Tango a Bordo” realizado en junio de 1977 por la banda musical de la Armada Argentina, en la cual el cronista habla de la proximidad entre la Armada y el pueblo como “un casamiento que lleva ya muchos y gloriosos años de convivencia fructífera, que son además prólogo a los que vendrán” [Nº 270, 1977, pp 32-33]. Más adelante, la revista fue distinguida por el Círculo de Suboficiales de la Policía Federal en agradecimiento por la colaboración prestada en la difusión de un ciclo cultural organizado por la “Subcomisión de Folklore” de la entidad. Entre los distinguidos con la estatuilla “El nochero”, muchos eran militares retirados: Director de TV Coronel Subiela; Director de radio Comodoro Luchesi. Otros medios de prensa distinguidos, además de Folklore, fueron diario La Nación, Clarín, La Prensa y La Razón [Nº 290, 1979, s/p).

<sup>69</sup> Por ejemplo, Blanca Rébori llegó a *Folklore* después de su apartamiento de Clarín en 1976 (entrevista realizada el 29 de julio de 2022). Pero años anteriores, también Marcelo Simón y Julio Márbiz figuraban en estas listas (Marchini, 2008, pp. 348-354 y 377).

ideas de “cambio”, “transición” y “nueva realidad”, expresaba modificaciones en el contrato de lectura instaurado por el proyecto. Según el artículo, este pasaba de tener “puertas abiertas” y atraer hacia sus páginas “a toda la gente vinculada a nuestro mismo quehacer”; a “cosechar lo sembrado” siguiendo “un criterio total y exclusivamente unido a la calidad” [Nº 260, 1976, pp. 4-5]. En ese número se registraba excepcionalmente a Alberto Honegger como director, y paulatinamente, Marcelo Simón dejó de figurar públicamente en el *staff*.

Con la aclaración de que el “nuevo FOLKLORE [mayúsculas en el original]” no resultaba de la práctica de individuos sino de “un compacto grupo unido por sus ideales”, se nombraba a los integrantes del renovado *staff* mientras una elusiva referencia dedicada a los antiguos directores reconocía el aporte que había significado cada uno de ellos para la publicación: “Capitalizamos todo lo bueno que nos dejaron. Lo no tan bueno, sirvió a modo de ejemplo, para no repetir errores”. Finalmente, y en este caso con una mención directa, destacaban a “la persona que tiene ‘la culpa’ de que FOLKLORE exista, y, por lo tanto, de que todos estemos aquí trabajando por lo nacional: don Alberto Honegger, editor propietario de la revista” [Nº 260, 1976, pp. 4-5].

Con la metáfora de las transformaciones que un árbol sufre a lo largo de las distintas estaciones del año, el texto daba su propia explicación a las variaciones de forma y contenido por parte de la publicación —variaciones estratégicas (Verón, 1988) — pero sin alterar la esencia de sus raíces:

Somos como el árbol que vuelve a reverdecer en primavera. El tronco añoso y vital, sigue siendo el mismo. Las raíces, tan metidas en la tierra, son las mismas. Pero el árbol está comenzando otra vez a dar hojas. Empezamos de nuevo, sin negar lo anterior. Seguimos unidos al mismo tronco viejo pero somos nuevos (...) El árbol creció, se hizo grande y fuerte. Ahora tiene hojas nuevas. No tardará en florecer. Porque hay mucho amor en lo que hacemos, y el amor no puede sino seguir adelante”. [Nº 260, 1976, pp. 4-5]

La cobertura que hizo la revista para el campeonato Mundial de Fútbol de 1978 fue consistente con el discurso oficial del gobierno dictatorial, moldeado mediante mecanismos de censura, pero también de autocensura. Como afirma Pablo Alabarces (2001) la dictadura de se había propuesto una práctica del terror cuyo objetivo final no era sólo limitar la capacidad operativa de sus enemigos políticos sino también lograr una hegemonía ideológica y cultural en el plano más amplio de la sociedad:

La dictadura fue, paradójicamente, gramsciana: sabedora de que la lucha política en los países occidentales se desarrolla fundamentalmente en el plano ideológico y cultural, los secuestros también tuvieron como destinatarios a intelectuales, artistas, periodistas, profesores universitarios, dirigentes gremiales de base, que en su gran mayoría no estaban vinculados con la guerrilla e incluso, en muchos casos, la repudiaban como práctica. (pp. 121)

En este sentido la organización del campeonato mundial, declarado de Interés nacional mediante la Ley 21.349, fue una gran oportunidad para librar esa disputa. Si pensamos —junto con el autor— que en nuestro país el fútbol trabaja como una “máquina cultural” (Alabarces, 2001, p. 25) con una función de complementariedad sobre las narrativas que han construido históricamente la identidad nacional, el folclore también puede entenderse desde este punto de vista. En ese sentido, el discurso de la revista se sumó al “nacionalismo futbolístico” que lo llevó a discurrir desde su editorial acerca de la posibilidad de considerar los elementos que rodearon al suceso como parte de un fenómeno propio del folclore argentino:

Frente al hecho, decíamos que pululan los apologistas de la interpretación. Entre ellos los que ligeramente nos sorprenden diciendo: ‘Esto es folklore’ (...) Como al pasar, algunos dudosos especialistas del 'folklore' subrayan (siempre tibiamente, claro está) los aspectos folklóricos de una manifestación popular. Que lo sucedido en el Mundial tiene zonas propias, particulares del folklore urbano, no lo ponemos sobre el tapete de la duda. Pero no queremos entrar en afirmaciones triviales y menos en suposiciones poco serias. El alarde culturoso de estos casos, es mejor dejarlo de lado. (...) Fue Clemente, feo e inteligente, una transformación constante, una simbiosis de realidad y arquetipo, al punto de ser considerado un símbolo irremplazable del Mundial 78- ¿Pasó a ser 'folklórico'? Ni

nos atrevemos a enunciarlo. ¿Y qué decir de la multitud que cubrió las calles de todas las ciudades argentinas? Buenos Aires llegó a estar cubierta de una blanca alfombra de cálidos papelitos, de sonidos, de matracas y pitos, de máscaras y camisetas albicelestes, de banderas y de un solo grito: ¡Argentina!” [Nº 283, 1978, pp. 4-5)

Esta conexión directa entre el éxito deportivo y una narrativa identitaria nacional dio lugar a un discurso único que clausuró todos los sentidos posibles en torno al símbolo del festejo y alegría nacional como expresión de un “patriotismo hiperbólico” (Alabarces, 2001, pp.130). Siguiendo sus observaciones sobre la actuación de la revista deportiva *El Gráfico*”<sup>70</sup>, podemos observar cómo los mismos rasgos quedaron plasmados en la edición Nº 283 de *Folklore* [1978, pp. 8-9], en un artículo en el que distintas personalidades del campo dejaron su apreciación, orientadas por los editores en su rol de archienunciador:

- La construcción de un *nosotros inclusivo* que hace referencia a todo un pueblo y supone un imperativo y una llamada a la acción que no admite discusión, en la evocación de Ramona Galarza a la emoción compartida por todo el país como una revelación “de la fuerza que tiene la vibración popular por un bien común” y las expresiones de Oscar Cardozo Ocampo, quien confía en que será un acontecimiento que “sabremos capitalizar para el futuro del país en todos sus aspectos”;
- El carácter nostálgico representado por las ideas de “recuperar” y “reencontrarse”, cuando Juan Carlos Saravia manifiesta su deseo de “un mismo canto de amor, fraternidad y amistad”;
- La estandarización cultural del otro mediante la utilización de epítetos negativos y hasta xenófobos, aunque disfrazada con los buenos modos de la corrección política en palabras

---

<sup>70</sup> Alabarces analiza las reacciones que produjo en dos publicaciones de la época: “El gráfico” y “El expreso imaginario”. Sobre la primera, analiza los rasgos y mecanismos textuales que revelan la presencia del discurso único oficial. Sobre la segunda, referente para el movimiento del rock y con una postura contestataria, el silencio ante un hecho que “dominó todas las textualidades” representó la toma de una posición disidente (Alabarces, 2001: 127-131).

de Luis Landriscina cuando celebra que haya servido “para romper con otras banderas que no sean la celeste y blanca”; y

- La inscripción en una serie histórica donde nuestro país protagonizaría un esperado reconocimiento internacional después de años de desprecio se observa en el reclamo de Eduardo Falú por canalizar esa efervescencia para “terminar de reconstruir el país que se acostumbró a vivir de perdedor” y cuando agrega: “es de esperar que la repercusión que este hecho tendrá en el exterior, sirva para sepultar definitivamente la falacia que se ha creado alrededor de la imagen argentina y eso dependerá de la sinceridad del periodismo extranjero”.

Los alcances de este discurso celebratorio quedaron asimismo plasmados en otros productos culturales de la época, como el film de Sergio Renán “La Fiesta de Todos” (1979), que contaba con un epílogo a cargo del ex director de *Folklore*, Félix Luna, cuyo lugar de intelectual es interpretado por Alabarces como el de un “vocero orgánico” de la dictadura (2001, p. 133). La palabra “todos” —soportada por un *nosotros universal* que fue de uso frecuente en la revista *Folklore* —incluía también a las mujeres, aunque, como afirma Alabarces, esta inclusión se dio de manera peculiar, “basada en su exclusión del saber deportivo”, y “con la incorporación de un público que solo defiende una bandera y unas preferencias erótico estéticas” (pp. 131-132). En el texto titulado “Oh, las mujeres!”, escrito en primera persona de singular, la redactora da cuenta de esto, aunque complejiza la idea con una reivindicación de la presencia femenina en todos los rubros de la vida moderna:

Poco y nada entiendo de fútbol. Y, para colmo, me gusta. Algunos pueden pensar que el no entender es un hecho natural de mi condición de mujer. Puede ser. Aunque en cierta medida. El fútbol es jugado, visto y analizado por hombres. Socialmente, aún hoy, pertenece al escaso bagaje de 'propiedades privadas' del sexo masculino

Sin embargo... Todo puede ser en la dimensión desconocida de nosotras, las femeninas, nunca tan ansiosas y tan olvidadas de todo como en el mundial 78. Muchas

acotarán que para ellas, lo del fútbol no es novedad. Tenemos ejemplos válidos como las plateas y tribunas para mujeres en todas las canchas del país (...)

Seríamos necios si aisláramos al fútbol de otras manifestaciones: no hay profesión que se le escape fácilmente a la dama moderna (...)

Por supuesto, también elegimos entre "los más buenos mozos" y a "los más sexy". Entre los favorecidos resultaron, naturalmente, dos goleadores: Mario Kempes (¿de qué lo hicieron?) y Leopoldo Luque. Amén de Tarantini (las chicas enloquecidas) y algún que otro puntito para Fillol.... Me olvidaba de la pinta mayor: César L. Menotti (...) [Nº 283, 1978, p. 7]

Es probable que aquellas palabras estuvieran a cargo de quien a partir del siguiente número comenzó a figurar como directora de *Folklore* —la última— junto a las últimas variaciones estratégicas observables en el discurso de la revista<sup>71</sup>. Blanca Rébora, reconocida por su desempeño en el ámbito del periodismo cultural, profundizó, con su impronta personal, un enfoque periodístico preocupado por evitar convertirse en un canal de información anodina, como había sucedido con otros medios en medio de la censura a ciertos temas y contenidos:

Nos reconfortamos con aquellos que observaron, aprobaron y nos hicieron llegar, sus réplicas amistosas cuando la tónica de *Folklore* cambió esencialmente desde que este grupo humano -conformado sin premeditaciones, aunque sí con afecto y una línea directriz suficientemente precisa- hace- sí, es importante recalcar la acción- todos los meses y con mucho entusiasmo cada una de estas páginas. (...) Nosotros queremos continuar con lo que ya hemos conseguido: ser un medio periodístico idóneo para expresar, con todas las letras, el pensamiento y el permanente ánimo creativo de los argentinos. [Nº 316, 1981, p. 3]

Incorporada a la redacción como colaboradora y como empleada efectiva después de ser desvinculada por motivos ideológicos de la redacción de Clarín en 1976, Blanca Rébora no firmaba notas ni figuraba en el *staff* de esa época. Su nombramiento como directora luego del apartamiento de Simón, quien había comenzado a dirigir su propio sello editorial, le aportó a *Folklore* un estilo personal, cultivado durante años en los suplementos Literario y Cultura y Nación —Junto a Osvaldo Bayer— en el diario. En este período, el discurso de *Folklore* revela

---

<sup>71</sup> Al consultarle en entrevista, Blanca Rébora manifestó no recordar la nota en cuestión, aunque sí reconocía su estilo en la escritura de la misma.

una apertura más cultural y una ampliación del término folclore, “como un concepto abarcador que incluía otras disciplinas, como la antropología, la etnomusicología”; además de un humilde intento por constituirse como “refugio” para aquellos artistas que eran blanco de la censura y persecución:

Se publicaban incluso publicidades de representantes de artistas que estaban prohibidos, como Víctor Heredia, Mercedes Sosa o Los Andariegos. Poner a los Trovadores en tapa durante la dictadura, yo traté por todos los medios de poner la mayor cantidad de voces. (...) Y es que la revista era un refugio también. Para mí, y no solamente para mí, que me tenía que cuidar, había una amenaza latente. Fue un refugio: nos visitaban muchísimo los músicos, algunos que estaban prohibidos, o aquellos que no estaban en la línea de Márbiz. Había muy pocos lugares donde podías poner esos nombres. ¿Cómo ponías los nombres de Mercedes Sosa, de Los Trovadores, de Horacio Guaraní? Estaban presentes ahí en la publicidad. ¿En qué otro lugar te lo iban a publicar? (Entrevista a Blanca Rébora, realizada el 29 de julio de 2022)

Con el acento puesto en la *idoneidad* como principal valor periodístico, en esta época se profundizó intencionalmente el enfoque intelectual de sus contenidos de la mano de un notorio aumento de los ensayos y estudios de corte académico<sup>72</sup> que incluso invadió la voz utilizada para redactar las editoriales. El tono erudito que se desprende del artículo editorial publicado al cumplirse los trescientos números publicados, junto a la incorporación de referencias directas e indirectas a ciertas áreas del conocimiento socialmente valoradas como cultas (filosofía, antropología, entre otras) para reflexionar en torno a la simbología numérica, ejemplifican el proceder textual asumido en la etapa, con el que los editores reforzaron su lugar de enunciadores:

Los números, esos prodigios de la abstracción, han corrido la suerte de todo lo silencioso. Desde ser la base de la ciencia matemática hasta ser los elementos claves del discursar filosófico de la humanidad. Ellos poderosos elementos impalpables, fueron y son objeto de contenidos que no siempre coinciden. Para algunos han sido espíritus, para otros

---

<sup>72</sup> Nótese que se trata menos de cambios rotundos o virajes en forma y contenido; que de refuerzo o profundización de estrategias discursivas de etapas anteriores. Analizaremos más en profundidad este aspecto del discurso de *Folklore* en el capítulo 5.



ideas figurativas, y hubo quienes no pudiendo con su genio los cargaron con presagios y esperan de ellos el futuro, sea mediato o inmediato [N° 300, 1980, p. 3]

Además de la *idoneidad*, la idea de *esfuerzo compartido* es otro componente del discurso de *Folklore* que venía a profundizar un mensaje recurrente desde etapas anteriores. Si desde la edición N° 100 las editoriales de Luna y Márbiz defendían la idea de que cada edición de la revista era una *tarea* o una *labor* asumida frente al movimiento; en esta etapa el refuerzo de los argumentos emotivos apuntó a estimular la conciencia de los lectores y hacerlos tomar parte del esfuerzo, como ciudadanos de “este gran país que se llama Argentina”:

Tres centenas nos avalan, nos respaldan, nos incentivan a continuar en la grata y cotidiana tarea de informar. Queremos, y lo decimos abiertamente sin ningún tipo de eufemismos, la colaboración de toda la familia argentina imbuida de nuestros pensamientos. [N° 300, 1980, p. 3]

Esta idea de trabajo en conjunto, en favor de un bien común que requiere de sacrificios, habilitó una modalidad de discurso desde la cual, expresamente, se solicitaba apoyo a los lectores para mantener intacto el espíritu de la publicación en tiempos de crisis:

(...) no somos únicamente nosotros quienes han hecho de Folklore lo que es ahora Folklore: el único medio dedicado a la materia en el radio mundial. Todos quienes participan activamente del arte y la cultura del país, produciendo o difundiendo lo nuestro, han tenido y tienen la cuota de aporte que nos permite continuar con las metas de la fundación. En ese sentido planteamos una realidad: así como Folklore apoya sin discriminaciones ni preferencias a todo el quehacer nativo, así también precisa del aliento constante de sus seguidores. Única manera de no alterar el camino trazado y de ser fieles a nuestras convicciones. [N° 283, 1978, p. 98]

La apelación directa a los destinatarios del discurso de *Folklore* fue una necesidad derivada de la caída del consumo de folclore como género musical predilecto entre el público joven. Este aspecto caracteriza al tercero de los elementos analizados en el discurso de *Folklore* en sus años finales: *la revalorización del folclore* frente al resto de los géneros de la música

popular. Las notas publicadas por Toro Stafforini<sup>73</sup>, desde sus nexos con el campo del rock, revelan un tono incisivo y directo dirigido a los lectores de las nuevas generaciones:

Entonces: así como se escucha música clásica, jazz, bolero, rock, etc. se puede escuchar tango y folklore. En los mismos términos. (...) ¿Quién tiene miedo o vergüenza de que una zamba o un carnavalito sea la canción que representa a la Argentina? Yo sé que hay quienes tienen miedo y vergüenza. Salgan al sol y díganlo. (...) Creo que todos estos problemas proceden de arraigados prejuicios que siguen repitiendo por inercia. Y que, ayudados por la propaganda de los monopolios de la industria internacional del disco, generan una exquisita corriente de opinión en contra de nuestras manifestaciones culturales. (...) Una milonga, un tango, una chacarera son o pueden ser, obras de arte universal. Tanto como un 'blues' norteamericano o una seguidilla flamenca o un lied alemán. [Nº 310, 1980, pp. 38-39]

Entre las notas de opinión del último número, la suya no oculta una exacerbación en el ánimo. Con el modo verbal imperativo se atreve al tono de instigación casi desesperado, para dirigirse a sus pares frente a lo que parece el ocaso del movimiento, o al menos la pérdida de su vitalidad frente a las adversidades de la época:

En medio de una profunda crisis de crecimiento, es imprescindible pararse a pensar qué es lo que se viene. Nosotros, amantes de nuestras músicas, debemos opinar en cuanto lugar podamos sobre estas delicadas cuestiones. (...) Que se grite, que se exalten los ánimos, se enojen los que no están de acuerdo: nuestra cultura no puede tolerar actitudes indiferentes. (...) Entonces, haga un examen de conciencia, ármese de ganas y salga al cruce de comentarios mal intencionados. Va a encontrar muchos que le digan que 'la nuestra' se pasó de moda, que estamos en la 'era de la informática, de la electrónica, de los viajes espaciales, que no es momento para las zambitas': pregúntele cómo va a saber qué es ser argentino si no tiene una música, una poesía, un arte que lo identifique. Pero no se enoje de más: si igual la vamos a ganar. Que se enoje el que va perdiendo. Ah, y ya que está, donde vaya, pida música argentina, que le hagan escuchar lo que Ud. quiere. Si dejamos que elijan los otros, vamos a seguir escuchando música funcional que no funciona [Nº 316, 1981, s/p]

Recapitulando, si desde su nacimiento *Folklore* se permitió acompañar la creciente politización del ambiente folclórico, y sus páginas fueron capaces de representar las tendencias

---

<sup>73</sup> Stafforini realizó también entrevistas empleando este mismo estilo de redacción y con las mismas particularidades (ver capítulo 4).

enfrentadas, la consolidación de sistemas cada vez más autoritarios de represión ideológica sobre el campo cultural (Marchini, 2008) llevaron a implementar ciertos ajustes en la línea editorial con el objetivo de permanecer en el mercado (Cavallo, 2013). Esto, teniendo en cuenta que además de superar un escenario de censura y cierre de medios por cuestiones políticas, sus editores también debieron sobrepasar períodos de severas crisis económicas. De esa manera, las variaciones estratégicas de la revista respondieron a la necesidad de adaptación frente a ambas circunstancias.

Por un lado, la publicación encaró modificaciones en el formato, contenidos y estilo periodístico para mejorar la rentabilidad del medio. Las distintas reestructuraciones del formato y la optimización de los recursos disponibles apuntaban a destacar el título por sobre el resto de las opciones disponibles en el mercado, con el objetivo de ampliar su público y tener una llegada más masiva, especialmente durante la primera etapa, cuando el campo exhibía aún un futuro promisorio en términos de ventas.

Por el otro, hubo adaptaciones que apuntaron a una supervivencia en el medio sorteando las presiones políticas de la época. El clima de conflictividad social y la creciente radicalización de las posturas políticas en todos los órdenes de la sociedad fueron factores que influyeron directamente sobre la dinámica del campo. Si bien durante la mayor parte del tiempo *Folklore* ostentó una posición privilegiada con respecto a la censura, la persecución política e ideológica comenzó a poner en la mira a muchos de los referentes artísticos más promocionados desde sus páginas. Frente a esto, la línea editorial se mantuvo fiel al contrato de lectura establecido; incluso cuando la confrontación de ideas polarizadas en el clima del discurso social global que había alcanzado al campo tiñó con sus debates otros espacios textuales de la publicación. Bajo la modalidad de cobertura periodística y aprovechando el espacio de diálogo que una revista de

actualidad cultural habilita en sus páginas para manifestaciones, réplicas, cuestionamientos, contestaciones de los actores involucrados en los temas de debate; *Folklore* se convirtió en el canal para diversas polémicas<sup>74</sup>, en el marco de la pelea por el mercado de lectores que exigía construir una personalidad marcada y diferenciada. Aunque sus páginas explotaron comercialmente el interés que suscitaban estos debates cada vez más radicalizados, el tradicionalismo y el nacionalismo se mantuvieron como ideas rectoras en su línea programática.

La clave de la subsistencia, como vimos en este apartado, consistió en repartirse entre algunos gestos de apoyo al régimen autoritario por parte del directorio y la observación periodística crítica de una sociedad absolutamente polarizada. Sin embargo, este equilibrio se rompería en los peores años de la dictadura, a pesar de los manifiestos esfuerzos por parte del último *staff* por tejer una red de resistencia desde los intersticios que habilitaba la revista, mediante la inclusión de artistas requeridos por los lectores más jóvenes y la intelectualización de los contenidos publicados. Diversos motivos entre los que se encuentra la insostenibilidad financiera, numerosas veces declarada desde las editoriales de la revista, llevaron a *Folklore* al final de su ciclo vital, justamente cuando el folclore como símbolo quedaba indefectiblemente asociado al nacionalismo más autoritario y recalcitrante<sup>75</sup>.

---

<sup>74</sup> La modalidad de polémica es especialmente notoria en el enfoque de las entrevistas de este período (ver capítulo 4).

<sup>75</sup> “No nos dijeron que iba a ser el último número. Cerraron y punto. No sé si había una crisis económica, porque la empresa publicaba mucho; o si tenía que ver con que el clima comenzaba a moverse en la Argentina de otra manera, el clima político y social” (Entrevista a Blanca Rébora, 29 de julio de 2022).

## CAPÍTULO 4.

### **El mapa de artistas en las portadas y entrevistas: tensiones y disputas constitutivas**

El capítulo anterior da cuenta de las variaciones estratégicas observables a lo largo de los veinte años de la publicación. Como pudo verse, *Folklore* se aferró a una identidad nacionalista y una postura tradicionalista para construir su singularidad discursiva y para sortear la censura de la última dictadura. Al mismo tiempo su abordaje del fenómeno folclórico osciló entre un estilo intelectualizado que buscaba legitimar su lugar de enunciación en el campo, y un tono amarillista que utilizó para exponer las redes de relaciones propias del campo del folclore profesional y hecho espectáculo. Las portadas y entrevistas permiten ver algunas características particulares del dispositivo de enunciación propuesto desde la revista.

#### **4.1. La portada como vitrina**

¿Por qué no publican en alguna tapa de Folklore la foto de Julio Márbiz? Aunque sea el director y aunque no cante, él también es artista y por sobre todo tiene mucho que ver con todo lo que signifique argentinismo a través de la revista, los festivales y el lleno total de la sala mayor de Radio El Mundo, los martes. Julio se merece una tapa de folklore por muchas cosas. Les ruego que si deciden hacerla, lo anticipen así pido la edición con tiempo<sup>76</sup>. [Nº 180, 1969, s/p]

---

<sup>76</sup> Ester Yeito de Puerto Deseado, extraído de la sección “Correo de lectores” [Nº 180, 1969]

La portada de toda revista funciona al modo de una vidriera: su objetivo es el de atraer a los potenciales lectores utilizando como señuelo el anticipo de los contenidos que se desarrollan en su interior. En el caso de *Folklore*, dado el lugar predominante que llegó a ocupar como instancia de consagración de artistas, el conjunto de sus portadas funciona como muestra de los sentidos que estaban en disputa en un campo cuyas tensiones constitutivas se habían intensificado por el contexto de modernización y el proceso de autonomización que atravesaba.

Esta observación permite identificar en el mosaico heterogéneo y variado de las portadas (*Ver Fig. 8*) algunos rasgos que interesan para describir el estado del campo en paralelo al desarrollo de la vida editorial de *Folklore*, partiendo del proceso de consolidación de su lugar central en el campo durante la primera etapa (1961-1965), pasando por la saturación de su capacidad consagratória durante la segunda (1965-1973) y finalmente, durante la última (1974-1981), en los gestos de resistencia que apuntalaron por un lado, la propia supervivencia como publicación especializada en el conjunto del resto de los medios; y por el otro, la prevalencia del campo del folclore —ya en crisis— en el marco cultural general.

La evolución del diseño de tapa se percibe a simple vista. Muchos de los cambios respondían a las estrategias con las que editores se enfrentaron a sus competidoras en la misma zona de mercado. Se trata de las adaptaciones de formato y del logotipo, e incluso las modificaciones en su denominación a partir de los agregados de “turismo” o “tango”. Una lectura más en detalle de la composición y tratamiento de la fotografía principal, consideradas como estrategias discursivas, abre las puertas a un nivel más profundo del universo de sentidos desplegados y contiene información sobre la historia y devenir del campo. Ciertamente, en términos de Roland Barthes (1986) los significados que dispara una imagen fotográfica, tanto en el nivel de la denotación como en los sentidos connotados, son erráticos a pesar de su ilusión de

transparencia. Según la retórica de la imagen desarrollada por el semiólogo, la interpretación de fotografía siempre depende de lecturas diversas, que responden a distintos niveles de conocimiento del mundo por parte del destinatario y que son edificados por la intención del autor. Esta retórica se apoya sobre una arquitectura de signos pertenecientes a distintos “ideolectos” que funcionan como subcódigos propios de los diversos saberes: cultural, práctico, nacional, estético, etc.:

La reconstrucción de los ejes sémicos que, por otra parte, pueden oponerse entre sí, sólo será posible cuando se haya precedido a un inventario exhaustivo de los sistemas de connotación, no solamente de la imagen; este terreno común de los significados de connotación es el de la ideología (Barthes, 1986, pp. 44-45)

En el plano de la denotación, las portadas exhibieron retratos que configuran una extensa galería de artistas (salvo contadas excepciones que también serán objeto de análisis en este capítulo) evocando las clásicas revistas de espectáculos. Las tapas de *Folklore* combinaban elementos de una estética similar a la de aquellas publicaciones de la primera mitad del S. XX, compuestas por una gran ilustración o fotografía coloreada como único elemento además del nombre de la publicación, junto a innovaciones incorporadas en las primeras planas a partir de los años sesenta. Hablamos de los títulos con gancho y cierto amarillismo a la hora de exhibir la vida de los artistas, elementos que reflejaban una nueva modalidad informativa propia de la dinámica televisiva para el campo de las estrellas del espectáculo (Mazzaferro, 2015, pp. 223-226).

El artista destacado en cada nueva edición era, por lo general, protagonista de los contenidos del interior, mediante un inter discurso que ponía en diálogo portadas con cancioneros y entrevistas. Mediante el hilo conductor que comunicaba estas secciones se establecía un orden de jerarquía y se trazaban los límites de un mapa de los artistas del momento:

— ¿Cómo se deciden los intérpretes o conjuntos que van a ‘ir en la tapa’ de la revista?

- Para aparecer en la tapa de FOLKLORE hay que hacer una cosa muy sencilla: merecerlo. Cuando un artista o un conjunto ha llegado a determinado nivel, tarde o temprano aparecerá en la tapa de nuestra revista. Suelo recibir muchos pedidos en ese sentido y siempre contesto lo mismo. Y nadie se enoja... [Nº 126, 1966, pp. 49]

Por todo ello, un aspecto ineludible para abordar el discurso de *Folklore* debe contemplar necesariamente las estrategias implicadas en la compaginación de las tapas edición tras edición. Garantizar a sus lectores una ventana desde donde acceder al mundo artístico del folclore fue lo que le permitió a la revista ocupar un lugar central entre las instancias de consagración del campo. A su vez, esto retroalimentaba el proceso de autonomización del mismo, es decir, la capacidad de auto regularse gracias a la rentabilidad del mercado del espectáculo folclórico, al que la revista contribuía.

La muestra recogida para este trabajo recoge 35 portadas del total de las 316 existentes, seleccionadas de acuerdo a un criterio de periodicidad que buscó abarcar todas las épocas. Así obtuvimos una reproducción fiel del mapa variado que representa la configuración del conjunto global, donde las diversas composiciones que lo integran configuran un mosaico visual coherente con la heterogeneidad dominante en el proceso de expansión mencionado. Si bien algunas cuestiones responden a la variación de usos estéticos y tecnología disponible en cada época, muchas otras son decisiones discursivas orientadas a realzar un mensaje anclado en el protagonista de la imagen como singularización de un agente social en relación al resto de los agentes del campo (Bourdieu, 2003; ver también Costa, 2015).

Siguiendo con el recuento de los retratos de portada, se observa que las mujeres representan un porcentaje muy inferior en relación a los hombres, y por lo general su representación icónica exalta el glamour de los vestidos y peinados de gala; como es el caso de



las portadas dedicadas a Ramona Galarza [N° 120, 1966], Marian Farías Gómez [N° 140, 1967] o Ginette Acevedo [N° 150, 1967]. Por su parte, solistas y conjuntos aparecen en casi la misma proporción. Estos últimos son captados mediante plano completo, muchos de ellos con vestimenta tradicional de gaucho, acompañados de instrumentos típicos y rodeados de elementos rurales. Algunos ejemplos de esto son Los Hermanos Abrodo [N° 30, 1962], Los de Salta [N° 50, 1963], Los Fronterizos [N° 60, 1964] Los de Córdoba [N° 80, 1964]. Sin embargo, también aparecen otros conjuntos con una imagen contraria que dialoga generacionalmente con los lectores más jóvenes, vestidos a la moda y sonriendo a la cámara, como Los Huanca Hua [N° 40, 1963], Los Indianos [N° 70, 1964] o el Cuarteto Zupay [N° 300, 1980].

Entre las primeras portadas prevalecieron las fotografías de estudio coloreadas, donde los rostros en primer plano evocaban los *posters* de estrellas de cine [N° 1, 1961; N° 10, 1962; N° 20, 1962]. Con el tiempo aparecieron escenas que, aunque seguían siendo montadas para la foto, pretendían generar un efecto de espontaneidad al capturar a los personajes en locaciones asociadas al folclore: desde campos, quintas, casonas coloniales [N° 30, 1962; N° 40, 1963; N° 60, 1964; N° 80, 1964; N° 240, 1974; N° 280, 1978]; hasta plazas, parques y calles de diversas ciudades del país [N° 90, 1965; N° 130, 1966; N° 160, 1968]. Algunas pocas representan la intimidad de la entrevista en espacios cerrados [N° 110, 1965; N° 230, 1974; N° 270, 1977]; y un número aun más reducido los presenta en acción, a la salida de algún espectáculo o sobre el escenario [N° 170, 1969]. Los distintos tipos de plano empleados -primer plano, cuerpo completo, plano general- y de ángulo -frontal, picado, contrapicado-, así como las poses -sentado, recostado, de pie-, las miradas -a cámara o fuera de campo- y los gestos -sonrisa, seriedad, gesticulación conversacional-, por dar algunos ejemplos, generan diversos efectos

expresivos que resaltan los rasgos diferenciados de los diversos paradigmas (Díaz, 2009) que convivían en el ambiente artístico del folclore.

La presencia de texto en las portadas también presenta modificaciones con el paso del tiempo, en una clara búsqueda por posicionarse en el mercado y captar a la mayor cantidad de público posible. Al comienzo se apelaba a atraer por la novedad, con anuncios sobreimpresos en la imagen de tapa, etiquetas que anunciaban ediciones especiales por aniversarios, números extraordinarios, suplementos y contenidos exclusivos: “Edición extraordinaria con la vida de Antonio Tormo” [Nº 1], “Suplemento especial: las canciones de los Huanca Hua” [Nº 40], “¡Exclusivo! Notas del festival de Río Hondo” [Nº 50], “Edición especial XVº Aniversario” [Nº 260], “Edición Extraordinaria. 20 años” [Nº 316]. Más tarde empezaron a introducirse ciertos temas polémicos que remitían a disputas propias del espectáculo folklórico desde los titulares de la primera plana, en una tendencia que, como veremos, también es observable en las entrevistas; cuando se hace hablar a los entrevistados de aquellas cuestiones problemáticas de la escena del momento: “Porque [*sic*] fracasó el festival de Buenos Aires!...” [Nº 80], “Exclusivo: ¿Se separan los Fronterizos?” [Nº 90], “Porque [*sic*] me fui de los Fronterizos” [Nº 110], “¿Qué pasa en Sadaic?” [Nº 160], “Mercedes Sosa, protagonista de un escándalo” [Nº 180], “Se va Madeo: ¿Punto final para Los Fronterizos?” [Nº 270]. Incluso aparecen marcas léxicas que reenvían a las condiciones sociopolíticas del contexto en esa época: “Revolución en el Folklore” [Nº 100], “Enlace Lanusse-Rimoldi Fraga” [Nº 200], “Argentinísima II: Operación Islas Malvinas” [Nº 220], “Insólito: El atentado a Guarany” [Nº 232].

Más allá de estas generalidades, hay algunas portadas cuyo análisis particular y comparado nos permite penetrar en las líneas de sentido más significativas a la hora de comprender cómo *Folklore* se apropió de la variedad inherente al mapa de los artistas a través de

su discurso. Son las huellas de una estrategia discursiva orientada a suavizar las contradicciones que pudieran surgir con el crecimiento del campo y a construir un mercado lo más amplio posible para todos los artistas de la música nativa.

### ***Waldo de los Ríos***

El joven de rostro solemne y mirada a cámara de la primera portada [Nº 1, 1961] es Waldo de los Ríos. Años más tarde, en ocasión del balance por los veinte años de *Folklore*, un integrante de la redacción analizó retrospectivamente como una “ocurrencia” el hecho de haberlo colocado como primera portada de la revista, debido a lo “discutido” que era el artista en esa época [Nº 316, 1981, pp. 35-65]. Para comprender esta reflexión es necesario conocer las cualidades que el músico ostentaba como hijo de una de las referentes del canto nativo y como niño prodigio de la música, que desde muy joven se encontró en una pelea por satisfacer exigencias del campo muchas veces contradictorias entre sí.

Probablemente la controversia entre los editores de *Folklore* tuviera que ver con su edad, al tratarse de “un músico juvenil, casi adolescente” tal como lo recuerda León Benarós en una entrevista que realizara al artista años después [Nº 208, 1972, s/p]; y con la audacia compositiva asociada a esta condición, la cual le valió críticas de distintos sectores del campo. De acuerdo al análisis de los redactores de *Folklore*, el problema estaba en el choque entre su vanguardismo y el tradicionalismo dominante en el ambiente. Esto se traducía en una falta de confianza en su capacidad de venta por parte de los empresarios del espectáculo y, de acuerdo al relato construido desde la revista, habría sido lo que finalmente le impidió instalarse del todo en el mercado local.

La portada en cuestión (*ver fig. 9*) nos presenta su semblante serio, acompañado de elementos para nada casuales: un bombo, instrumento musical típico argentino, y un pliego de partituras colocado allí como símbolo de su legitimidad artístico musical. Hijo de la cantante y recopiladora folclórica conocida como Martha de los Ríos, fue inicialmente un músico autodidacta criado en un hogar frecuentado por muchos de los artistas considerados fundadores del campo. Junto a su madre dio los primeros pasos como músico y arreglador, y tuvo la posibilidad de conocer, en una gira por Bolivia, Perú y Chile una música que le llamó la atención por su “sonoridad primitiva y extraña” y lo llevó a la búsqueda de sus propias raíces [Nº 208, 1972, pp. 4-9]. Posteriormente, a esta formación propia de su pertenencia al campo desde niño, se le sumaron años de estudios de formación en música escolástica en el conservatorio de música clásica entre los años 1950 y 1955 y perfeccionamientos a cargo del reconocido músico y compositor Alberto Ginastera.

Junto a la imagen, un epígrafe destacaba dos condiciones, “talento y juventud”, atributos que, superpuestos, son la marca de una época que exigía el protagonismo de los jóvenes [Nº 1, 1961]. A pesar de las dificultades, en esos primeros años del *boom*, Waldo De los Ríos había logrado hacerse un lugar ante un público amplio y comenzaba a presentarse con mayor asiduidad tanto en recitales en vivo como en canales de TV. Finalmente sería descubierto por un ejecutivo de la discográfica CBS, de quien recibiría el ofrecimiento de un cargo como productor artístico en el sello y un contrato para desarrollar su trabajo en una empresa de la firma radicada en España. Así fue como, en 1962, en la cima del éxito, decidió probar suerte en el exterior y se radicó en Europa definitivamente, aunque —según su propio testimonio a lo largo de las entrevistas relevadas [Nº 136, 1966; Nº 142, 1967; Nº 208, 1972]— con un permanente anhelo por regresar.

A partir de este distanciamiento con la Argentina, el artista mantuvo una compleja relación con el campo hasta el final de su vida. La segunda portada protagonizada por Waldo de los Ríos lo presenta junto a su madre, bajo el título “*Bienvenido a Casa*” [Nº 136, 1966], como adelanto de la crónica periodística sobre su visita al país que puede hallarse en el interior. La imagen lo muestra abrazado a ella, con la mirada dirigida hacia la cámara con un gesto relajado y alegre (ver Fig. 10). Sin embargo, su nombre aparece tres meses más tarde en una nueva portada con un tono más pesimista: “*Waldo de los Ríos, negado y silenciado*” [Nº 142, 1967, s/p]. La nota, sobre el retorno de Waldo a España, sin haber concretado presentaciones en el país — especialmente tras la frustrada participación en Festival de Cosquín por falta de acuerdos sobre el cachet— manifiesta, desde la carga subjetiva de los términos elegidos para el título, un estado de ánimo que pertenece más al periodista que al entrevistado. Por su parte, las respuestas del músico manifiestan una intencionada humildad, al afirmar que si “las puertas no se abrieron” se debía a que no habían sido golpeadas por él mismo, y que “no hubo falta de interés”, porque es que él “tampoco” lo había demandado.

Sin embargo, en ambas portadas la figura de Waldo de los Ríos hace explícita una tensión del campo inherente al mismo desde su conformación [Nº 136, 1966 y Nº 142, 1967]. Bajo la dicotomía que opone lo culto a lo popular, asociada a la puesta en valor de los productos folclóricos a partir del criterio de la erudición, De los Ríos calificaría al sistema comercial de espectáculos del campo del folclore como “incapaz de asociar calidad con éxito”, adjudicando esta limitación exclusivamente al mercado argentino, ya que “en Europa” le iba “bien”. Con prudencia, por no haber contado con suficiente “tiempo ni oportunidad” para actualizarse “cabalmente” del movimiento folclórico argentino, lo tildó de permanecer “estancado en su calidad”. A su vez, destacó como excepciones dentro de esta caracterización a un número

acotado de agentes del campo: el quinteto de Quique Strega, el Grupo Vocal Argentino del Chango Farías Gómez, y Ariel Ramírez con sus obras *Misa Criolla* y *Los Caudillos*, por su capacidad de “convencer a los productores” para hacer la música que hacían [N° 142, 1966, s/p].

Su última imagen en la portada de *Folklore* fue publicada en abril de 1972 [N° 208] (*ver Fig. 11*). Allí se anuncia una entrevista que le realizara León Benarós desde el exterior, consistente en un recuento de su trayectoria y éxitos, destacada desde el artículo editorial con firma de Julio Márbiz:

En nuestra portada de este mes, otra luminosidad destella justicieramente: Waldo de los Ríos, que fue nuestra primera tapa, vuelve a un marco que merece. Se trata del músico popular argentino de mayor resonancia en el mundo. Una lúcida nota de León Benarós, enfrentará al lector con este prodigio, sus últimas noticias, sus pensamientos, sus aspiraciones y proyectos. [N° 208, 1972, p. 3]

El título de la entrevista, “*El mundo en sus manos*” [N° 208, 1972, pp. 4-9] pone en la voz del periodista un tono de revancha al narrar los éxitos alcanzados en Europa por este artista que no consiguió igual resonancia en el mercado nacional, aunque siempre fue promocionado desde las páginas de *Folklore*. “Siempre artístico, pero también comercial” aclara Benarós, haciéndose eco de las mencionadas tensiones propias del campo entre *exitoso* y *de calidad, culto y popular, original e imitación*, al mencionar que en España hay quienes lo imitan buscando un “éxito forzado tras el legítimo de nuestro músico”. En este pasaje se destacan el uso del calificativo “legítimo” y el posesivo “nuestro” [N° 208, 1972, pp. 4-9].

Su nombre volvería a ser mencionado en una portada bajo el título “*Autocrítica*” algunos números más tarde, en referencia a una nota donde Marcelo Simón reproduce una conversación informal que había mantenido con el músico, aunque sin explicitarle para qué medio gráfico trabajaba. Allí, el periodista había obtenido algunas definiciones interesantes que plasmó en su nota calificándolas como una “confesión con mucho de autocrítica” en torno a los parámetros de

calidad artística y éxito. De los Ríos hablaba de su gran "frustración como músico de vanguardia" al advertir que "no logra expresarse con soltura en otra línea estética que no sea la que parte de la música folklórica, la única que lo emociona" [N° 221, 1973, p. 6].

Tras su suicidio en marzo de 1977, *Folklore* publicó una extensa nota en su recuerdo con la pretensión de analizar las causas de la falta del reconocimiento sufrido por Oswaldo Nicolás Ferrero (su nombre real), este "muchacho que no había terminado de crecer" y no había llegado a ser "comprendido por sus paisanos" [N° 268, 1977, pp. 14-18]. La nota concluye en que los críticos se habían apurado en anunciar su declive cuando aquel se retiró del "puesto uno" de las listas de éxitos para preparar su obra compositiva, que había sido "apostrofado" injustamente por haberse ido a vivir al extranjero y, finalmente, que nunca fue suficientemente valorado su "aporte al enriquecimiento de la literatura musical folklórica con las más modernas técnicas de grabación", a lo que se dedicó desde muy joven. El tono de la nota busca de apartarse del "oportunismo" con el que se asume que será abordada la cobertura de esta noticia por otros medios:

Salvo en una casona de la calle Puan al 600, donde seguirá llorándolo sin consuelo 'La Calandria', el olvido tamará a Waldo de los Ríos, quizás el más importante, acaso el más torturado de los músicos populares de la Argentina [N°268, 1977, pp. 14-18].

### ***Yupanqui y Cafrune:***

Si para los redactores de la revista Waldo de los Ríos representaba a un *hijo* del folclore, Atahualpa Yupanqui fue constantemente presentado en sus páginas como el *patriarca* del campo por excelencia. Es natural que este estatus lo ubique entre los artistas más nombrados por la publicación<sup>77</sup>.

---

<sup>77</sup> Como mencionamos antes, el relevamiento de los cancioneros incluidos en la muestra lo revela como el artista más referenciado, manteniendo esa posición a lo largo de las tres etapas.

Cuando Félix Luna asumió la dirección editorial de *Folklore*, dedicó un número especial a la realización de un balance de lo acontecido en el campo durante los cinco años previos, tomando 1960 como año clave: “el año en que el folklore se convirtió en una moda”, y que “estuvo presidido en el campo folklórico por la voz de don Atahualpa Yupanqui, la grande voz criolla de siempre”. Luna resumía en esta frase una idea constante en el discurso de la revista, que dedicó numerosas tapas al músico y poeta [Nº 100, 1965, p. p4-21]. A esa idea, el historiador y director de *Folklore* agrega otra cuestión. El legado de Yupanqui parece estar siendo tomado por un discípulo que se perfila también como maestro y que justamente por ello ha sido elegido como portada de esa edición:

(...) entre el 60 y el 65 se perfila también, como un discípulo pero también como un maestro de vuelo propio, la figura varonil y populosa de Jorge Cafrune. (...) Ya está señalado, el dedo del pueblo lo ha marcado con la nueva gran figura del cantor. Parece ser el gran continuador de don Atahualpa. [Nº 100, 1965, pp. 4-21]

Este paralelismo entre ambos artistas también se infiere de la observación de las portadas de todo el ciclo de *Folklore*. En nuestra selección hay tres portadas dedicadas alternadamente a cada uno de ellos distribuidas a lo largo de todas sus etapas (Ver fig. 12 a 19)<sup>78</sup>, en una muestra de la periodicidad que tuvieron en el total, convertidos en referentes del campo.

Según Luna, mientras en 1965 Atahualpa “asistía al gran triunfo de su folklore (...) sin intervenir demasiado en la victoria tan asociada con su obra”, Jorge Cafrune encarnaba en su persona el momento de auge del folclore [Nº 100, 1965, pp. 4-21]. Coherentemente con esta descripción, en las portadas se presenta al primero principalmente en algún estudio de fotografía o sobre un escenario interpretando la guitarra, muchas veces vistiendo smoking; mientras que el segundo aparece en la calle, asediado por seguidores que le piden autógrafos a la salida del

---

<sup>78</sup> Se agregaron las pertenecientes a los números consecutivos 175 y 176 por retratar de manera muy similar a cada uno de los artistas.



festival, o por caso, acompañando al joven músico Marito, uno de los artistas a quien apadrinó, brindándole a su carrera algo de su propia popularidad de manera solidaria.

Es que no se trata solo de analizar cuantitativamente las tapas de cada uno; sino que se observan también coincidencias compositivas en las respectivas fotografías. A ambos se los presenta en su carácter de auténticos hombres de campo, con vestimenta y sombrero de gaucho; Atahualpa acompañado de su guitarra, Cafrune junto al público (Ver fig.19 y 13). Si Yupanqui es el peregrino que recorrió el norte del país recopilando la idiosincrasia de los paisanos durante los años '40, el jujeño retomó la idea de andar “a caballo por la patria”, título empleado por la revista en numerosas ocasiones. La revista acompañó sus iniciativas e incluso realizó la cobertura de la última gira emprendida por el músico, una caravana a caballo de 350 Kilómetros desde Buenos Aires hasta Yapeyú para celebrar el bicentenario del nacimiento del Libertador José de San Martín, en la que perdió la vida en un accidente de tránsito<sup>79</sup>.

Las portadas resaltan su impronta de gaucho y destacan especialmente la elección de su vestimenta, “la ropa que usa su gente para el trabajo en el campo”, como destacan las notas en su interior<sup>80</sup>. La selección de algunos de los retratos también busca la exaltación de una profundidad de su personalidad reflexiva, mediante la utilización de un primerísimo primer plano que acentúa la solemnidad, con miradas fuera de campo y rostros con gesto adusto (*ver fig. 14 y 17*). Así explicaba Luna esta línea de continuidad basada en su arraigo al territorio nacional:

Por eso hemos enlazado sus nombres, para significar una línea artística de valores populares expresados en la música nativa, que se hace voz en dos hombres diferentes, distintos, pero vinculados en su materia vital por un común amor a la tierra y la gente de la tierra [Nº 100, 1965, pp. 4-21].

<sup>79</sup> El accidente fatal tuvo lugar el 1 de febrero de 1978 y algunas teorías le adjudican un trasfondo político.

<sup>80</sup> En el mes de su muerte, la revista Folklore dedicó grandes espacios de la revista a homenajear su vida donde se hace referencia a muchos de estos aspectos de su personalidad [Nº 278, febrero de 1978].

Sus figuras, representantes de esa voz “decidora” del cancionero nacional, fueron erigidas desde las portadas por los editores de la revista de manera transversal desde el primer número hasta la última etapa de la revista, cuando la relación entre los artistas fue afectada por una serie de acusaciones cruzadas; mientras Yupanqui ya se encontraba radicado permanentemente en Europa y poco antes del trágico final de Cafrune.

### ***Mercedes Sosa y Argentino Luna***

En el conjunto de las portadas seleccionadas para la tercera etapa de *Folklore* (1974-1981), donde las tensiones políticas y los posicionamientos extremos alcanzaron al ambiente artístico; las correspondientes protagonizadas respectivamente por Mercedes Sosa [N° 230, 1974] y Argentino Luna [N° 270, 1977], llaman particularmente la atención. Al analizarlas comparativamente, se observa entre ambas imágenes un planteo compositivo que encuentra paralelos entre estos jóvenes solistas que, aun compartiendo la presencia en el campo durante la misma época, representaron posicionamientos antagónicos.

Como representante del Movimiento Nuevo Cancionero<sup>81</sup>, Mercedes Sosa adhería a la manera renovadora, crítica y latinoamericanista de hacer folclore. Argentino Luna, por su parte, seguía los lineamientos del paradigma clásico, con una expresión radicalizada de su carácter nacionalista y conservador. En la década del 70, mientras la cantante tucumana —junto al grupo de artistas que representaban la misma corriente ideológica— fue asediada por la censura y represión hasta el exilio, hasta convertirse en un símbolo “anti dictatorial y libertario” para cierto sector de la juventud por su relación con el campo del rock (Díaz, 2009, pp. 263), el compositor

---

<sup>81</sup> En capítulos anteriores hemos mencionado la aparición en escena en 1963 de este movimiento caracterizado por sus planteos disruptivos del orden hegemónico en el contexto discursivo del campo del folclore. (Ver Molinero, 2011, Chamosa, 2012, Díaz, 2009, Kaliman, 2003).

conocido como “Gaicho de Madariaga” editó el disco *Mire que es lindo mi país, paisano* (1974) que sonaría como banda de sonido de la dictadura:

En el momento de su grabación, en 1974, puede explicarse ese enunciado como una toma de posición realizada en el marco de un campo tensionado entre nacionalistas más o menos “tradicionales” y renovadores “latinoamericanistas”. Incluso la portada del álbum, con Luna vestido de gaicho frente a un rancho en el que se representan los objetos típicamente “folklóricos”, puede leerse en ese marco. Pero el tratamiento que tuvo la canción, la apropiación que de ella hizo la dictadura, hace evidente la zona de coincidencias mencionada entre esos sectores “tradicionalistas” y el discurso oficial. En los años siguientes, mientras la represión arreciaba, mientras muchos artistas estaban en las listas negras y cientos de canciones eran prohibidas, esta milonga sonaba insistentemente, y llegó a convertirse en un símbolo. (Díaz, 2009, p. 256)

Mercedes Sosa aparece sentada entre vasijas y artesanías, frente a una ventana hecha con la estructura de una rueda de carro. El texto de portada titula: “Mercedes Sosa, el triunfo legítimo” (*ver fig. 20*). La entrevista en el interior, realizada por la habitual colaboradora y también música, Alma García, menciona que el encuentro se desarrolló en el hogar de la artista, aunque no se especifica si la fotografía en cuestión pertenece a ese encuentro [Nº 230, 1974, pp. 38-40]. De cualquier manera, la imagen demuestra una primacía de colores cálidos dados por el ladrillo visto de las paredes, el barro y madera, con una cierta evocación al *rancho folklórico*. Esta calidez terrosa en los adornos se identifica también con los establecimientos de peñas universitarias de la época, donde los elementos decorativos podían ser “una rueda de carreta o accesorios de cueros, elementos que nos retrotraen a una estética de ‘campo’ y ‘tradicionalista’ ligada al folklore”, y generaban un entorno afín a cierto folklore más comprometido con el reclamo social que era percibido por los asistentes como de “refugio” y resistencia al estado dictatorial (Bruno, 2014, pp. 6-10).

Por su parte, Luna aparece en una luminosa habitación amoblada en lo que parece ser un moderno departamento decorado a la moda de la época. En su caso, no mira a cámara, sino que

se lo ve absorto en la lectura de un libro, mientras otros aparecen desparramados sobre el piso entre varios discos e instrumentos musicales. Junto al estuche abierto de una guitarra, se encuentran la pava, el mate y un grabador con micrófono, y entre varios títulos puede leerse: “Argentino Luna, carta desde la soledad” (*ver fig. 21*).

Aun atendiendo a sus particularidades, las dos imágenes coinciden en el uso de algunos recursos visuales similares. La presencia de plantas de interior y tejidos típicos del norte argentino son parte de una misma intencionalidad estética. Además, ambos artistas se encuentran sentados cerca del suelo; Mercedes Sosa sobre una especie de desnivel, Argentino Luna sobre un almohadón. En la composición sus figuras ocupan el centro, respetando el centro de atención según la regla de tercios; cada uno de ellos iluminado simultáneamente por dos fuentes de luz: una natural, que ingresa desde sus espaldas por los respectivos ventanales; otra artificial que proviene desde uno de los costados de la fotografía. De esta manera, sus retratos buscan generar una sensación similar en el espectador; la de estar accediendo a cierto ámbito de su intimidad, donde cada uno se presenta con frescura y descontracturadamente, acompañado de elementos que representan sus respectivas identidades artísticas. Mediante el tratamiento estético de su imagen en estas portadas, *Folklore* los presentaba como parte de un mismo fenómeno dirigido directamente a los jóvenes, aunque en el plano de la discursividad sus propios dichos situaran a cada uno en las antípodas del otro, tal como puede apreciarse en los siguientes fragmentos de entrevistas extraídos de otros ejemplares de la época. Por un lado, la entrevista de Simón a Mercedes Sosa:

- Si te dieran a elegir entre dos obras para cantar, una escrita por Lugones y otra por Almafuerte ¿Por cuál te decidirías?
- Por Almafuerte, por supuesto.
- ¿Por qué “por supuesto”?

- Por su fuerza, por su vitalidad popular, y porque mi primer contacto con la poesía fue a través suyo. Todavía recuerdo “No te des por vencido, ni aún vencido... [N° 174, 1969, s/p]:

Por el otro, las respuestas de Argentino Luna a la periodista Marta Bruno:

Hay diferentes patrones / buenos, malos, regulares / yo conocí en mis andares / de diferentes formatos / más todos pagan el pato / cuando escucho esos cantares (...) Estoy definitivamente en contra de las canciones de protesta o de problemas históricos, de la forma en que, en general, se las toma ahora. Y no soy un resentido, aunque me tocó andar en patas cuando chico. [N° 180, 1969, pp. 66-67]

Frente a la evidente crisis que inundaba el campo del folclore por la fuga de público hacia los nuevos géneros musicales, la apelación a la juventud se convirtió en una estrategia central.

*Folklore* portaba un mensaje dirigido a las distintas modalidades de *ser joven* buscando su identificación con la imagen proyectada por artistas tan distintos entre sí como los presentados en este apartado. Una vez más, las páginas de *Folklore* reunían manifestaciones artísticas de lo más divergentes, aunque parte de un mismo movimiento al cual aspiraba a fortalecer y proteger. De este modo, comienza a perfilarse en el análisis un aspecto que es característico de su discurso, especialmente desde las portadas y entrevistas, y que analizamos como un *impulso de inclusión* dentro de las estrategias discursivas de *Folklore*.

### ***Tres gauchos icónicos***

Fueron pocas las oportunidades en que los editores rompieron con la costumbre de presentar en las portadas el rostro —o los rostros— de artistas del momento. En el capítulo anterior habíamos mencionado la iniciativa del flamante director Félix Luna al intentar reemplazar la fotografía de los ídolos por paisajes a cargo de dos fotógrafos argentinos [N° 101 a 110, 1965]. Otra excepción fue la representación icónica del gaucho en tres números de las respectivas etapas de la publicación, con el interés adicional de que la heterogeneidad de

perspectivas y paradigmas que mencionábamos antes, se observa también en los modos de evocación de este elemento emblemático de identidad nacional construida en el folclore.

El rescate del gaucho como símbolo identitario, personaje que había sido históricamente marginado y perseguido durante los procesos de conformación del estado nacional, fue una operación discursiva que debe interpretarse desde el marco socio histórico en el que se produjo. Adolfo Prieto (1988) sostiene que el desarrollo del criollismo, del cual el culto al gaucho es uno de sus componentes, fue precursor del nacionalismo cultural y del folclore como su expresión musical. De acuerdo a su investigación, la literatura fue el vehículo expresivo del criollismo durante la conformación de una naciente cultura popular, en un contexto de prácticas de lecturas múltiples y contradictorias. Por un lado, se encontraban los sectores privilegiados que pertenecían a la antigua cultura letrada con el libro como símbolo; por el otro, las nuevas prácticas lectoras de las clases populares promovidas por fenómenos modernizantes como el desarrollo de la prensa escrita y el acceso a la educación pública. Ello produjo los deslizamientos y versiones de la figura arquetípica del criollo en cuyas intersecciones se pueden leer el control y regulación sociales:

Para los grupos dirigentes de la población nativa, ese criollismo pudo significar el modo de afirmación de su propia legitimidad y el modo de rechazo de la presencia inquietante del extranjero. Para los sectores populares de esa misma población nativa, desplazados de sus lugares de origen e instalados en las ciudades, ese criollismo pudo ser una expresión de nostalgia o una forma sustitutiva de rebelión contra la extrañeza y las imposiciones del escenario urbano. Y para muchos extranjeros pudo significar la forma inmediata y visible de asimilación, la credencial de ciudadanía. (Prieto, 1988, pp. 18-19)

Ya a fines del siglo XIX el símbolo del gaucho era resignificado desde el campo del entretenimiento, y a comienzos del siglo XX, fue adoptado como héroe cultural, representante de los valores del ser nacional. Debido a su ambivalencia, el mito del gaucho fue apropiado tanto por la élite letrada dominante como por los sectores populares, donde alcanzó su mayor

masividad con el circo criollo (Chamosa, 2012, pp. 36-40). En cualquiera de las alternativas era una versión argentina del romanticismo europeo, mediante la asociación de lo rural y las tradiciones a una idea esencialista de identidad. De hecho, patrones y peones convergieron en los centros criollos como respuesta a la necesidad de las élites agroexportadoras de contrarrestar la conflictividad y construir un marco de unidad social: en su imaginario, los “criollos” se unían frente a los “gringos”:

Este compromiso personal, tanto en ricos como en pobres, sólo puede explicarse por la internalización de principios abstractos acerca de la nacionalidad y la tradición. La integración social, por otro lado, sirvió para reforzar la noción no menos inventada que las relaciones entre patrones y peones se guiaban por principios paternalistas premodernos (...) Sin duda que la asociación en los centros gauchescos con el culto a la patria y al gaucho sirvieron para reforzar a nivel local el control social de las elites pueblerinas que dirigían esos centros, siguiendo un modelo que elites más poderosas (...) intentarán a nivel regional e incluso nacional. (Chamosa, 2012, pp. 40)

Por todo lo dicho, no nos encontramos frente a un signo unívoco: depende de quién enarbole su figura para saber qué valores se busca exaltar. En el caso de las tres portadas, dependía de cómo se construía la imagen de cada uno de los gauchos, y, como puede observarse en cada ilustración (*ver fig. 22, 23 y 24*), los mensajes estaban atravesados por signos que el lector podía inferir a través de la remisión a un código histórico y cultural, es decir, no artificial ni natural (Barthes, 1986).

En la edición N° 61 (1962) la ilustración pertenecía a Carlos Alonso, pintor mendocino de gran compromiso social y adherente al movimiento Nuevo Cancionero. En la edición, anunciada como “extra Cosquín” ya que presentaba la reseña de la edición del festival de ese año, el editorial anunciaba con orgullo la colaboración del artista en razón del prestigio que su vasta trayectoria en las artes plásticas del país le otorgaba a la publicación; en especial, el texto mencionaba especialmente los premios recibidos:

La revista Folklore se prestigia al incorporar al número de sus colaboradores al admirable dibujante y pintor argentino Carlos Alonso. De él es la expresiva figura de guitarrero que adorna la tapa de este número Extraordinario. Nacido en Mendoza en 1929, este joven artista ha triunfado en plena juventud, pero continúa en sus búsquedas incesantes. Alumno de dos grandes maestros como Ramón Gómez Cornet y Lino E. Spilimbergo, orientado también por el gran escultor Lorenzo Domínguez, Alonso resultó ganador entre otros excelentes artistas, en el concurso Emecé para ilustrar "Don Quijote". Ha ilustrado luego, con línea de apasionada fuerza y expresividad, "Martín Fierro, "Romancero Argentino" (de León Benarós). etc.- Ha hecho óleo, aguafuerte, murales, cartones para tapices, etc. Formidable dibujante, pintor expresionista de gran fuerza, Alonso -invitado al premio Palanza- es uno de nuestros más grandes artistas plásticos de los momentos actuales. [Nº 61, 1964, p. 3]

La imagen consistía en una pintura figurativa, de gran carga expresiva en las pinceladas y cierta impronta que recuerda a las ilustraciones de la primera edición del Martín Fierro de Editorial Eudeba, a cargo de Carlos Castagnino<sup>82</sup>. Del personaje destacaban su carácter rebelde y gesto adusto, y una barba tupida que enmarcaba el rostro. En ella puede encontrarse una cierta evocación la figura romántica del combatiente revolucionario de los años 60, *post* revolución cubana (*ver fig. 22*).

Dos años más tarde, ya bajo la dirección de Félix Luna, otro artista fue nuevamente invitado a colaborar con la portada. Un fragmento del editorial de ese número, dedicado a celebrar el quinto aniversario de la publicación, aclaraba la autoría del dibujo de tapa:

Una palabra final sobre esta edición. La tapa de este número se debe al arte de Isaías Nougués (hijo). Artista tucumano cuyo apellido está asociado a lustros de activas luchas políticas en su provincia. Nougués ha preferido el pupitre de dibujante a la tribuna cívica y es bien conocido por el público argentino a través de sus creaciones. Para esta edición de Folklore, Nougués ha compuesto un tema que sugiere el significado de nuestro V aniversario. [Nº 126, 1966, pp. 4-5]

Los apellidos de sus abuelos paternos, Nougués Padilla, están asociados a una de las principales familias de la elite industrial azucarera; y su familia fue la cuna de políticos

---

<sup>82</sup> Artista también nombrado en varias oportunidades por los redactores de *Folklore* durante la primera etapa.



tucumanos de filiaciones diversas<sup>83</sup>. Isaías Nougués optó por el camino de las artes plásticas, en las que se había destacado desde muy joven, y se formó como ilustrador con grandes dibujantes como Salas o Spilimbergo en su paso por la Universidad de Tucumán. Comenzó su obra en la década del 60, conservando la voluntad de referencia a la identidad y la tradición norteñas, aunque influenciado por el latinoamericanismo y las corrientes renovadoras del arte propias de la época; lo cual le dio a su producción un tinte particular<sup>84</sup>.

En esta oportunidad el gaucho retratado es un infante que representa los cinco años de vida de la publicación, sin alusiones a lo político y con una evidente búsqueda estética en el uso de las formas y planos de color. En su composición se advierten rasgos vanguardistas en el marco de cierta estética propia de la época, aportando a la creación el sello propio del artista, que jerarquiza la portada (*ver Fig. 23*).

El último gaucho que protagonizó una portada de *Folklore* apareció en el número dedicado al Campeonato Mundial de Fútbol '78 [Nº 283, 1978]. Junto a la gran imagen satelital del estadio mundialista que ocupa toda la portada, una imagen icónica flotando en la esquina superior derecha remitía indirectamente a la mascota del mundial, la caricatura de un niño que, a diferencia del “gauchito oficial”, tiene cabello rubio y ojos celestes (*ver Fig. 24*). El titular que acompañó esta imagen era elocuente: “*El país gaucho conquistó al mundo*”. Aludía al sentimiento de orgullo patriótico y nacionalista, suscitado por el evento deportivo y reforzado por la victoria obtenida, que fuera aprovechado por el discurso oficial (Alabarces, 2001)<sup>85</sup>.

---

<sup>83</sup> Isaías Julio José Nougués era nieto de Juan Carlos Nougués y Elvira Padilla, nombres asociados directamente al sector industrial conservador de la provincia de Tucumán. Su padre y su tío fueron políticos, aunque pertenecientes a facciones enfrentadas. Su tío, Juan Luis Nougués Padilla fue intendente de la ciudad de San Miguel y luego llegó a gobernador (1932-1934), cargo que debió abandonar tras un juicio político por enfrentarse a algunos de los intereses del sector.

<sup>84</sup> Información aportada por la Dra. Fabiola Orquera, investigadora en el INVELEC-CONICET y Coordinadora de la REICRE (Red de Estudios Interdisciplinarios en Culturas y Regiones).

<sup>85</sup> De hecho, como vimos en el capítulo anterior, todo el contenido de la revista en este número es una exaltación patriótica construida en torno al relato del triunfo deportivo de la selección nacional, donde la conceptualización del

Además, la inscripción “*mundial de la paz*” era una referencia directa al discurso de la ceremonia de apertura por parte del presidente de facto, ex Tte. Gral. Jorge Rafael Videla. En su discurso, el conductor de un plan sistemático de exterminio, expresaba “que este evento sea realmente una contribución para afirmar la paz, esa paz que todos deseamos, esa paz dentro de cuyo marco el hombre pueda realizarse plenamente con dignidad y en libertad”<sup>86</sup>.

A modo de cierre de este apartado, observamos en portadas un *impulso de inclusión* mediante el cual se reunían, como elementos fragmentarios de una misma unidad contenedora, representantes de lo más diverso —hasta opuestos en términos estéticos, generacionales, ideológicos— del mapa de artistas, permitiendo que sus variados mensajes ingresaran por la vitrina de sus portadas e integraran el discurso de *Folklore*. Ese mismo impulso estuvo presente en el interior de sus páginas, donde hubo un espacio reservado para el despliegue de las tensiones y disputas a través de sus propios testimonios y puntos de vista. La entrevista periodística fue el formato periodístico por excelencia para ello, debido al interesante juego de presencias e interacciones que habilita.

#### **4.2. La entrevista como conversación pública.**

Leonor Arfuch (1995) considera a la entrevista un género privilegiado en el marco del discurso periodístico contemporáneo, tanto en su forma escrita como televisiva y radial, por su versatilidad de temas, enfoques, personajes y estilos. El principal interés que suscita entre sus lectores radica en la posibilidad de acceder a experiencias, pensamientos, anhelos e historias que fundan su autenticidad en la dinámica conversacional y su ilusión de inmediatez y

---

folclore es puesta al servicio de la interpretación nacionalista oficial, por decisión de Ricardo Honegger (entrevista a Blanca Rébora, realizada el 29 de julio de 2022).

<sup>86</sup> Archivo Prisma. (28/10/2015) AV-1880 [Ceremonia de apertura del Mundial '78] (fragmento). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=KYia0iKopOA>

espontaneidad. La posibilidad del acceso a una cercanía con los personajes entrevistados bajo la dinámica de una conversación pública se articula así con la búsqueda de una develación, el desenmascaramiento de una verdad oculta que de otro modo permanece inaccesible, debido a la distancia entre el mundo del destinatario de la entrevista —lector— y el del destinatario de las preguntas —entrevistado—.

¿Quiénes son los artistas seleccionados y qué aspecto de sus vidas se resalta en ellas? ¿Cómo es el funcionamiento del lenguaje y qué carácter asume la interacción del entrevistador con su entrevistado? ¿Qué rastros del encuentro quedan plasmadas en la transcripción y edición final y qué buscan transmitir? En la respuesta a estas cuestiones en torno a las entrevistas de *Folklore* encontramos variaciones en el tono general de las conversaciones, en la modalidad de transcripción del diálogo y en ciertas marcas estilísticas de la escritura propia de cada entrevistador. Agrupadas por épocas y por ejes temáticos transversales, las recurrencias demuestran cómo en cada etapa, las condiciones de producción —autonomización, auge y crisis del campo— dieron lugar a distintos tipos de entrevista.

El carácter impredecible de la dinámica interactiva otorga a toda entrevista un carácter inherentemente azaroso. Estos rasgos, su apertura y fragmentariedad, derivados justamente de su naturaleza intersubjetiva, son los que presentan un mayor interés analítico para nuestra investigación. Si asumimos que toda instancia de enunciación está modelada por la orientación a un destinatario, pues siempre se está en diálogo *con* un otro; aquí ese mecanismo se da doblemente, ya que se habla *con* un otro *para* y *por* otros. La posición de “tercero incluido” que los lectores asumen (Arfuch, 1995, p. 27) nos sirve para completar la red de sentidos y valores puestos en juego en esta situación comunicativa, para el caso de *Folklore* vinculada a los criterios de valoración y legitimación que regulan el campo.

En esta dinámica triangular, nuestra atención está centrada en la modelización del enunciatario final por parte de los coenunciadores (Maingueneau, 2008, p. 22) y cómo esta modelización se da a través de las hipótesis sobre sus competencias e intereses puestas en juego en la interacción. Así como el lector es finalmente una construcción del discurso destinado a él, las figuras del entrevistador y el entrevistado también son construcciones discursivas que se modelan a partir de las mismas hipótesis:

En el reportaje haría falta trazar la diferencia entre la persona cuyo cuerpo y voz se imponen a la mirada y quien habla allí, en el diálogo, en definitiva, también un sujeto discursivo. Pese a la innegable cercanía, tampoco aquí se confunden ambas figuras: por eso quizá pueda hablarse con mayor propiedad de personajes (entrevistador y entrevistado) contruidos por su exhibición pública con los mismos procedimientos de ficción de la literatura. (Arfuch, 1995, p. 55)

Estos mecanismos de ficcionalización se encuentran en el registro detallado de la gestualidad, la vestimenta y la escenografía como recreación de la escena del diálogo. Si “ser es parecer”, como sostienen las teorías sociológicas asentadas en la presentación de la persona en la vida cotidiana; es posible leer el comportamiento como un texto (Goffman, 1997). En la textualidad del intercambio propuesto por la entrevista se juega la autenticidad de cada participante y, al mismo tiempo, de su interacción:

Roberto Cambaré sigue contestando a nuestro interrogatorio. Una pausa nos da tiempo para advertir el anillo de oro en el que le brilla una piedra azul, el correcto traje azul, todavía veraniego, la sencillez sin ostentación de su figura, en la que nada de afectado puede hallarse. [Nº 40, 1963, pp. 3-6]

Observar la entrevista mediática desde una perspectiva sociolingüística permite identificar aquellas competencias relevantes y adquiridas socialmente que los protagonistas del intercambio ponen en juego. A las nuevas figuras del campo se las indagaba acerca de sus influencias y referentes; mientras que a los artistas ya consagrados se les pedía realizar una suerte de evaluación de la escena actual: “¿Qué opinión le merecen aquellos conjuntos que tratan

de imitarlos, interpretando el mismo repertorio de ustedes?” [Nº 1: 1961, pp. 18-20]; “¿Qué opinión tienen ustedes de todos estos grupos vocales e instrumentales que van surgiendo día a día y no siempre respetando lo auténticamente tradicional?” [Nº 120, 1966, s/p]. Otros tópicos giraban en torno a la obra del entrevistado en cuestión, tanto sobre su repertorio más popular o “sus mayores éxitos”, como acerca del método utilizado para la creación e inspiración artísticas. Otras veces se orientaban a discursos que circulaban en el campo revelando zonas de debates y saberes compartidos, desde posiciones intelectuales sobre los más variados temas del contexto socio histórico, hasta polémicas suscitadas por dichos de otros artistas: “¿Qué comentario le merece esta opinión que habría vertido un ex chalchalero: Polo Román no canta demasiado mal pero no toca bien el bombo y le falta pinta?” [Nº 190, 1970, pp. 66-67].

La construcción de los sujetos de discurso en la entrevista mediática hace visible a su vez la manera en que “se reparte el espacio público y se alternan las voces dominantes” (Arfuch, 1995, p. 59) y cómo se configura la red de relaciones en las que se enmarca el intercambio. Para el caso del campo del folclore, las entrevistas que encontramos en la primer y segunda etapa de la revista, alcanzadas por el efecto del *boom*, daban cuenta de cómo los criterios de valoración de artistas continuaban hegemonizados por el *paradigma clásico* (Claudio Díaz, 2009). Por ejemplo, la referencia a las críticas contra el autor de “Angélica” por “no responder a las formas” tradicionales [Nº 40, 1963, pp. 3-6]; o la pregunta al Chango Rodríguez sobre la llamada “‘nueva ola zambara’ que se sale de los carriles de la línea clásica” [Nº 50, 1963, pp. 3-5]. Con el aumento de expresiones más rupturistas en el modo de componer, las preguntas dirigidas a los conjuntos más tradicionalistas que iban en este sentido se intensificaron: su valoración hacia quienes no respetan lo auténticamente tradicional. Frente a artistas más *innovadores*, la pregunta cuestionaba si a ellos mismos no les incomodaba “ese rótulo” [Nº110, 1965, s/p].

Por momentos puede notarse que la revista *Folklore* se inclinaba por un posicionamiento explícito en el marco de esta tensión: al celebrar que un artista adhiriera al “folklore tradicional, netamente ligado a las costumbres de su tierra y carente de efectismos innecesarios” [Nº 240, 1974, pp. 6-7] o cuando su canto representaba “llanamente [el canto] del hombre de provincia” [Nº 250, 1975, p. 5]. En este sentido calificaban de “discusiones inútiles” al supuesto problema de “mirar demasiado hacia atrás” o correr el “riesgo de detenerse por tanto volver la cabeza”, argumento frecuente en las críticas a los artistas de entonces [Nº 180, 1969, pp. 8-9].

Pero el criterio de autenticidad defendido por la revista no se limitaba al respeto por los modos tradicionales de hacer folklore, sino que implicaba el aporte de alguna novedad al campo. En el balance realizado por la revista después de los años más álgidos del *boom*, sus editores sostuvieron que el folklore había llegado a una etapa de decantación, donde los “imitadores” y “exitistas” dejarían lugar a aquellos artistas de calidad que ciertamente hicieran avanzar al movimiento; llevando la cuestión de la autenticidad al orden de la calidad artística:

Esta es sin duda, una etapa de tamiz para los conjuntos folklóricos. La desatada euforia de la improvisación ha pasado. Ya los clubes no compran cualquier cosa, el público exige calidad. Y hay que brindársela. Entre tanto, aquellos que han trabajado con seriedad, con responsabilidad, con auténticos valores, actúan más y más, son requeridos desde todas partes. No es que en folklore haya disminuido la actividad de los conjuntos. Es que se ha producido una natural decantación. Y los claros que dejan aquellos que salían a la palestra improvisadamente con mero afán exitista, permiten naturalmente que los conjuntos de calidad conserven y extiendan sus legítimas posiciones. [Nº 80, 1964, pp. 3-5]

En otros momentos, desde *Folklore* se llegó a asumir una postura de defensa o inclusión de artistas desdeñados por críticas externas. Así, por ejemplo, calificaron de “acaloradas polémicas nada nuevas” a las críticas recibidas por el trío San Javier después de su presentación en Cosquín, y manifestaron que “nada aportaban al cambio de rumbo del quehacer artístico de los cuestionados” sino que solo servían para alimentar egos periodísticos y generar rupturas: “los

acusados siguen haciendo sus prácticas musicales y los acusadores (periodistas sin piedad) afilan sus dardos para la próxima emergencia. Al Trío San Javier no le interesan estas opiniones. ¿no? Y menos que las tratemos en una nota” [Nº 280, 1978, p. 11-14]. Al mismo tiempo, en la entrevista a “Los 4 de Córdoba” [Nº 280, 1978, p. 4-6] se vertían opiniones que se hacían eco de estas críticas al giro de los folcloristas a la canción romántica, de la que el Trío San Javier era objeto. Por lo que vemos, la ventilación de estos debates tenía que ver más con una estrategia de ventas mediante contenidos sensacionalistas, que con la intención de reflexionar sobre el tema en profundidad. Las cartas de lectores ofendidos y descargos articulaban la comunicación con los editores y, como lo refleja la reflexión del ex director Félix Luna, daba cuenta de la vitalidad de la publicación en el campo:

A veces causamos un gran revuelo en el ambiente, como cuando publicamos un reportaje a Quique Strega, un músico anticonvencional que se despachó con alguna irreverencia de los intérpretes más consagrados, lo que provocó un alud de cartas irritadas [Nº 316, 1981, pp. 8-9].

Por lo que vemos, la palabra de los artistas y su visión del campo se incluía en el discurso de la revista en función de generar interés en sus lectores mediante dos caminos posibles: por un lado, a través de semblanzas y perfiles de los ídolos; por otro, aprovechando las tensiones originadas por el folclore como industria del espectáculo. Oscilando entre estos ejes, distintos entrevistadores dejaron su marca en la revista.

### **León Benarós y las entrevistas del *éxito***

La entrevista mediática es una huella en la trayectoria que revela reconocimiento en el ámbito de desempeño. La presencia pública que se desprende de ella no solo funciona como signo de éxito, sino que también es la manera de preservarlo, entre el “ascenso” y el “ocaso”, entre la “borradura” y la “saturación” (Arfuch, 1995, p. 93). Por eso, la jerarquía del rol que

jugaba este espacio textual en el discurso de *Folklore*, que durante los primeros años del *boom* se encontraba construyendo su lugar de legitimidad como instancia de consagración del campo, influyó en la elección del entrevistador y sus competencias, no reductibles al quehacer periodístico sino también dependientes de su trayectoria y reconocimiento en el ambiente. En ello jugaron un papel central la figura del periodista estrella y la subjetividad como valor profesional, heredadas del nuevo periodismo americano de los años sesenta:

Oscilando entre lo personal y lo profesional, entre lo que el medio quiere de él y su propio investimento afectivo en la escena, entre los límites de una ‘buena’ interacción y el desborde, su empresa socrática tiene la responsabilidad y la dificultad de tratar de encontrar una verdad que pugna por escapar, o que quizá se resiste a la palabra y solo se juega en un gesto, en un descuido, en el estar frente a ese otro. (Arfuch, 1995, p. 81)

Las entrevistas a los consagrados del campo publicadas durante los primeros años del *boom* estuvieron signadas por el tema del *éxito*. Las figuras entrevistadas mantenían contratos con discográficas, radioemisoras y canales de T.V. desde donde proyectaban su imagen y las páginas de *Folklore* les ofrecían la posibilidad de revalidar su popularidad; a la vez que la exclusividad del intercambio ponía a la revista en una posición privilegiada en el campo. Mediante mecanismos textuales de auto referencialidad, el discurso de *Folklore* colocaba a la publicidad como parte sustancial de las narrativas de trayectorias de los artistas: “¿Qué les pasó a Los Cantores de Quilla Huasi en el lapso de tiempo transcurrido desde que le hicimos el álbum que la revista FOLKLORE publicó?” [Nº 80, 1964, pp. 3-5].

Ya hacia 1965, el lugar de la publicación como una de las instancias consagradoras era indiscutible, y sobre él se establecían las características de la relación con sus destinatarios:

Nosotros, acuciados por gran cantidad de lectores que con insistencia nos solicitan que entrevistemos a Los Altamirano, una de las más nítidas recientes y auténticas revelaciones de Cosquín, nos reunimos con ellos y les pusimos en tapa. Les vimos en la sala de grabación, en nuestra redacción y hasta en un asado, como corresponde. [Nº 190, 1970, pp. 8-9]



Las entrevistas publicadas durante esta primera etapa (1961-1965) tienen la rúbrica de León Benarós, un abogado, escritor y poeta perteneciente a la llamada “Generación del 40”, también autor de obras musicalizadas por grandes referentes musicales del campo del folklore como Eduardo Falú, Carlos Di Fulvio y Carlos Guastavino entre otros. Había llegado a la redacción de *Folklore* de la mano de su amigo Juan Draghi Lucero, historiador y también colaborador de la revista [ver N° 126, 165, pp. 48-53] durante la primera dirección de Julio Márbiz y permaneció hasta la partida del segundo director, Félix Luna, a quien acompañó en su nuevo proyecto tras su partida<sup>87</sup>. Sus entrevistas estaban estructuradas biográficamente y destacaban las últimas novedades protagonizadas por los artistas en su carrera profesional hacia la consagración definitiva. Su impronta sería retomada en etapas posteriores por nuevos entrevistadores, aunque cada vez como un estilo más marginal, cuando otro tipo de entrevistas comenzó a ocupar el centro de interés de la publicación:

- Eduardo Falú, hombre hacia adentro. Sus comienzos, sus éxitos, sus viajes.  
Un reportaje por L.B [N° 30, 1962, pp. 3-7]
- Angélica, una morena, un pueblito de Córdoba, una pena de amor y una zamba famosa. Una nota de Bernardo Noel [N° 40, 1963, pp. 3-6]
- Suma Paz: verdad y dignidad del canto sureño. Por L.B [N° 60, 1964: 10-13]
- Jovita Díaz: Nace una estrella. Por Leo Ben [N° 70, 1964, pp. 11-12]
- ‘El disco de oro’, culminación artística de Los Cantores de Quilla Huasi por  
L.B [N° 80, 1964, pp. 3-5]

---

<sup>87</sup> Además de las entrevistas, sus colaboraciones fueron tan abundantes como variadas: desde el glosario criollo en tono de divulgación académica en la sección “De nuestro Folklore” (1964) hasta comentarios sobre arte en “De nuestra plástica” pasando por una sección de folklore dedicada al público infantil.

- La vida del Chúcaro contada por él mismo, en diálogo con León Benarós [Nº 90, 1965, pp. 7-9]
- Antonio Tormo, su destino de triunfador (sin firma) [Nº 10, 1962, pp. 33-35]
- Los trovadores del norte, una gran promesa (sin firma) [Nº 20, 1962, pp. 10-11]
- Noviendo con el Paraná, Ramona Galarza sigue su itinerario de éxitos (sin firma) [Nº 120, 1966, s/p].

Al analizarlas en detalle, se observan algunas marcas de estilo entre las que aparecen ciertas construcciones frasísticas, la organización y diagramación del texto, y otras constantes que revelan la mirada del agente sobre el campo —incluso en aquellas que salieron sin firma—.

Por lo general, sus entrevistas usaban la primera persona del plural. Por un lado, mediante este mecanismo construía la imagen de un enunciador plural y colectivo, el que se encontraba detrás de la revista *Folklore* llevando a cabo la tarea de difusión y promoción de los artistas nativos, inscripto en un movimiento más amplio del que formaban parte también los lectores:

Cuando supimos que acaba de editarse su último LP en España nos alegramos como se alegró todo el país. Ahora que sabemos que a partir de marzo viajarán a Europa para realizar una gira de tres meses por España, Holanda, Alemania Francia e Italia, manifestamos otra vez abiertamente nuestro júbilo. [Nº180, 1969, pp. 8-9]

Por el otro, era también una alusión concreta al trabajo en equipo del detrás de escena, en la que el periodista compartía la producción de las entrevistas junto al fotógrafo, Marcelo Nieto:

Nuestra inquietud periodística ha sido satisfecha. Tormo se ofrece para acercarnos hasta el centro con su flamante coche. Aceptamos. Antes de bajar, estrechamos su diestra. Es la mano de un hombre que siembra afectos. Que gana amigos. Nosotros, por ejemplo. [Nº 10, 1962, pp. 33-35]

Tal como se percibe en este último fragmento, el autor utilizó diversos recursos descriptivos para ilustrar el entorno y contexto donde se desarrollaba la conversación, con un

interés especial en resaltar el clima de amistad y el ambiente distendido que rodeaba la “charla”. En el siguiente fragmento se describe la parrillada “Mi Rancho”, situada en Anchorena 1200, donde el cantor y compositor “Chango” Rodríguez se encontraba “guitarreando” entre amigos: “junto a unas sabrosas empanadas de humita y otras de carne, en el intervalo de una parrillada que se termina de dorar sobre la mesa con las correspondientes brasas” [Nº 50, 1963, pp. 3-5].

Muchas veces el intercambio se daba en casa de los artistas, lo que le permitía al periodista dejar un registro de escenas familiares, como la descripción del momento exacto en el que Juan Carlos Saravia (de “Los Chalchaleros”) “deja de lado su condición de artista para dar paso al padre cariñoso y orgulloso” [Nº 1, 1961, pp. 18-20]. Asimismo, se permitía indagar sobre la vida sentimental de estrellas como Ramona Galarza con cierta indiscreción desenfadada: “¿Es verdad que tiene novio? (...) ¿Piensa casarse?” [Nº 1, 1961, pp. 3-4]; o consultar con intrusión periodística sobre el costo económico de un *hobby* del Chango Rodríguez: “Es propietario de un caballo de carrera (...) El animalito ha costado más de 300.000 pesos, pero el 'Chango' quiere mucho a su tordillo y le tiene fe” [Nº 50, 1963, pp. 3-5]. Antonio Tormo también padeció esa suerte de curiosidad superflua, con la que Benarós aportaba a los lectores detalles de la vida privada de sus ídolos:

Tenemos interés en saber si el matrimonio perjudicó en algo su carrera artística. Nos contesta que no. (...) Cuando nos habla de su esposa descubrimos que vive realmente enamorado de ella (...).

¿El cine figura en sus proyectos? (...) ¿Qué hace cuando no actúa? (...) ¿Tiene algún Hobby? (...)

Mucho se ha comentado con respecto al dinero ganado por este intérprete en su trayectoria artística. Nos animamos a preguntarle en qué lo invirtió. [Nº 10, 1962, pp. 33-35].

Así como se perfilaba un personaje a través de información sobre su vida privada, sus gustos, hobbies e intereses, también se dedicaban extensos y floridos pasajes a describir algunos

rasgos físicos y de personalidad del artista. En la redacción final, el periodista se encargaba de asociarlos con el reconocimiento que el artista presentaba en el campo: en el caso del cordobés Chango Rodríguez, su simpatía y pintoresquismo asociados a su procedencia:

Pletórico, simpáticamente ñato, de rostro moreno, cabellos oscuros, alta y combada frente y ojos un poquito saltones, muy grandes y de largas pestañas, el 'Chango' desparrama cordialidad a su alrededor. Su buen genio es contagioso. Tiene el chiste a flor de labios. El ingenio se le desborda juguetonamente en cada uno de sus dichos, llenos de novedad de gracia caricaturesca. Pone un grano de sal -más o menos fina, con llaneza criolla y pintoresquismo nativo- en sus comparaciones jocosas, y es capaz de poner mote ilevante al más pintado, porque capta con la velocidad de un relámpago la idiosincrasia de quien se le pone a tiro. [Nº 50, 1963, pp. 3-5]

En otros, lo que se destacaba como condición de calidad artística era la sobriedad del carácter, como en esta descripción de Eduardo Falú presentada inmediatamente a continuación de la afirmación acerca de que “una figura de su talla” no necesitaba adjetivación:

(...) admirable guitarrista, compositor inspirado, acertadamente acompañado de verdaderos poetas, creador de composiciones antológicas (...) (Con un) estilo intenso, desgarrado, sollozante, sutiles matices, poético, límpido, expresivo (...) evidente señorío de hombre aplomado y cabal, sinceramente modesto, ocultando en el corazón con pudor viril, la mucha ternura que le rebosa en el pecho (...) reconociblemente vernáculo pero suficientemente universal". [Nº 30, 1963, pp. 3-7]

También eran hiperbólicas sus descripciones de artistas mujeres, aunque con un tratamiento particular que realzaba la mirada estereotipada de su rol en el campo:

Menuda, delgada, fina, inquieta, juvenil, culta, inteligente, simpática y natural, Jovita Díaz está ante nosotros. El reportaje no la cohibe (...) Sobre el sencillo y elegante vestido azul, le brillan las pequeñas y coquetas hebillitas doradas y sus pies terminan, al itálico modo, en unos zapatos blancos que aguzan su punta, a la moda del día... (...) Y, sobre todo, [toda ella emana] avasalladora simpatía... Jovita Díaz triunfó en Cosquín. [Nº 70, 1964, pp. 11-12]

Como dijimos antes, las entrevistas del éxito se estructuraban bajo el eje de la trayectoria. En ellas se observa una narrativa marcada por ciertos *topoi* (Wodak, 2003 y 2009) recurrentes para organizar el relato de la vida del personaje utilizando recursos propios de la ficción literaria,

que daban cuenta del éxito como culminación individual por una justa combinación entre esfuerzo y predestinación: “En la vida de Roberto Cambaré los sueños se vieron superados por la realidad, este milagro fue posible merced al éxito extraordinario de su zamba Angélica” [Nº 40, 1963, pp. 3-6]. Los éxitos radicaban en la mención a contratos concretados o próximos, premios recibidos o nominaciones, giras por el país y por el mundo, el reconocimiento del público en el contexto de los festivales, y edición y venta de discos, o “el dictamen de la torta negra”: “Su lucha no ha sido fácil pero el triunfo le ha llegado sin dejarle sedimento alguno de amargura (...) Volvamos nuevamente a 'la torta negra' en la cual el 'Chango' Rodríguez ha registrado no pocos de sus éxitos” [Nº 50, 1963, pp. 3-5].

Todos estos hitos configuraban las variables del criterio del *éxito* (también nombrado como *gloria*, o *triunfo*) para explicar el grado de protagonismo, fama y dinero obtenidos por los agentes mediante su práctica profesional en el campo. Sobre esta imagen exitosa los lectores eran llamados a identificarse con los sus ídolos. En trayectorias de vida tan alejadas, el punto de anclaje para esta identificación se construía en base a lo que tenían en común; es decir, “el mundo de los sentimientos” (Arfuch, 1995, p. 65).

El relato integrado y repetido del recorrido a través de los mismos logros alcanzados contribuía a la construcción de un arquetipo de conducta. En la narrativa de trayectorias exitosas, se daba lugar a la revelación íntima del yo del artista; y esto cumplía, a su vez, una función modelizadora de ciertos valores considerados legítimos para acceder a las disputas simbólicas propias del campo, como el virtuosismo, el esfuerzo, la iniciativa; la honestidad, la autenticidad, la transparencia:

Un hombre que llegó a los planos más altos de la popularidad sin desviar su línea de conducta ni modificar su manera de ser. Le preguntamos qué sensación experimentaba al encontrarse en esa situación de hombre popular (...) ¿Nunca sintió miedo de perder esa popularidad? [Nº 10, 1962, pp. 33-35]

Con un registro de escritura que lo delataba, León Benarós insistía en recalcar la “humildad” como valor en artistas a los que “no ha mareado” su éxito: “Los muchachos hablan con modestia, pero sin falsa modestia. Sin orgullo, pero con un legítimo orgullo. Han llegado a un nivel que no alcanzan muchos conjuntos. Lo han conseguido a fuerza de conducta artística” [Nº 130, 1966, s/p].

En esta búsqueda de autenticidad, el relato de la trayectoria vuelve su mirada a la niñez, a la inspiración, a sus anhelos, no ya sobre la carrera sino sobre la vida y la visión del mundo: “Le preguntamos por su infancia, por los comienzos en su vocación del canto, por su actividad actual, sus planes, sus esperanzas (...) Desde ya, Jovita Díaz es una pequeña pero luciente estrellita de segura luz” [Nº 70, 1964, pp. 11-12]. En la construcción de narraciones estereotipadas de la niñez se observa una “pretensión aleccionadora” (Arfuch, 1995, p. 66). La autenticidad del artista se basaba en la demostración de coherencia entre la vida privada del artista y su actual éxito en el mercado, siempre sustentado en el amor a *las cosas nuestras*:

Desde niño vivió en el campo y tuvo oportunidad de conocer las manifestaciones más simples y auténticas del hombre de su suelo (...)

Y por sobre todas las cosas piensan seguir haciendo folklore tradicional, netamente ligado a las costumbres de su tierra y carente de efectismos innecesarios. [Nº 240, 1974, pp. 6-7]

La construcción de estos perfiles y retratos junto a la trayectoria de éxito de los artistas entrevistados, fue una de las estrategias de enunciación claves utilizadas por los editores en el marco de la doble inscripción de *Folklore*, como revista cultural y como revista de espectáculos. En este sentido, aquellas notas y portadas aportaban a la construcción del *starsystem* de las estrellas del folclore, y en este gesto, la revista consolidaba su lugar como espacio de consagración en el campo.

En este tipo de entrevistas no hubo una búsqueda de confrontación ni se exaltaron aspectos polémicos o disruptivos. En todo caso, las tensiones constitutivas del campo se resolvían en el deber ser nacionalista, sobre la base afectiva del amor a la patria y el ejemplo de las experiencias de aquellos artistas consagrados del campo. En el orgullo y la admiración se podía entrever el efecto de doble mediación entre los coenunciadores (Maingueneau, 2008, p. 22) de la entrevista: los periodistas representaban al público frente a los artistas, los artistas representaban al pueblo ante el mundo.

Las entrevistas biográficas estructuradas en base a la trayectoria de los artistas continuaron predominando durante la dirección de Félix Luna, cuando el sistema de corresponsalías incorporó nuevas voces para hacer las semblanzas de conjuntos y solistas del interior. En ocasiones, bajo una volanta que los presenta como “*Los Nuevos*” [N° 110] o mencionando la provincia de origen, se entrevistó a artistas de menos renombre, pero a quienes la aparición en las páginas de *Folklore* servía de antecedente para su instalación en la escena nacional.

Con la expansión mediática de las producciones folclóricas, se amplió también el espectro de los consagrados; y *Folklore* entrevistó a periodistas, locutores como Julio Lagos [N° 140, 1967: s/p] y Leo Rivas [N° 290: 1979, pp. 28-29], *discjockey* como Enrique Mancini [N° 270, 1977, pp. 18-19], humoristas Coco Díaz [N° 160, 1968, s/p] y Luis Landriscina [N° 270, 1977, pp. 18-21]; y otros agentes vinculados al mundo del folclore y los festivales. Durante la última etapa las entrevistas también rescataron trayectorias de artistas nacidos al calor del *boom* y ya por entonces olvidados en un contexto de merma de interés del público general en el folclore entre las que se encuentran las entrevistas a Roberto Quirno y Víctor Velázquez [N° 270, 1977, s/p] o a Juan Peregrino y a Selva Gigena [N° 300, 1980, s/p].

### *Marcelo Simón y las entrevistas polémicas*

Pero simultáneamente a aquellas, desde el primer número de *Folklore* hubo otras entrevistas que, sin afectar la dinámica mencionada donde el entrevistador era un mediador entre las estrellas y sus seguidores, tomaron como eje narrativo no ya los logros en la trayectoria de los artistas, sino los diversos conflictos que comenzaban a visibilizarse a partir del proceso de expansión del campo. Cada vez con más frecuencia se anticipaban novedades no siempre agradables, pero con un indiscutible impacto en el mapa de artistas, que se presentaban en la forma de *primicias* o *exclusivas*. En ellas, el periodista revelaba el testimonio del protagonista de los hechos ante un lector ávido de las últimas noticias del campo.

Un capítulo de estas entrevistas lo ocuparon los frecuentes accidentes automovilísticos sufridos por los músicos durante la intensificación de sus giras artísticas, una de las desgracias más comunes de la época vinculada a las condiciones de producción artística en el contexto del *Boom*<sup>88</sup>. La entrevista exclusiva sin firma a Juan Carlos Saravia, quien se encontraba convaleciente en su casa días después del accidente automovilístico en el que uno de sus integrantes perdiera la vida, se titulaba “*Seguirán cantando Los Chalchaleros*” [Nº 1, 1961, pp. 18-20]. “El público se pregunta si volverán a actuar Los Chalchaleros”, fue la premisa que daba fundamento a la conversación, cuyo centro estaba dado por esta inquietud, y nada se mencionaba de las consecuencias más dolorosas del suceso.

Otro bloque de entrevistas aprovechó la interactividad implícita en un medio como *Folklore* y exageró su posibilidad de convertirse en transporte de acusaciones, respuestas, réplicas, argumentaciones y contra argumentaciones. Sumergidas en un clima político álgido, se

---

<sup>88</sup> El aumento de las contrataciones de folcloristas que recorrían distintos festivales durante una misma noche provocó que muchos integrantes de agrupaciones de renombre sufrieran accidentes y hasta perdieran la vida en ellos.



abordaron con la misma modalidad de la polémica otras cuestiones que tenían que ver con la reordenación del campo del folclore después de su expansión durante la década anterior. Junto a autores como Amossy, Maingueneau y Plantin (Amossy et Al., 2016) asumimos que la polémica es uno de los extremos dentro del *continuum* argumentativo necesariamente supuesto por la realidad dialógica que pone en relación los discursos de una época y una sociedad (Bajtín, 1982). Desde esta perspectiva, la construcción de la discursividad requiere dejar por un momento de lado los esfuerzos por la búsqueda de consensos entre los interlocutores, y hacer foco en el carácter interactivo y controvertido de cualquier escena política, social o mediática. Esto es, en el espacio destinado a la confrontación de ideas, donde la modalidad de la polémica implica “hacer presentes los distintos discursos y los intentos de cada parte por asegurar a supremacía de la propia posición” (Amossy, 2016, p. 26).

Esta conceptualización implica un alejamiento de la noción del sentido común de *polémica* que exalta el tema de la violencia verbal y la manifestación explosiva de las emociones como características excluyentes, y su definición como debate *paralógico* (ver Amossy, 2016, pp. 25-38 y Plantin, 2016, pp. 71-81). Al mismo tiempo, reconoce la extensión semántica sufrida por el término derivada de su utilización en la prensa, donde los clásicos roles de *proponente* y *oponente*, —las posturas que asumen alternadamente los interlocutores según se encuentren argumentando sobre su propia posición o respondiendo a la argumentación de otro— y del tercero —aquel destinatario hacia quien se dirigen finalmente los desarrollos argumentativos de proponente y oponente—, requieren incorporar al periodismo y su rol en la traducción de las controversias orientada a un público amplio. Según Christian Plantin (2016) los debates ya no son protagonizados necesariamente por “polemistas” guiados por una pasión personal por el *dissensus*; sino mayoritariamente llevados adelante por “polemizadores”, es decir, locutores

ordinarios involucrados en una cuestión vital que los sobrepasa y los involucra con otros en una relación de lenguaje que “el observador periodista puede denominar polémica” (p. 79).

La polémica considerada como controversia implica, según Maingueneau, la sucesión secuencial de unidades textuales que se responden unas a otras mediante mecanismos normados de intercambio diferido, a las que es necesario observar mediante la pragmática del intercambio conversacional, condicionada semánticamente por el contenido de las proposiciones, y estratégicamente por la dinámica de la interacción argumentativa (Maingueneau, 2016, pp. 55-63). En este período la revista *Folklore* se propuso a sí misma como el espacio desde donde se estructuraron los sucesivos “rounds” de una pelea. En ese contexto, la *polemicidad*<sup>89</sup> como manifestación textual de las diferentes oposiciones que tenían lugar en el campo fue una estrategia de la revista para mantener el interés del lectorado, especialmente durante la segunda y tercera etapa de la revista, bajo las respectivas direcciones de Márbiz y Simón.

Por ejemplo, fueron frecuentes las crónicas y entrevistas tras las separaciones y rupturas de los conjuntos, y todos aquellos conflictos derivados de las discusiones por motivos de propiedad intelectual de la obra o nombre de la agrupación. Esta cuestión resulta un índice importante del proceso de modernización asociado a la profesionalización de los artistas en el campo, es decir a las nuevas condiciones de producción existentes. La aparente contradicción entre la idea de la obra folclórica como un producto anónimo y tradicional que respondía al ideal de la comunidad *folk*, y los reclamos por derechos de autor sobre obra que debía ser inscripta y registrada quedaba diluida en los contenidos de *Folklore*, nuevamente por su condición dual como revista cultural, especializada en folclore, y revista de espectáculo.

---

<sup>89</sup> Maingueneau (2016, p. 55) toma el término de Cossutta, quien distingue el *polemismo* (nivel constitutivo de una adversidad estructural entre dos posicionamientos), la *polemicidad* (las múltiples manifestaciones textuales de esa adversidad) y la *polémica* (el despliegue del conflicto en un determinado tiempo y género discursivo).

Fue noticia y desde *Folklore* se señaló la novedad como un “momento importante de su trayectoria” cuando algunas agrupaciones tomaron medidas para proteger las relaciones laborales, como la figura de Sociedad de Responsabilidad Limitada con la que Los de Córdoba [N° 130, 1966, pp. 26-27] aseguraron el aspecto comercial en un momento en el que habían pasado a depender exclusivamente de su trabajo artístico. Años más tarde, obre la agrupación “Los 4 de Córdoba”, la revista reconoce el mérito de haber mantenido su formación afirmando que no es “común que un conjunto se mantenga inalterable a lo largo de tantos años”, debido a los “intereses particulares” que “suelen alterar las formaciones” [N° 280, 1978, pp. 4-6].

Pero muchas veces los desacuerdos eran más que los acuerdos y este tipo de conflictos se manifestó en las entrevistas de *Folklore* cuando el auge del *boom* comenzó a debilitarse. Frente a estas situaciones, la crónica podía tomar un tinte sentimental, como en la reseña del alejamiento de Carlos Paliza del conjunto Los Tucu-Tucu [N° 270, 1977, pp. 4-6]: “¿Por qué? Sus ex compañeros lo explican para Folklore rememorando emotivamente los diecisiete años de convivencia”. En otras ocasiones el periodista solicitaba a los entrevistados una actualización sobre los conflictos, en nombre del interés del movimiento:

Conversamos de muchas cosas con Los Trovadores: lo que han hecho, lo que esperan hacer... pero hay un tema que está flotando en el aire. El lector ya lo adivina ¿Qué ocurre con el problema judicial existente entre este conjunto y el que lleva el nombre de "Los Trovadores del Norte" y que dirige Bernardo Rubín? (...) Ustedes saben que este pleito fue muy lamentado -y también muy comentado- en el ambiente folklórico ¿no hay posibilidades de avenimiento? [N° 110, 1965, pp. 9-10]

Otras veces, se aprovechaba la discordia para atrapar a la audiencia, como en la nota sobre la separación de Las Voces Blancas y los conflictos por cláusulas en el contrato [N° 180, 1969, p. 33]: “¿Qué les hace pensar que no volverá a ocurrirles?” o a Los de Salta por el recambio de uno de sus integrantes [N° 190, 1970, pp. 56-57]: “Entonces ¿lo que ustedes querían era que Menu se fuera?”. Más allá de las variaciones en el enfoque de cada momento, percibimos

un hilo conductor en la construcción del lugar de la revista como aglutinador y custodio de la estabilidad del campo, en el que las rupturas y los conflictos expresados por los entrevistadores eran percibidos como signo de una crisis más amplia que involucraba a todo el movimiento.

Entre las entrevistas de esta temática, los conflictos más mencionados fueron aquellos entredichos que afectaron a los integrantes —o ex integrantes— de la agrupación Los Fronterizos, abordados a lo largo de la publicación en diferentes notas que ilustran el tipo de cobertura que se les dio. Fue precisamente mediante una entrevista exclusiva para *Folklore* que se confirmaron los rumores de alejamiento de Cesar Isella, que el mismo grupo había intentado desmentir algunos meses antes en una carta manuscrita. Por eso el periodista resalta el hecho de que hubiera sido una primicia del medio, reafirmando con esta competencia periodística su posicionamiento destacado entre el resto de los medios: “FOLKLORE, fiel a sus normas de veracidad periodística, no pudo confirmar antes la versión por lo que la difundió en carácter de rumor (...) Isella vino a FOLKLORE para anunciar su desvinculación” [N° 110, 1965, pp. 3-4]. En aquella oportunidad, fue notable el esfuerzo de la publicación por tener la última palabra en relación a estos rumores para construir su lugar de enunciación como intermediario legítimo entre los artistas y el público, por lo que aclaraba: “no es FOLKLORE quien lo pregunta, esa pregunta la harán miles y miles de admiradores de los Fronterizos”.

Años más tarde, en 1977 otro periodista se dirigía a Eduardo Madeo, con el cuestionamiento: “¿Qué les digo a los lectores de Folklore?” [N° 270, 1977, pp. 72-77]. Por entonces, nuevamente los rumores de separación y disolución definitiva del grupo quedaron registrados en la conversación publicada en *Folklore*, en el marco de una nota más amplia y de carácter efectista, a la que el autor firmó bajo las iniciales H.A. En ella, se explicitaba la cocina de la “investigación” llevada adelante para dar con la palabra de los protagonistas legítimos hasta

finalmente obtener la palabra del personaje principal: “Larga fue la charla. Poblada de silencios. Habló despacio, midiendo las palabras. Yo me tomé diez cafés. Él bebió despaciosamente [*sic*] tres jugos de pomelo con bastante limón”. Ciertas huellas textuales en las preguntas del entrevistador dan cuenta de la espectacularización que se hizo del conflicto y el aprovechamiento de los trascendidos por parte de *Folklore*: “En Córdoba dicen que”, “Tus compañeros dijeron...”, “Se dice que...”, “Se sabe que...”, “Sabemos que...”, “Se comenta que...”, entre otras expresiones similares [N° 270, 1977, pp. 72-77].

Como corolario, en uno de los últimos números, la portada anticipa un nuevo capítulo de la historia: “*Siguen los problemas ¿Qué pasa ahora con los Fronterizos?*” [N°310, 1980]. Dentro de la revista encontramos la transcripción del testimonio de un integrante, Germán Sánchez, quien narra en primera persona la mala relación con sus ex compañeros y los conflictos laborales sufridos durante su permanencia en el conjunto. La voz del periodista aparece en la introducción y en el final de la nota, construyendo su propio lugar de enunciador como alguien que, antes de formar parte del campo, fue parte del público de Los Fronterizos. Bajo la imagen de seguidor del conjunto durante su infancia, a quien la madurez había llevado su interés musical hacia otros rumbos, manifestaba haber sentido siempre una especie de “lealtad” por los artistas a quienes consideró durante mucho tiempo como “un ejemplo a seguir”. En el cierre de la nota, afirmaba que las palabras de Sánchez lo dejaron “pensando”, en un contexto indisimulable de crisis en el campo [N°310, 1980, pp. 24-25].

Si ante las polémicas internas la revista intentaba, al menos desde el discurso, con ironía o con sentimentalismo, reparar las relaciones quebradas para evitar daños en el campo, frente a los conflictos originados por la llegada de nuevos actores pertenecientes a la industria del espectáculo y el resto de los medios masivos, *Folklore* asumió el rol de defensor del movimiento

como un bloque, haciendo parte de la pelea a los lectores. Nuevamente es una entrevista a Los Fronterizos donde encontramos las señales de esta estrategia al explicar las razones por las que rechazaron una propuesta comercial de un importante canal de TV. En la conversación, datada en la primera etapa de *Folklore*, periodista y entrevistados coincidían en analizar el tiempo actual como “un año de lucha” para el folclore, en el que “es necesario estrechar filas” por el avance de manifestaciones musicales exitistas que ganaban la competencia por el público joven. Se hablaba de la “maquinaria nuevaolista internacional” y sus ritmos “distorsionados y epilépticos” por un lado, y la propagación de nuevos conjuntos folclóricos por el otro, que, “sin esperar la maduración necesaria (...) quieren vivir de inmediato del folclore” [N° 70, 1964, pp. 6-9].

Durante la conversación, los artistas denunciaban las condiciones en las que hubiera tenido lugar su presentación en caso de presentarse en aquel estudio de televisión; las cuales, según el representante del conjunto, no alcanzaban “la dignidad y decoro en el plano que ellos merecen”. En este sentido, la entrevista giraba en torno a las acusaciones del maltrato recibido: el periodista criticaba que se los hubiera “relegado a segundones” y “número de relleno”, y hasta de haberse descuidado “la escenografía con que deben aparecer, considerándose que les basta por fondo de decoración un trapo cualquiera”. Desde el epígrafe que acompañaba una gran fotografía del conjunto, *Folklore* pregunta sarcásticamente: “¿Tendrán que recurrir al flequillo para que los productores de televisión reconozcan la importancia que para el público de todo el país tienen?” [N° 70, 1964, pp. 6-9].

La desigual competencia frente a los productos “*enlatados*” en el ámbito de la televisión, la supremacía de la moda “*nuevaolera*” y la consecuente baja en el interés de anunciantes por lo nativo fueron impulsores de la afrenta encabezada por *Folklore* en la defensa de las *cosas nuestras* en el contexto de la modernización del campo. Desde este relato de defensa del

movimiento, se comunicaban novedades como el referido éxito de Guarany en Uruguay, mientras se reclamaba por la poca difusión de su desempeño, “solo y en competencia con toda la ‘nueva ola’”, en el resto de la prensa [N° 90, 1965, pp. 3-5].

Los productores de televisión, los ejecutivos radiales y los empresarios detrás de las discográficas eran actores que comenzaban a tener cada vez mayor incidencia en el rumbo que estaba tomando el campo. Incluso pueden relacionarse ciertas expresiones de los artistas en las entrevistas con los contratos que los vinculaban a las empresas discográficas, como en la nota sobre el reconocimiento del disco de oro otorgado a Los Cantores de Quilla Huasi: “*Philips*, la firma para la que graban, no hace otra cosa que recoger y reconocer la entusiasta adhesión de miles de admiradores” [N° 80, 1964, pp. 3-5]; o cuando Los Carabajal aclaran que no se quejan de Phonogram “puesto que nos alienta a buscar temas viejos y desconocidos” luego de sostener que “cada vez más parece que las grabadoras tienen folklore como para justificarse” [N° 310, 1980, pp. 10-14]<sup>90</sup>.

En estas entrevistas, Folklore articulaba mediante la adopción de la denuncia, la búsqueda de cierto efectismo periodístico orientado a aumentar las ventas con el mandato programático de defensa de la cultura nacional frente a todas las adversidades a las que se enfrentaba en aquel contexto. Los protagonistas brindaban las exclusivas, y el periodista asumía el rol de defensor, demostrando su solidaridad y empatía a los perjudicados en nombre suyo y del movimiento al que representaba, y del que formaba parte la publicación junto a sus lectores.

Pero como vimos en el apartado anterior, hacia fines de los años sesenta la polarización política de la sociedad argentina había trasladado algunas de las discusiones al campo replicando

---

<sup>90</sup> A pesar de estas aclaraciones, la disputa se hace evidente frecuentemente a lo largo de pasajes en los que se criticaba la falta de confianza, por parte de los empresarios argentinos, en el valor comercial de artistas cuyo valor artístico era innegable. Bajo este punto de vista se buscaba explicar el exilio de artistas con grandes periodos de su carrera lejos del país como el caso de Atahualpa Yupanqui, Waldo de Los Ríos y Piazzolla [N° 200, 1971, pp. 4-8].

la necesidad de sentar posiciones; y las polémicas comenzaban a evidenciar resquebrajamiento más profundos. En coincidencia con esta exacerbación de los ánimos en medio de los cambios en la coyuntura política nacional, y por la necesidad de realizar algunos ajustes editoriales que repuntaran la baja de ventas en la que se encontraba la publicación, las entrevistas comenzaron a adoptar un estilo más sensacionalista. Este proceso coincidió con la participación más activa de Marcelo Simón, quien comenzó siendo jefe de redacción durante la segunda dirección de Julio Márbiz (a partir de 1969), y posteriormente lo sucedió en el cargo a partir de 1974.

En el balance de su gestión frente a la revista, el propio Simón quien admitiría haber tenido la intención de darle “un tono periodístico más agudo que el que tienen normalmente las revistas especializadas”, involucrando una observación de la realidad que por entonces “estaba impregnada de un fuerte color político”:

Puesto que nadie, ni aún una revista dedicada al más lejano de los temas, puede desprenderse de su entorno cotidiano. Y mucho más, pensaba yo, debía serlo una revista que manejara un tema tan romántico, en el más absoluto sentido de la expresión, como es el de la cultura popular. [Nº 316, 1981, pp. 10-11]

Esta impronta puede observarse en entrevistas que sembraban intrigas e indagaban sobre cuestiones incómodas: “¿Aceptan las críticas? ¿Los han criticado mucho?” [Nº 270, 1977, pp. 4-6]. La cobertura de la boda de Rimoldi Fraga con la hija del presidente Agustín Lanusse representó un hito en este estilo periodístico de farándula desde su anuncio: “Estela es apolítica, totalmente. Yo he tratado de interesarla en la historia, esa historia argentina que me apasiona”. Como vimos anteriormente<sup>91</sup>, en la nota se evade casi toda referencia a los conflictos políticos, priorizando una semblanza casi edulcorada de los jóvenes enamorados:

Perseguida por cronistas de todos los medios con sus preguntas clásicas, cursis, audaces. (...) Folklore también estuvo con los protagonistas para ofrecer su propio enfoque, su propio estilo de la información que es definitiva: se casan este año (...)

---

<sup>91</sup> Ver mención al tema en el capítulo 2.



Ella es Estela María, tiene 22 años. Él se llama Roberto, ha cumplido 26. Se aman, van a casarse. Él es un cantante, un guitarrero. Ella, una azafata de aviación. Piensan, vibran, actúan como una pareja de esta época. Son argentinos siglo XX que sólo ostentan pequeñas diferencias con el resto: él se apellida Rimoldi Fraga. Ella, Lanusse. Todo comenzó... (...)

¿Habrá luna de miel?... [Nº 200, 1971, pp. 20-23]

Bajo la dirección de Marcelo Simón, el tono que había sido de defensa del movimiento mutó hacia la voz de una especie de juez con la habilitación para admitir o clausurar prácticas y posturas en el campo, sobre la base del lugar alcanzado tras años de ocupar ese espacio de consagración por ser la única publicación especializada. La referencia a *impostores* entre los artistas se utilizó entonces para referirse no ya a la tensión entre imitadores y consagrados, sino como acusación ante aquellos que, de acuerdo a la mirada de los editores, se valían del canal habilitado por la consolidación del campo para transmitir mensajes que “[solo buscaban] arrimar agua a sus propios molinos” [Nº 210, 1972, p. 9]<sup>92</sup>.

Como vimos anteriormente, el tema de la canción de protesta comenzó a ser un eje que dividía las aguas entre quienes asumían que ese era el destino auténtico de la canción popular y quienes encontraban en ella una forma de corrupción de los valores tradicionales que habían regido el campo hasta aquel momento; y en esta polémica Marcelo Simón adoptó un fuerte posicionamiento. Con el recurso de la ironía y modos inquisidores a la hora de preguntar, por momentos llevó al límite de la ruptura del *pacto de cooperación* (Maingueneau, 2008, p. 34) establecido entre los participantes de la charla, desnudando algunas de las tensiones que inquietaban la pacífica convivencia de los diversos agentes en el campo del folclore como reflejo de lo que sucedía en el plano de la política nacional.

---

<sup>92</sup> Ver referencia a la editorial de Marcelo Simón en el capítulo 2.

Existen antecedentes en entrevistas de etapas anteriores donde figuran ciertas disputas en la interpretación de la historia nacional, especialmente los debates suscitados por la exaltación de la figura de los distintos héroes nacionales, y su repercusión en la interpretación de la realidad política nacional. Félix Luna plasmó en las páginas de *Folklore* su visión romántica del caudillismo nacional del siglo XIX (Mamani, 2019), que quedó inmortalizada en la versión discográfica de su libro “Los Caudillos” (1966) con música de Ariel Ramírez. Justamente durante este período abundan en la publicación las crónicas sobre espectáculos folclóricos de teatro o televisión guionados en base a la historia de algunas de sus principales figuras. Una entrevista a Carlos di Fulvio registró la discusión generada en torno a la elección del personaje, José C. Paz, elegido para el homenaje:

En esta época del folklore en que los caudillos aparecen como temas suscitantes de tantas canciones y obras, ¿no le parece que cantarle a un jefe unitario puede ser 'ir contra la corriente'? (...) ¿Usted cree que Paz merece un 'monumento' como el que Ud. le ha levantado? No olvide que muchos historiadores le han objetado a Paz una serie de actitudes (...).

Asimismo, sus Memorias, tan leídas y admiradas, adolecen de una cantidad de inexactitudes que los historiadores le han reprochado y que aquí no podemos detallar. [Nº 160, 1968, s/p]

Pero fue después del hito político conocido como *Cordobazo*, en mayo de 1969, que la revista comenzó a reflejar nítidamente en sus páginas la tensión existente respecto a los diferentes posicionamientos sobre el rol social del artista y la relación entre arte y política, reavivando debates a los que hicimos referencia antes, como la irrupción en el campo del Manifiesto del Nuevo Cancionero. Las entrevistas de esta época tuvieron participación en los debates de actualidad nacional tales como el lugar de la mujer, el conflicto con las islas Malvinas, las elecciones, entre otras [Nº 220, 1973]<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup> En dicho ejemplar, figuraba una entrevista a Carlos di Fulvio en las Islas “Para conocerla mejor” que anunciaba “una serie de precisiones, datos e interrogantes abiertos alrededor del mismo tema, las Islas Malvinas donde se rodó

En abril de 1972 una carta enviada por el compositor uruguayo Aníbal Sampayo a su amigo Albérico Mansilla, poeta y colaborador de *Folklore*, fue publicada en las páginas de la publicación:

Como se recordará, Aníbal Sampayo, un pájaro, ha sido encarcelado bajo la acusación de integrar el Movimiento Tupamaro en Uruguay (...) Eligió su rumbo, de todas formas. Le puso al corazón de su canto manso, rugido. Y no hacía ostentación del asunto. Sólo si le preguntaban (...) Y él no estaba, no podía estarlo, alejado del 'pueblo verdadero': vivía con sobria humildad, andaba, trabajaba, cantaba, buscaba. [N° 220, 1973, pp. 18-19]

Esta carta escrita desde la cárcel es una suerte de entrevista epistolar que reviste un especial interés, no solo porque su remitente es un artista preso por motivos políticos en su país, sino por la remisión a la entrevista cargada de tensión política realizada al mismo Sampayo y publicada algunos números antes<sup>94</sup>. Como vimos, las entrevistas también expresaron la violencia imperante y la actitud del entrevistador se volvió por momentos inquisidora, en sus intentos por extraer del intercambio aquello que el entrevistado no deseaba explicitar.

En la definición de Amossy (2016), el dispositivo de la polémica se compone de discursos y contradiscursos, pero más que un diálogo limitado a dos interlocutores puede considerarse un *polilogo*: “un espacio abierto y efervescente” que da lugar a los *argumentarios*, es decir, “agrupamientos de argumentos más o menos similares entre sí que sirven para justificar una u otra posición” (p. 30). La tesis de Amossy es justamente que el disenso es un aspecto

---

una emocionante secuencia de la película *Argentinísima con Carlos di Fulvio* (Pg. 5-8). También figura la entrevista a la joven intérprete salteña Adelina Villanueva sobre la que se reconoce “una apertura que, paradójicamente choca con cierto tipo de tradición: no más folklorismo de la mujer siguiendo dócilmente al hombre. En una larga charla que ofrecemos sintetizada, y que finalmente devino en una proclama política, nos señaló su participación desde el canto en el Movimiento de Liberación Femenina” (Pg. 50-51). En el cierre de la entrevista al locutor radial Horacio Alberto Agnesse, le preguntan por las elecciones de 1973: “¿Qué pasaba hasta el 11 de marzo y cuáles son las opciones después de esa fecha?” y luego “defínase políticamente”; obteniendo como respuesta: “Soy definitivamente pueblo”.

<sup>94</sup> Esta entrevista fue mencionada anteriormente (ver el capítulo 2).

central en toda comunicación y entiende que las polémicas públicas cumplen una función de gestión de los conflictos permitiendo la coexistencia en ese disenso:

Sin duda, la polémica pública, que perpetúa el disenso y la lucha, una forma de seguir compartiendo un mismo espacio, aunque el acuerdo parezca imposible. Si es aceptada e incluso ritualizada, y de esa forma contenida hasta en la violencia verbal, es porque impide que los adversarios que respetan los límites asignados por la democracia (...) se conviertan en enemigos a destruir. (Amossy, 2016, pp. 33-35)

En una sociedad como la Argentina de aquellos años, en la cual la democracia sufrió serios embates, y el desmanejo de las diferencias a través de la palabra llevó a la radicalización de las acciones en el escenario político, la confrontación y polarización sociales incrementaban la necesidad de una gestión del disenso. No es menor que, en ese contexto, *Folklore* habilitara un espacio para las polémicas del campo, donde hallaron lugar todas las manifestaciones; hasta las más divergentes y antagónicas que convivían en el movimiento, como en una gran familia.

### ***La simetría como estrategia para afrontar la crisis.***

Durante el último período de la revista, pasados los años más cruentos de la dictadura el *staff* había cambiado nuevamente. Blanca Rébori figuraba como la nueva directora y junto a ella se incorporaron algunos nombres asociados a un sector particular del campo representado por nombres como los de Juan Carlos Bianco, Pedernera, Alberto O Paganini, Patricia Mesiano, Ariel Gravano, Ciro René Lafón, Toro Stafforini, José Curbelo, Carlos Groisman<sup>95</sup>.

Se trataba de un conjunto de gente joven con un acercamiento al folclore desde una aproximación académica, tanto en lo artístico como en la forma de comprender al fenómeno social. La orientación de sus artículos, así como la música que muchos de ellos creaban con sus respectivos conjuntos, estaba destinada a un público reducido, propio del ámbito universitario al

---

<sup>95</sup> Sus nombres figuran en el *staff* de redactores a partir del ejemplar N° 291, 1979.

que ellos mismos pertenecían, y entre quienes compartían ciertas habilidades y competencias; especialmente aquellas vinculadas a la pretensión de erudición y purismo estético, que habían sido esenciales para permanecer en escena sorteando la censura de la época.

Cuando el contexto de crisis hizo evidente las dificultades comerciales en el campo del folclore en general, y en el proyecto editorial de *Folklore* en particular, la adopción de una nueva estrategia discursiva se basó en establecer lazos de comunicación con aquellas manifestaciones culturales, en especial musicales, que se presentaran como una resistencia a la dictadura. Sin embargo, este proceso se daba de manera sutil; sin explicitaciones partidarias ni orientación ideológica, y en todo caso desde una búsqueda estética.

Como se desarrolló anteriormente, las políticas represivas de la dictadura habían arrasado con los exponentes más revolucionarios del folclore, tanto mediante la prohibición de repertorio asociado a ciertos artistas como a través de una brutal persecución por cuestiones ideológicas. que en muchos casos llevó a los artistas a exiliarse. Por el otro, la identificación del gobierno de facto con los valores de tradición y nacionalismo había fortalecido las tendencias más conservadoras dentro del campo, y esto había provocado el alejamiento de aquel público joven e inclinado a las alternativas innovadoras. Esto fue motivo de una constante preocupación en esta etapa, la cual fue abordada ineludiblemente en las entrevistas realizadas a los referentes más jóvenes de la época, tales como Los Carabajal:

Con la juventud, sobre todo en Santiago, se vuelcan mucho a nuestro lado. Aquí en Bs. As. también (...) Porque me parece que ven que les estamos dando algo distinto. Aparte de que nos ven jóvenes y se sienten identificados (...) hay que cuidar el estar bien presentado en el escenario, bien vestido, siempre tratar de dar una buena imagen. Porque la juventud se fija en eso. Uno por ahí le entra por ese lado, y por el otro le larga vidala y chacarera (...)

Los folkloristas somos más amplios que los músicos modernos. Vos les hablás de folclore y no entienden nada. En cambio, nosotros estamos escuchando, y nos gusta.

Conocemos lo que está de moda y los nombres. No nos dejamos llevar por los modismos, nos gustan los temas y punto. [N° 310, 1980, pp. 10-14]

Fue así que la revista se planteó visibilizar el punto de vista de artistas y conjuntos folclóricos que compartían posiciones afines a la de los propios entrevistadores, ya que, justamente por lo general, estaban vinculados por una relación de amistad y compañerismo. Por entonces también aparecieron entrevistas que evidenciaron el vínculo de *Folklore* con otro sector dentro de la música popular orientada a la juventud que se encontraba en una búsqueda artística por el sentido de lo nacional. El Rock Nacional era el género que durante la última década había sabido cautivar a este segmento del público que no llegaba a identificarse con la imagen de joven que proponían los *nuevaoleros*, aunque tampoco hallaban en el folclore de esa época una propuesta que los contuviera. En este escenario de conflictividad comenzó a germinar un nexo entre campos que se fortalecería con el tiempo. Cada vez fueron más frecuentes los diálogos entre el *staff* de *Folklore* y los jóvenes *rockeros* argentinos.

¿Los adolescentes gustan de la música folklórica? Que lo digan los muchachos y León Gieco (...) Como aquella vez que se vieron anunciados compartiendo cartel con León Gieco y Caballo Vapor, pero luego se enteraron que había dos salones distintos para ambos géneros. La cosa fue que los adolescentes, después de ver el espectáculo de los otros artistas, iban a ver a Los 4 de Córdoba. ("Decididamente somos serios... ¡no se olviden del humor, muchachos!", entrevista a Los 4 de Córdoba [N° 280, 1978, pp. 4-6]

Un puntapié inicial a este diálogo en *Folklore* lo constituyó la entrevista colectiva realizada a Luis Alberto Spinetta (Invisible), Willy Quiroga (Vox Dei) y Héctor Ayala (Vivencia) [N° 269, 1977]. Luego aparecieron las notas realizadas al grupo Aucan [N° 278, 1978]; a Nito Mestre junto a Ariel Ramírez y Astor Piazzolla en un diálogo entre lo que se consideraba las distintas vertientes del momento de la "música popular argentina" [N° 282, 1978], y a Gustavo Santaolalla [N° 283, 1978], entre otras. Dos años más tarde, se publicó una entrevista conjunta a León Gieco y Antonio Tarragó Ros [N° 310, 1980, pp. 58-60]. El vínculo

propició encuentros musicales entre los rockeros y este sector de la juventud folclórica, como da cuenta la referencia a un recital conjunto entre Vox Dei y el Cuarteto Zupay mencionado por Leo Rivas [N° 269, 1977]; o el proyecto de Tarragó Ros y León Gieco [N° 310, 1980, pp. 58-60]<sup>96</sup>.

Muchas de las notas y entrevistas de esta época figuran sin firma, aunque podemos identificar algunas marcas textuales que nos llevan a asociarlas con aquellas donde el firmante es “Toro” Stafforini, por ejemplo, en la coincidencia del uso de contrastes de color entre fondo negro y texto blanco; o la elección de columnas empleada en su diagramación. También se percibe su impronta en ciertos giros estilísticos de la escritura, como el uso excesivo de las preguntas retóricas, cierta vehemencia a la hora de manifestar su punto de vista o una autorreferencia repetida. Además, el tema del cruce entre ambos géneros fue una constante en sus columnas desde las cuales aportó su arriesgado punto de vista:

Lo que ocurre con la promoción de la música 'internacional', es que nos traslada a un mundo descomprometido, a una fantasía donde cada uno es quien elige ser y se fabrica un mundo imaginario, mejor difantasio, fuera de la realidad de puertas afuera. Entonces, este mensaje vale para quien no teme comprometerse con la realidad de su país, mejor dicho, DE SU PATRIA (...)

Todo esto dicho sin animosidad, con buena disposición. Y si no, que los rockeros y Pipo Lernoud me lo demanden. (...)

Sres. Rockeros: si alguna vez se han acercado a la música folclórica de algún país, ¿cómo y por qué se dan el insólito y peligroso lujo de ignorar la de SU país? (...) Sres. Tradicionalistas: ¿por qué no se acercan a quien no conoce la música argentina con la intención de hacerlo participar de algo que consideran bueno y valioso, y no obligatorio? [N° 313, 1981, s/p]

---

<sup>96</sup> “El acercamiento al Rock fue una idea mía también, León Gieco vivía cerca y tomábamos café seguido en un bolichón que había en una esquina de la revista. León también se había tenido que ir. Así como gran parte de los folcloristas se tuvieron que ir al exilio o tuvieron que resignarse a no trabajar, que también pasó con mi gremio, el periodismo, ocurrió que esta gente que estaba prohibida se acercaba. A mí se me ocurrió convocar a Spinetta, que fue a la redacción a darnos una nota. Al rock en ese sentido, le había pasado como a una parte del folclore, había sufrido el exilio y las persecuciones; también el rock estaba marginado en muchos aspectos” (Entrevista a Blanca Rébora, realizada el 29 de julio de 2022).

Del conjunto de estas entrevistas, las más tempranas están cargadas de tensión y reflejan sutilmente las rispideces entre el mundo del rock y el del folclore. Por ejemplo, en la entrevista colectiva a representantes de “los rockeros argentinos” el periodista cuestionaba el desconocimiento manifestado por estos últimos respecto del folclore, su frecuente reducción a conjuntos como Los Fronterizos o Los Chalchaleros, y la omisión a lo que consideraba como etapas posteriores dentro del movimiento. Uno de ellos, Luis Alberto Spinetta, asumió entonces una actitud defensiva, arguyendo y a la vez reconociendo que el folclore no era su *metier*. Aun así, agregaba que parte de su propia obra tomó como inspiración elementos de la música nativa. Esta reacción del entrevistado produce una interrupción necesaria en la conversación que lleva al periodista a dar cuenta de la tensión existente y de la intención de superarla, no solo en la conversación en sí sino en los agregados post edición para los lectores: “Estoy preguntando, no te estoy agrediendo... (La acotación generó sonrisas y éstas distendieron cierta rigidez de la charla, producto, por supuesto, de este primer encuentro inusual de rockeros y gente del ambiente folklórico)”. Tal como se anticipaba desde la volanta, no quedaban dudas de que reunir a estas figuras en la redacción de *Folklore* configuraba un “encuentro inusual”. Por su parte, en el cuerpo de la entrevista se exponía la postura que comenzaba a asumir la revista: “¿por qué separar la música de estos muchachos de toda la otra música que nace en nuestro país?” [Nº 269, 1977].

La decisión discursiva de hacer explícito este acercamiento entre campos desde las páginas de *Folklore* afectó, en primer lugar, la relación entre los redactores y su interacción directa con los entrevistados; y en segundo lugar tuvo implicaciones sobre el contrato de lectura con sus lectores. Respecto de la primera cuestión, durante esta etapa se replanteó la asimetría entre los participantes de la conversación. Si la asignación de roles para las entrevistas de etapas



anteriores estaba caracterizada por la diferencia del peso específico entre las figuras de entrevistador/entrevistado, las de este período adoptaron una dinámica más igualitaria. Las notas a Los Andariegos [N° 290, 1979, pp. 14-15], a Los Carabajal [N° 310, 1980, pp. 10-14] o al Cuarteto Zupay [N° 300, 1980, pp. 20-24] por caso; o también la entrevista mencionada a León Gieco y Antonio Tarragó Ros [N° 310, 1980, pp. 58-60], adoptaban la forma de una charla informal entre amigos.

En este ejemplo, Carlos Groisman, quien firma la nota como "primer diente argentino", acerca a sus lectores los detalles de entretelón de una entrevista que le fuera encargada:

Me resisto firmemente a hacer este reportaje, no me gusta hacer NINGÚN reportaje. Son aburridísimos. ¿Qué se le puede preguntar a un conjunto folklórico? siempre es lo mismo, la eterna milonga, que cuándo se formó, qué planes tienen, todo muy insulso (...) Entiéndame bien, patrona: un artista, un músico folklórico, se expresa en su obra, lo que vale es su canto. Si lo ponemos sentado con un micrófono enfrente y una máquina de escribir al costado, adquiere una expresión adusta, busca construir frases perfectas: se siente incómodo. (...)

Vio señora Directora, que no sirve hacer un reportaje, ES MEJOR HACER UN ASADO. [N° 310, 1980, pp. 10-14]

De este modo, la nota de Groisman consiste en el registro de la charla mantenida por los comensales del asado, *staff* de *Folklore* e integrantes del conjunto folklórico, que finalmente tuvo lugar en la casa de la directora. Al detenerse en los comentarios en torno a la experticia del cocinero, las humoradas sobre los silencios para “masticar y tragar” o ciertas referencias a los vasos "vacíos", entre otras alusiones al contexto de la entrevista, queda claro el ambiente amistoso en que se desarrolló la nota [N° 310, 1980, pp. 10-14].

Este trato entre periodistas y entrevistados se manifestó también en los temas desarrollados en la charla, que reflejaban una demostración mutua de idoneidad mediante el despliegue de competencias y habilidades referidas a sus conocimientos musicales. Tal es el caso de las disquisiciones sobre las similitudes de la escala pentatónica en el blues y en las coplas

norteñas en la entrevista a Los Carabajal [N° 310, 1980: 10-14] o el léxico sumamente técnico empleado por Los Andariegos para definir su música, a la que autodefinen como “popular argentina de proyección folklórica”: “El cambio de fraseo al repetir la línea melódica es indispensable, la guitarra posee distintos 'temples' adecuados a cada composición, se imponen escalas particulares que hacen los subdominantes mayores en modo menor” [N° 290, 1979, pp. 14-15].

En esta época, entrevistados y entrevistadores compartían una mirada intelectual sobre el fenómeno de lo nativo. La postura del entrevistador se fundía con la de sus entrevistados en intervenciones que consisten más en acotaciones que en interrogantes: “Quiere decir que la mentalidad de los productores no ha evolucionado para nada ... no así los que damos el producto. (...) Por eso es que seguimos escuchando siempre las mismas canciones. Por miedo a la innovación...” [N° 300, 1980, pp. 20-24]. De hecho, la postura de erudición a la hora de observar los fenómenos de la cultura era un espacio discursivo en el que confluían los rockeros y los *colegas* de la música de proyección folklórica en el diálogo con los redactores de *Folklore*, habilitando, por ejemplo, el debate sobre la conceptualización del término *folclore* que proponía Luis Alberto Spinetta [N° 269, 1977].

La relación de simetría entre los *coenunciadores* contribuyó a la convivencia entre géneros que al comienzo se manifestaba como problemática. La ironía como recurso sirvió para abordar la supuesta dicotomía de manera jocosa:

¿Se puede saber qué hacen juntos? ¿Qué corchos están haciendo? añadimos por si acaso se hacían los zorros. Risas a granel... (...) Antonio permanece callado. ¿Por qué demonios anduviste buscando un rockero? Le decimos casi a los gritos. [N° 310, 1980, pp. 58-60].

Este fue el espíritu que inundó el clima de las entrevistas protagonizadas por los jóvenes de los años setenta. La complicidad generacional permitía una relación de confianza de pares

entre entrevistado y entrevistador más allá de quiénes estuvieran del otro lado como consumidores de la revista. Frente a estos, *Folklore* acentuó su función didáctica:

Muchos se preguntarán qué tiene que ver un músico de rock (por bueno que sea) en las páginas de esta revista. Ocurre que no muchos de nuestros lectores están enterados del aporte que hace el folklore argentino al rock argentino y viceversa. [N° 283, 1978, pp. 48-49]

Esto nos lleva a la segunda de las cuestiones: la reestructuración del contrato de lectura con el destinatario final de las notas. Por lo general todas las aclaraciones, acotaciones, explicaciones y justificaciones estaban dirigidas al sector que persistía como reducto del público más tradicional y de tendencia conservadora, para quienes el compromiso con el folclore se asentaba sobre un edificio de valores y preceptos más filosóficos que estéticos. Los signos de interrogación en el título: “¿De la música progresiva al *Folk-Rock*?”, y la referencia al tema del cruce entre estilos musicales como planteos de “algunos comentaristas de música preocupados por definir la cuestión” [N° 278, 1978, s/p] demuestran el esfuerzo por aminorar la contradicción.

Colocados una vez más en una posición arbitral, los redactores pugnaban por desarticular los condicionamientos tradicionalistas y enfatizaban afirmativamente, por si aún había incrédulos: “Sí. La revista FOLKLORE entrevistó a los rockeros nacionales”. Además, se agregaba que las explicaciones y las justificaciones no eran necesarias ya que las partes enfrentadas no eran “tan antagónicas”: “Probablemente ésta sea la primera oportunidad que se brinda a los 'rockeros' para hablar, también, de lo folklórico. Un mundo que -antojadizamente- se les mostraba como opuesto. (...) No es cuestión de oponer sino de distinguir” [N° 269, 1977, s/p]. En esa entrevista, el joven periodista Leo Rivas, entrevistado junto a los músicos, relativizaba el alejamiento de los jóvenes poniéndolo en términos de desconocimiento:

Pero no es culpa de los chicos, si a ellos les hubieran demostrado el valor del folklore y no les hubieran insistido tanto en el folklore autoral (...) Están buscando un

fenómeno cósmico, están buscando ese grito, ese lamento, ese sentimiento fundamental... y tal vez no sepan que lo están buscando. [Nº 269, 1977, s/p]

La preocupación por la relación entre la población joven y el folclore dio lugar a una demanda histórica de *Folklore*. La inclusión de su enseñanza en las escuelas había tenido históricamente, junto al tema de la reglamentación del porcentaje de música nativa en radio y TV, una presencia transversal en los contenidos de las tres etapas [Nº 316, 1981, pp. 4-5]. Durante esta etapa en particular, esta reivindicación fue aprovechada para denunciar lo que aparecía como una tensión latente entre las expresiones más *genuinas* de folclore, que se suponía debían ser anónimas, y aquellas a las que se atribuía un *autor* reconocido y reconocible: el folclore *autoral* tenía indefectiblemente más resonancia en el campo, y aunque se consideraba más alejado de la esencia identitaria del pueblo y el ser nacional, era el modo más plausible para llegar a los jóvenes.

La polémica por la autenticidad de las expresiones de la cultura por fuera de los condicionamientos del mercado fue justamente un punto de coincidencia entre folcloristas y rockeros del que la revista sacó provecho. Esto se puede observar en las expresiones brindadas en una entrevista que, en una suerte de experimento sociocultural, sometió al mismo interrogatorio a tres representantes de distintos géneros nacionales: Astor Piazzolla, Ariel Ramírez y Nito Mestre. Allí, mientras Ariel Ramírez manifestaba haber luchado “junto a todos aquellos cuyos nombres desfilaron por esta revista (...) para mantener aquellos ideales sin que corrientes extrañas desfiguren nuestra música”, Nito Mestre aseguraba que un sector de la juventud se identificaba con su música porque esta reflejaba sus propias vivencias: “se oyen algunos inventos que no son música popular porque la gente no se ve reflejada en ella. Es la que se escucha por un lapso determinado o por moda y se olvida rápidamente” [Nº 282, 1978, s/p].

Al abordar esta tensión entre lo *propio* y lo *foráneo* como una preocupación extensible a los tres géneros, se reeditaba la discusión en torno a las ideas de *lo culto* y *lo popular*. Desde el título de la nota: “El talento argentino se proyecta en el mundo. Tres géneros y una sola música verdadera” se establecía al tango, el folklore y el rock como los “tres géneros” representativos de la música popular argentina, es decir, de la música “verdadera” [Nº 282, 1978, s/p]. Respecto a la música popular, los entrevistados la describían como aquella capaz de reflejar al país y a su cultura; y de cuya “decadencia” o “robustecimiento” dependía el destino nacional. Pero ¿qué sería decadente en términos de calidad musical? Los indicadores de calidad que se desprendían de las respuestas eran: el tema de educación musical formal, la importancia del aspecto poético en las letras de la música popular, la banalización como efecto de la incidencia de la televisión y el ideal de éxito de la televisión. Asimismo, se cuestionaba la valoración de manifestaciones artísticas por el solo hecho de representar una tradición popular, pero sin innovación.

Las características de las portadas y el tono de las entrevistas a lo largo de las tres etapas de la revista *Folklore* no se mantuvieron estables. Muy por el contrario, las variaciones pueden leerse como adaptaciones a cada momento y a sus condiciones socio históricas. Esta investigación permite reconstruir esas variaciones y recuperar las estrategias de enunciación de cada director o entrevistador, pero por sobre todas las cosas, permite reconstruir un *superenunciador* (Maingueneau, 2008) que se construye por encima de ellos en el discurso de *Folklore* transversalmente. Esa figura fue la que garantizaría el dispositivo de enunciación propio de la revista, que se mantuvo a pesar de los cambios en el tiempo durante sus veinte años, y se construyó en base al contrato de la revista con sus lectores. Como vimos hasta aquí, una constante en ese contrato de lectura fue la pelea por un lugar para el folclore en la modernidad, algo que requería un lector cómplice de ese proyecto. El impulso de *inclusión* de las diversas

facetas del folclore surgidas en el marco del *boom* que observamos en estos segmentos de la revista fue parte de la estrategia de este *superenunciador*, mientras al mismo tiempo, en otros contenidos se daba la estrategia inversa y que veremos a continuación: un impulso de exclusión que reproducía el discurso académico para legitimarse en el campo.

## CAPÍTULO 5

### **Impulso de exclusión: las “notas serias” y el contrato de lectura**

Como venimos desarrollando en los capítulos anteriores, *Folklore* nació en plena época del *boom* folclórico y se trató mayoritariamente de una revista perteneciente a la industria cultural, regida por las leyes del mercado musical de la época. Convertida en una instancia de consagración, gran parte de sus contenidos apuntó a consolidar y difundir a los artistas del campo. Su vida editorial se extendió a lo largo de veinte años en los que la vigencia del folclore en la industria cultural sufrió fluctuaciones hasta quedar rezagado en las listas de lo más escuchado y vendido. Como vimos, el discurso de *Folklore* refleja las huellas de una multiplicidad de estrategias implementadas en su esfuerzo por adaptarse al mercado en el marco de una competencia que finalmente perdió frente a los nuevos estilos de la llamada *música joven*.

Dentro de las constantes de sus contenidos, el capítulo anterior nos permitió indagar en torno de la estrategia que junto con Claudio Díaz (2009, p. 36) llamamos *impulso de inclusión*. Desde la constitución de cancioneros con los temas más escuchados, más vendidos o más interpretados en festivales; la difusión de entrevistas con los artistas consagrados o en ascenso, y las portadas que reflejaron la heterogeneidad del campo, la revista revelaba una búsqueda por incorporar a un abanico de lo más variado al sistema de estrellas -una suerte de *starsystem*-

donde las nociones de éxito, fama y reconocimiento daban forma a un mercado de artistas cuya oferta en expansión necesitaba alimentar una demanda equivalente.

Sin embargo, la revista no se limitó a ese aspecto del campo; sino que sobre la base de su posición legitimada en él —e incluso para sostenerla—, también reservó lugar en sus páginas para colaboraciones especiales más reflexivas: un conjunto de artículos firmados por expertos que aportó una pausa al ritmo vertiginoso del resto de los contenidos. Estos colaboradores especiales expresaron desde *Folklore* su punto de vista en torno del fenómeno folclórico como autoridades en la materia, desde una imagen construida en base a su trayectoria. Se trataba de personalidades reconocidas en el ambiente por una comprobable labor reflexiva en torno de estos temas —unos, por su pertenencia al grupo de iniciadores del campo; otros, por desarrollar investigaciones enmarcadas en la Ciencia del Folclore como disciplina de estudio—. Es decir, incluía las contribuciones de folcloristas ilustrados o folclorólogos según su legitimidad viniera dada por su intelecto como parte de la identidad “ilustrada” dentro del campo, siguiendo a Ricardo Kaliman (2017, pp. 48-55)<sup>97</sup> o como representantes de la perspectiva científico-antropológica en los términos de García Canclini (1987).

Desde estos espacios fue una constante la discusión sobre los alcances del término de “folclore”. Bajo un criterio positivista en la forma de concebir el acceso al conocimiento, se buscaba definir los límites de lo que podía considerarse como expresión folclórica auténtica; con una especial preocupación por presentar conclusiones objetivas y rigurosas. Félix Coluccio,

---

<sup>97</sup> Con este concepto, ligado a la categoría de *distinción* de Bourdieu (1988), Kaliman nos aporta herramientas para comprender el sesgo de legitimidad que estaba reservado a determinados artistas, reconocidos por su dominio de lenguajes artísticos sofisticados en un sentido estético universalista, ligado a sus trayectorias como poetas y compositores. Algunos de los folcloristas ilustrados convocados para publicar sus ensayos eran integrantes del campo reconocidos por su labor artística como Jaime Dávalos, Ramón Ayala, Atahualpa Yupanqui, Hamlet Lima Quintana y Albérico Mansilla.



colaborador proveniente del ámbito científico, daba cuenta del apoyo que había significado para el sector su inclusión dentro del programa de *Folklore*:

Si Cosquín da el espaldarazo a los que suben al histórico escenario, *Folklore* da el suyo cuando hace el balance de los artistas que ejercen su lindo oficio en los tablados más diversos, enalteciendo el canto, la música y la danza. Y en lo que respecta a la investigación, poco a poco fue dando cabida a ensayos que a muchos les sería difícil o imposible publicar y tomar contacto con el público que tanto se interesa por ellos. De allí que, sin ser una revista especializada totalmente, sí lo sea en parte y cubra un vacío que lamentablemente existe, lo que permite llegar con trabajos de fondo a ámbitos que por lo común carecen de esa posibilidad. (N° 316, 1981, p. 27)

Al observarlos comparativamente los artículos que concentran nuestra atención para este capítulo parecen a primera vista extraídos de contextos diferentes. Pertenecientes a distintas *tipologías enunciativas* (Maingueneau, 2009, pp. 100-101) y dedicados a temas muy variados, cada uno exhibe sus propias reglas de redacción, su tono y estilo, y una apropiación particular de las funciones del lenguaje. Sin embargo, dentro de su heterogeneidad, todas ellas son colaboraciones firmadas, por lo general agrupadas en secciones destacadas y presentadas por los editores por su aporte calificado. En el último número de la revista, dedicado a revisar su historia a lo largo de los veinte años, un artículo con la firma de Ismaco Viltes<sup>98</sup> las ponía en el centro de la cuestión llamándolas “notas serias”, en una interpelación directa al lector y reflejando una tensión existente en el campo del folclore en torno a las ideas sobre lo popular y lo culto:

Usted que nos lee, esporádica o consecuentemente: ¿qué opina de las notas 'serias'? (Nos referimos a los trabajos de estudio e investigación) (...) Pese a opiniones encontradas, a denuestos y apologías, ellas tienen su lugar en Folklore desde hace veinte años, conviviendo con reportajes, chismes, informaciones, avisos, fotos, comentarios (...) ¿No era que lo 'popular' y lo 'culto' no se mezclan? (...)

Una constante (...) el orgullo de la publicación por el contenido y los autores de las notas llamadas 'serias', 'eruditas', 'de investigación'. Y aparece entonces la sintomática lista de especialistas, de estudiosos del Folklore como Ciencia. Aquellos cuyos trabajos han

---

<sup>98</sup> No se encuentra información biográfica de quien firma con ese nombre. Tampoco figura en el staff, por lo que asumimos que se trata de un seudónimo.

encontrado eco y espacio para intercalarse (...) junto a los costados más comerciales de la revista: los avisos. [Nº 316, 1981, p. 14]

Esta nota era acompañada por una tabla de contenidos que intentaba consignar -aunque con la aclaración de que no era un recuento exhaustivo sino simplemente orientador- los distintos temas tocados por “especialistas” a lo largo de la vida de la publicación<sup>99</sup>. Desde la línea editorial se clasificó a estos contenidos en cuatro bloques temáticos: “1. Aspectos generales sobre teoría del folklore 2. Especies folklóricas 3. Enfoques regionales 4. Artículos específicos sobre el movimiento artístico de proyección folklórica” [Nº 316, 1981, p. 15].

Para analizar su uso como estrategia discursiva, los pusimos en relación con la periodización en tres etapas planteada para este trabajo. La primera de ellas estuvo signada por el surgimiento de la *folclorología* como movimiento de estudio del folclore que proponía un enfoque positivista empleando “métodos que ellos consideraban de validez científica universal” (Lucía Patiño Mayer, 2016, p. 35). La investigadora sitúa en el año 1962 la primera edición del Ateneo de Folklore de Cosquín en el marco del Festival Nacional del Folklore, presidido por Carlos Vega, Héctor Becerra Batán, Alberto Valverde, Félix Coluccio, Lázaro Flury y Santos Sarmiento. De acuerdo a la autora, esta iniciativa se proponía complementar la propuesta musical del festival con reflexiones y debates teóricos con la aspiración final de convertir a Cosquín en un referente en materia de folclore.

Este carácter científicista quedó plasmado en la revista mediante la contribución permanente de Carlos Vega<sup>100</sup> durante los primeros cinco años; y sería retomado en la última etapa, adaptándose a las tendencias científicas de la época, especialmente durante la dirección de

---

<sup>99</sup> Además, su autor advertía que, debido a la diversidad de enfoques y objetivos, la calidad de los trabajos era “heterogénea”.

<sup>100</sup> Considerado uno de los padres de la folclorología argentina, junto a Raúl Cortazar, quien presidió en el año 1960 el Primer Congreso Internacional de Folklore que justamente tuvo como sede a nuestro país. Vega (1898-1966) fue un musicólogo que, además de su labor investigativa, se destacó como escritor, poeta y compositor.

Blanca Rébora. Al mismo tiempo, durante esta etapa se reforzaron los nombres de aquellos folcloristas ilustrados considerados como *patriarcas* en el campo, cuyas colaboraciones en la revista fueron muy valoradas.

Durante la segunda etapa (1966-1974), marcada por un contexto de aumento de la conflictividad social, la perspectiva objetiva/positivista para el abordaje de los fenómenos folklóricos perdió protagonismo en *Folklore*, mientras el paradigma clásico, conservador y tradicionalista perdía lugar su lugar hegemónico en el mapa artístico. Por entonces surgieron nuevas expresiones más comprometidas con el contexto social y con un enfoque identitario que, si bien seguía siendo esencialista, presentaba nuevos planteos estéticos y políticos. El comentario y la opinión ganaron espacio en este período de exacerbación de las tensiones, en detrimento de las llamadas “notas serias” que sin embargo no desaparecían del todo.

Si bien el nuevo director, Félix Luna, había manifestado la intención de otorgar a la revista un perfil más académico y una “tonalización cultural” en palabras de los propios editores de *Folklore* [Nº 316, 1981, pp. 14-15], mediante el tratamiento de temas vinculados a la identidad nacional desde su disciplina; la muestra revela que durante este intervalo no se publicaron tantos ensayos ni investigaciones. Solo subsistieron las páginas de Félix Coluccio a quien Márbiz volvió a convocar al retomar la dirección de la revista en 1969<sup>101</sup>. Esta notoria disminución, puede explicarse en la búsqueda de los editores por diseñar contenidos de fácil acceso para un público lo más amplio posible, dada su preocupación por incrementar el número de ventas.

Finalmente, como se dijo antes, el final de la tercera etapa reflejó un retorno al academicismo por parte de la nueva conformación del *staff*, integrado por jóvenes redactores con

---

<sup>101</sup> El diccionario folclórico aparece en las siguientes páginas de nuestra muestra: Nº 180, 1969: 41; Nº 190, 1970: 61; Nº 200, 1971: 66; Nº 210, 1972: 66; Nº 220, 1973: 66.

habilidades musicales y competencias científico sociales. En esta etapa las páginas de *Folklore* propusieron una mirada crítica sobre la situación del campo en ese momento, con un retorno resignificado a la *folclorología* de la década del sesenta y su perspectiva academicista, lo cual servía a la publicación para resistir en medio del declive de la música folclórica en el mercado.

Por esos años nuestro país fue por segunda vez sede del Congreso Internacional del Folklore Iberoamericano, que esta vez contó con una reseña en la revista —en la primera edición, *Folklore* aún no había nacido—:

Fueron veinte largos años. Y finalmente se pudo vivir de nuevo en nuestro país un encuentro internacional de estudiosos del Folklore. Desde aquel Congreso del año 60 (...) Argentina no había podido reunir ni siquiera a la totalidad de sus propios investigadores, si bien habían proliferado en los últimos tiempos varios "Congresos Nacionales" realizados en distintas localidades -con gran entusiasmo y seriedad algunos, pero sin el espaldarazo de una concurrencia masiva. Esta vez se logró, con apoyo oficial concreto, tanto provincial como nacional. Y fue en Santiago del Estero, la cuna del florecer cultural mediterráneo argentino, la ancestral, la hospitalaria, la ejemplar Santiago del Estero. [Nº 310, 1980, pp. 28-35]

La progresiva intelectualización de los contenidos se combinó con una prudente distancia de los preceptos estéticos más tradicionalistas del paradigma clásico —demasiado asociados al discurso del gobierno dictatorial— pero retomó sus fundamentos científicos a través del rescate de los referentes de la Ciencia del Folclore. Por ejemplo, en la crónica sobre el congreso [Nº 310, 1980, pp. 28-35], Ariel Gravano refería los nombres de los ausentes respecto del histórico congreso de 1961: Andrés Chazarreta, Jorge Ávalos, Augusto Raúl Cortazar y Carlos Vega (ya fallecidos); y Orestes Di Lullo, Bernardo Canal Feijoo, Juan Draghi Lucero, Ciro René Lafón, Lázaro Flury (por causas diversas).

Este giro en el enfoque de la publicación quedó plasmado en las últimas editoriales. Si bien Blanca Rébora manifestaba que poco les había importado “desde que formamos el actual equipo de la Revista, determinar de antemano quién era 'experto' o no en folklore”, al mismo

tiempo definía el contrato de lectura establecido entre “gente pensante, inquieta, con ganas de decir y hacer en función de esta cultura de la que vivimos y participamos pero que muy poco conocemos”. Además, la directora manifestaba su molestia frente a “la pedantería de quienes no poseen —ya no digamos cultura— sino mínima información del terreno en que transitan” [Nº 316, 1981, p. 3]. Las críticas que recibía la revista provenían de distintos sectores del propio campo y de quienes, desde afuera, solo tomaban en cuenta el aspecto comercial del fenómeno folclórico:

Unos dicen que la Revista se ha 'intelectualizado' exageradamente, otros advierten que su tono es demasiado festivo, otros la miran desde arriba o directamente la ignoran, como ocurre con numerosos 'artistas' del folklore (...)

También están 'los otros', los que no tienen la menor idea (...) de que esto, el mundo del folklore nacional, o sea de la cultura nacional, tiene una realidad tan evidente como el mismísimo teorema de Pitágoras, y que ellos -a veces desde una cúpula ridícula y pretenciosa- intentan soslayar. [Nº 316, 1981, p. 3]

El retorno a las ciencias antropológicas y la historia como fundamento para la defensa de la cultura nacional puede entenderse como la manera que encontraron estos jóvenes para generar su propia versión del discurso nacionalista, innovador en lo estético pero vaciado de toda referencia ideológica, para evadir la censura que sufría la prensa en aquellos años por parte de la dictadura cívico militar. Si bien estos artículos de orientación didáctica tuvieron distintos niveles de presencia a lo largo de los años; las secciones reservadas al conocimiento de expertos y ofrecidas al lector como un obsequio fueron una característica constante en la publicación. Es a su análisis al que dedicaremos este apartado.

### **5.1. Conciencia folklórica: Lo literario, lo científico y lo técnico en la intencionalidad**

#### **didáctica del discurso de *Folklore***

En el primer número Jaime Dávalos firmó su colaboración “*La Baguala*” [Nº 1, 1961, p. 14], que se convertiría en una columna permanente hasta la edición Nº 5 [1961, p. 6] bajo el

título “*La Copla*”. Estos artículos tenían un valor agregado al estamparse en el pie de página una firma de puño y letra del poeta, un autógrafo brindado como obsequio a cada lector. En el encabezado, los editores anunciaban el “privilegio de prestigiar cada número con colaboraciones especiales” de Jaime Dávalos, quien “nos llevará de la mano para descubrir ‘cosas de nuestro país’ que desconoce la ‘gente de nuestro país’”. Sostenían la iniciativa en una demanda manifiesta de la “gente de nuestro tiempo” por recibir este tipo de mensajes, para lo cual Dávalos se presentaba como un emisor capacitado [Nº 1, 1961, p. 14]. En su estilo, los textos dejaban constancia de las competencias líricas del enunciador; mientras que los temas desarrollados estaban vinculados a una competencia más de tipo enciclopédica, preocupado por definir los orígenes y características del género musical en cuestión. Como compositor y poeta, participaba en la producción de discursos artísticos dentro del campo desde antes del *boom*, pero en su artículo se presentaba a la vez como conocedor de la historia del campo por estar ligado indirectamente a hitos de su fundación:

Juan Alfonso Carrizo -ese gigante de la recopilación de coplas- le decía a mi padre que ‘era de lamentar no haber podido grabar la música con que se cantaban las coplas por él rejuntables ya que era tal la timidez de los criollos y la inhibición que les acometía frente a un aparato grabador o un micrófono que resultaba imposible tomarles nada’ (...)

Por eso di en pensar en El Nombrador, en alguien que detrás del hombre canta, que se ejerce en el hombre y luego se va. Aquel regador que pala al hombro vemos sobre los deflecados [*sic*] raudales del agua tendiendo el riego en un alfalfar al caer la tarde y de cuyo lado nos llegan en el viento un canto meditativo, nunca nos parecerá al verlo de frente, capaz de tan filosa voz, pero es que él sólo puede cantar así cuando canta para oírse, para acompañar su desolada existencia, recatado, tímido, sensible, asustadizo, la baguala resucita la expresión intimísima de su alma. [Nº 1, 1961, p. 14]

Es interesante observar cómo mediante su discurso este agente no solo desplegaba sus capacidades literarias para una descripción de la baguala, sino que mediante su propio testimonio se incorporaba a la genealogía descrita, ligando su propia historia personal a los fundamentos

históricos del campo —en el vínculo entre su padre<sup>102</sup> y el recopilador Carrizo—. La pertenencia a, la cercanía con o el conocimiento de las instancias fundacionales del campo fue un tema central en los discursos de estos enunciadores siempre ligado a la concepción de autenticidad de su práctica.

En la edición N° 6, la columna fija de Dávalos [1961, p. 8] compartió espacio con otros dos ensayos: “*El origen de las danzas folklóricas. Las danzas picarescas*” por Carlos Vega [1961, p. 43] y “*Cosas de la tierra India: Clavel del aire, castidad de la tierra*”, por José Ramón Luna<sup>103</sup> [1961, pp. 38-39]. A partir del número siguiente los tres autores publicaron juntos sus artículos, en una especie de suplemento especial que tomó el nombre de “*Conciencia Folklórica*” [N° 7, 1961, pp. 43-51]. Aparecían allí sendos artículos de Atahualpa Yupanqui, y Leda Valladares —“*Las penas y las alegrías del Charango*” y “*El orgullo de la ciudad*” respectivamente—; y un artículo sobre *Folklore Internacional* preparado por la Dirección Cultural de la Embajada de Brasil.

La sección “*Conciencia Folklórica*”<sup>104</sup> es una puerta de entrada a este contrato de lectura reactualizado para los lectores de *Folklore*. Según la Real Academia Española, la palabra “conciencia” con “c” abarca dos significados derivados del vocablo latino *conscientia*: por un lado, indica la capacidad de percibir la realidad y reconocerse en ella; por el otro, el conocimiento moral de lo que está bien y lo que está mal. La relación con sus lectores se

---

<sup>102</sup> El padre de Jaime Dávalos fue Juan Carlos Dávalos Patrón Costas, 1887-1959. Nieto del gobernador conservador Robustiano Patrón Costas, era descendiente por línea materna de una familia tradicional de la provincia de Salta que se remonta hasta Martín Miguel de Güemes. Fue profesor, funcionario de gobierno, escritor y poeta, considerado uno de los más destacados del siglo de oro de la literatura sudamericana.

<sup>103</sup> José Ramón Luna (1902 – 1967) fue un escritor, periodista, poeta, director y guionista de cine que colaboró en *Folklore* desde los inicios.

<sup>104</sup> La sección llevó ese nombre entre los números N° 10 (1962) y N° 20 (1962). Posteriormente, cambió a “La ciencia del Folklore” y mantuvo algunas de sus colaboraciones. Aunque el espacio para la publicación de estudios y artículos académicos se mantuvo, la sección dejó de publicarse como tal a partir del N° 100 (1965).

construyó bajo esta figura desde una sección que en sí misma era símbolo de una voz iluminada: quienes escribían estas notas eran los informantes idóneos en el ámbito de conocimiento sobre el folclore, los que tenían la capacidad de percibir su verdadera esencia e indicar el camino correcto en la realidad caótica del *boom*. Incluso el sufijo “ciencia” (del latín *scientia*) remite a una concepción positivista de la forma de transmisión de conocimiento, sistematizado y organizado.

### ***Lo literario como gesto intelectual***

“*Conciencia Folklórica*” fue el primer espacio en la revista que contó con una colaboración especial de Atahualpa Yupanqui. Posteriormente, el compositor y cantor contó con su propia sección fija, “*El Canto del Viento*”, [Nº20, 1962 a Nº50, 1963]; en una serie de memorias biográficas que se convertirían en un libro del mismo nombre (1965). La colaboración de este poeta consagrado, abrió un espacio literario en la revista, donde el uso del lenguaje estaba a disposición de las imágenes que se buscaba evocar.

Aquella primera colaboración en la sección fue a través de su poema “*Tiempo del hombre*” [Nº 10, 1962, p. 48], que contenía elementos propios de la cosmovisión de los pueblos originarios de América; especialmente la genealogía que construía en torno del yo lírico; su origen anclado en un pasado pre cultural y su destino de tránsito permanente a lo largo de un espacio común, global y universal, desde donde la poesía era creada.<sup>105</sup> Esta alusión a la

---

<sup>105</sup>(...)Y así voy por el mundo, sin edad ni destino

Al amparo de un cosmos que camina conmigo

Amo la luz, y el río, y el silencio, y la estrella

Y florezco en guitarras, porque fui la madera...

(...) La partícula cósmica que navega en mi sangre

Es un mundo infinito de fuerzas siderales

Que vino hacia mí tras un largo camino de milenio(...) [Nº 10, 1962: 48]



pertenencia del hombre a un todo cósmico donde humanidad y naturaleza son parte de lo mismo también puede leerse como una elaboración autóctona de las corrientes del romanticismo nacionalista europeo, que encuentra en la solidaridad entre artista y naturaleza un canal immaculado para la expresión del *volkgeist* argentino, es decir, de un espíritu nacional (Kaliman, 2003, p. 23). El poeta podía decir: “no estudio las cosas ni pretendo entenderlas, las reconozco, es cierto pues antes viví en ellas”; porque, en su presentación de sí, la idea de formar parte del origen era central. Como en el caso de otros colaboradores de la sección, el enunciador buscaba autolegitimarse mediante la ligadura a un pasado antiguo, y en el mismo gesto, legitimar al campo; con la particularidad de que Yupanqui apelaba a una percepción del tiempo casi metafísica, propia de las culturas ancestrales y excediendo toda referencia histórica al momento fundacional del campo [Nº 10, 1962, p. 48].

Más allá de la interpretación del significado de estos versos, resulta interesante preguntarnos por su inclusión allí sin un estudio que lo enmarcara<sup>106</sup> y anunciados como una colaboración “especial para FOLKLORE”. La poesía de Yupanqui era concebida por los editores como una forma de conocimiento en sí misma, o como una competencia compartida entre enunciador y enunciatario. La voz de un artista de la talla de Yupanqui se brindaba como un beneficio extra, como un regalo para sus consumidores y eso estaba anunciado desde el encabezado: “Especial para FOLKLORE”. Este espacio literario tenía, por ello, una función predominantemente didáctica que lo ensamblaba al resto de la sección, donde la clave de lectura estaba dada por la remisión a un tipo de enunciador idóneo y legítimo.

---

<sup>106</sup> La poesía de Yupanqui simplemente está, a diferencia de las coplas citadas en otros estudios, como el artículo de Vega en el mismo número, en el que se encuentran enmarcadas en una investigación que las tiene como objeto de estudio. Sobre este enfoque del objeto nos referimos más adelante.

En la misma sección, los textos de José Ramón Luna también eran introducidos mediante la presentación en tercera persona a cargo de *Folklore*: “Escribe José Ramón Luna”. De este modo se establecía con sus enunciatarios un contrato asentado sobre el reconocimiento de las figuras convocadas y su familiaridad en el ambiente. Esta operación evidenciaba la dinámica existente entre los editores y los colaboradores en términos de autorialidad, de acuerdo a la cual la publicación funcionaba como *meta enunciador* del conjunto de sus contenidos, es decir, como una instancia de nivel superior a la que se le atribuiría el *ethos* o imagen de enunciador como un todo conformado por los distintos artículos presentados bajo sus firmas particulares (Maingueneau, 2009, pp. 155-156).

Las versiones recreadas en la sección de Luna, “Cosas de la tierra india”, de mitos y leyendas recopiladas durante su peregrinar por la Argentina, se publicarían en *Folklore* para difundirlas entre los lectores tanto por su valor literario como patrimonial. Su difusión se emprendía en nombre de la tarea de transmisión de saberes pertenecientes a un legado cultural.

*"La leyenda del bichito de luz"* [N° 10, 1962, pp. 50-51]<sup>107</sup> es una versión personal del relato en clave etiológica del “isondú”, vocablo guaraní que designa a este insecto. Algunas de las marcas del estilo del autor en este texto son, por ejemplo, la construcción metafórica que asocia las luciérnagas que iluminan el campo con los sentimientos de la “esperanza” en los “jóvenes” y la “nostalgia” en los “viejos”, como valores afectivos que reproducen la mirada prevalente en el campo sobre la distancia generacional. Sin embargo, otros recursos provienen del origen tradicional y oral del relato, como la construcción de su situación inicial introducida

---

<sup>107</sup> Figuran en nuestra selección tres notas: “Las Fogatas de Junio”, sobre el ritual de las fogatas de San Juan [N°1, 1961, p. 23], “La leyenda del bichito de luz” [N° 10, 1962, pp. 50-51] y “Chiqui, el duende malvado” [N° 20, 1962, pp. 34-35].

por la frase "según cuenta la leyenda" o la estructura narrativa sostenida sobre un modelo de acción humana acorde a los valores y normas morales vigentes en la cultura Guaraní.

Posteriormente la sección pasó a llamarse "Por los cerros indios" [Nº 30, 1962, pp. 47-49] y en ella, Luna seguiría publicando los hallazgos de sus viajes e investigaciones sobre culturas originarias del territorio argentino. En todos los casos, la pregunta sobre la función que cumplían estos textos en el marco del discurso global de la revista va más allá de su contenido literal y su respuesta puede ensayarse en base al valor de su trabajo literario, es decir, como parte del aporte de intelectuales dedicados a la tarea de rescate de un legado cultural.

Ramón Ayala también fue un cantautor que aportó colaboraciones en clave de diario de viajes a *Folklore*. En Nº 10 [1962, p. 16], brindó a *Folklore* sus "*Impresiones de un largo viaje*" en las que sin dejar de lado su tono poético buscaba acercar a los lectores, especialmente a los residentes de Buenos Aires, la experiencia del territorio nacional<sup>108</sup>. Años más tarde, el compositor sería nuevamente convocado para una descripción casi etnográfica de un ritual africano que presenció en uno de sus viajes, sin perder el uso poético del lenguaje<sup>109</sup> [Nº 260, 1976, pp. 52-54].

### ***Una autoridad en la materia: la legitimación por el discurso científico***

Tal como mencionamos antes, otra de las formas de producir contenido en clave académica en la revista *Folklore* respondió al abordaje científico del fenómeno de lo popular en general y del folclore en particular, bajo la perspectiva de *aproximación antropológica*. Según

---

<sup>108</sup> "Cuando la noche tiende su red de sombras con mil peces extraños y lejanos en el infinito, brota la voz de la guitarra como un río de luz desde el corazón del hombre, para decir, con voz ruda y manos como si rasgueara un árbol, una raíz de sangre, todo el dolor y la dicha que encierra la copla criada entre amaneceres y crepúsculos del Paraná embravecido; de hombres que se lleva el río; de muchachas con los ojos preñados de amor sobre la costa y de toda una isla arrasada por la creciente". [Nº 10, 1962, p. 16],

<sup>109</sup> "El tercer *tam-tam* levanta los pájaros de la sangre en un hamaqueo sensual que se contagia inevitablemente como si tocara allá en lo profundo de la carne no se qué ancestral duende milenario". [Nº 260, 1976, pp. 52-54]

García Canclini (1987) esta perspectiva se caracteriza por su “orientación culturalista” y “se dedica a la descripción de comunidades locales o grupos étnicos”, con una atención especial a “su resistencia a la penetración occidental” (La reducción de lo popular a lo folklórico, párrafo 3).

Como dijimos antes, especialmente durante su primera y tercera etapa, *Folklore* contó con colaboraciones de *folclorólogos* y antropólogos reconocidos que publicaron sus trabajos por entregas; en ensayos que ponían el acento en la descripción de lo que consideraban aspectos puros de la identidad étnica de las comunidades estudiadas. En este tipo de contenidos, la revista construía legitimidad sobre la base de un *superdestinatario*<sup>110</sup> alineado a la misma perspectiva, que en esa década dominó el ámbito académico de la *folclorología* como contracara del *boom* comercial en el campo.

Considerado fundador de la rama folklórica de la musicología, Carlos Vega inauguró esta corriente en la revista y la mantuvo durante toda la primera etapa [Nº10, 1961, p. 42-47 a Nº 99, 1965, pp. 38-39] en la que su aporte a la conformación de la imagen del enunciatario fue fundamental<sup>111</sup>. En paralelo a la construcción de este lector modelo, se elaboraba una imagen de enunciador calificado sobre la base de un común interés por acceder al campo desde un saber de especialistas. La primera persona se empleaba también para reafirmar las competencias eruditas de sus enunciatarios; los “lectores estudiosos” para quienes “serán provechosas las lecciones que

---

<sup>110</sup> La de *superdestinatario* es una noción bajtiniana que en análisis del discurso designa “la voz del que sería el representante más típico, el más ideal” de la clase social a la que pertenece un locutor. (...) Fue reelaborada por Moirand para el análisis del discurso científico y refiere a una ‘especie de arquetipo de la conciencia colectiva del dominio científico al que el autor pertenece o al que pretende acceder’” (Maingueneau, 2008, p. 95)

<sup>111</sup> A él se sumaron las colaboraciones de León Benarós (quien se dedicaba principalmente a entrevistar a los artistas (ver capítulo 4). Desde su sección “*De nuestro Folklore*” se dedicó durante diez números a difundir en breves párrafos algunos relatos, costumbres o conceptos tradicionales argentinos a modo de decálogo. En el recorte realizado para esta investigación encontramos los subtítulos “La perdiz y la zorra, Grito, Camambú, maimanta, Aguará” [Nº 70, 1964, p. 82] y “Uturunco, Malacara, Pascana” [Nº 80, 1964, p. 82], todos acompañados de ilustraciones de su propia autoría.

recibí durante mis largos viajes por los más remotos hontanares folklóricos” [Nº10, 1961, pp. 42-47].

Los trabajos de Vega eran siempre introducidos por una presentación a cargo de *Folklore* que, en su rol de meta enunciador, se planteaba como garante de la legitimidad del autor. Esta incluía incontables subjetivemas evaluativos (Kerbrat-Orecchioni, 1986) para referirse a su trabajo: “un estudio inédito”, “su notable y amplio ensayo original”, “el erudito trabajo”, “una especial contribución”. En su primera aparición, fue anunciado como una “autoridad universal” reconocida en Europa por “organismos competentes”, consistentemente con los criterios de legitimación académica que, aún hoy, ponderan la producción científica proveniente de ciertos centros científicos por sobre otros<sup>112</sup> [Nº 10, 1961, pp. 42-47]. Posteriormente esta estrategia de legitimación fue retroalimentada por las repercusiones de las investigaciones de Vega en otros países de la región. De este modo, cada una de sus intervenciones en *Folklore* aparecía precedida por una opinión sobre el musicólogo y su labor, brindada por especialistas en el tema<sup>113</sup>.

Su primer artículo, "*Las canciones folklóricas argentinas*" [Nº10, 1961, pp. 42-47], formaría parte de un extenso trabajo original que consistió en la enumeración y clasificación de las distintas *especies* del repertorio de la canción nativa, con detalladas descripciones de sus rasgos distintivos entendiendo por ello tanto los elementos musicales como su forma lírica. Este conjunto de artículos se inscribió en el género del ensayo científico, y como tal, respetó un estilo enciclopédico y sobrio en pos de una pretendida objetividad. En un nivel textual, esto implicaba entre otras cosas, el borramiento intencional de la primera persona del singular. Por lo general se

---

<sup>112</sup> Para ampliar el análisis sobre el sistema de legitimación en el mundo académico, consultar Ortiz, R (2009) *La supremacía del inglés en la Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Siglo XX Editores.

<sup>113</sup> Las opiniones aparecían en un recuadro titulado: "*Los expertos opinan sobre nuestro musicólogo*", y contó con las firmas de Mario De Andrada de Brasil [Nº 40, 1963]; Dionisio Rodolfo Bernal, de Perú [Nº 60, 1964], Pablo Garrido de Chile [Nº 70, 1964], entre otras.

refería a sí mismo empleando el plural, como es frecuente en el ámbito académico: “no hemos examinado”, “no nos ha dado el pueblo un nombre para...”, “tenemos...”, “como dijimos...”, “nosotros hemos hallado”, entre otras. Tampoco hallamos casi expresiones deícticas de segunda persona, sino que la apelación a los enunciatarios se incluye en el *nosotros universal*, al modo de una clase magistral: “Dediquemos nuestra atención (...), después veremos (...); “En la próxima entrega, estudiaremos...” [Nº10, 1961, pp. 42-47].

Al terminar esta colección, el autor inició dos más: "*Los instrumentos folklóricos argentinos*"<sup>114</sup> y "*Apuntes sobre la historia del movimiento tradicionalista argentino*"<sup>115</sup>. En cualquiera de sus trabajos, la construcción del enunciador reafirmaba su legitimidad a partir del estilo científico de su escritura. Los pasajes autorreferenciales eran mínimos, localizados por lo general en los segmentos introductorios con propósito de revelar el currículum y trayectoria que lo legitimaban como enunciador: “Durante largos años he producido mis libros en el nivel universitario”, “muchas de las ideas capitales que propuse son hoy cosa del dominio público”, “La revista *FOLKLORE* (...) me brinda sus páginas (...) y yo las acepto”, “mucho me han ocupado”, “poca atención he podido consagrar”, entre otras [Nº10, 1961, pp. 42-47].

Con el tiempo se agregarían a la sección de Vega las contribuciones periódicas del profesor Pedro Berruti con "*Folklore enseña a Bailar nuestras danzas*" [Nº 20, 1962; Nº 30, 1962; Nº 40, 1963], Claudio Cosentino y su enseñanza de guitarra [Nº 1 a Nº 180] y Arnoldo Pintos que enseñaba un método de bombo y quena (ver referencia en [Nº316, 1981]). Estos aportes de tipo técnico aparecieron en números saltados de la época en sintonía con la función

---

<sup>114</sup> En nuestra selección: "*Capítulo Primero: Introducción y clasificación*" [Nº 20, 1962, pp. 36-38], "*Capítulo X: La Caja*" [Nº 30, 1962, pp. 42-45] "*Capítulo XVIII: El Erke*" [Nº 40, 1963, pp. 44-46].

<sup>115</sup> Estos artículos fueron recopilados y publicados en forma de libro después de su muerte, en el año 1981. En nuestra selección, "*Cap. 2 Romanticismo y Folklore*" [Nº 50, 1963, pp. 66-69]; "*Capítulo 20. De trovadores y payadores*" [Nº 70, 1964, pp. 72-74]; "*Capítulo 29. Amplitud de los nacionalismos artísticos*" [Nº 80: 1964, pp. 70-72]; "*Capítulo 38. Se presenta la compañía de danzas*" [Nº 90, 1965, pp. 36-39]

didáctica que los editores buscaban imprimirle a la revista y a su tarea en general. En esta misma línea se publicaron en la tercera etapa una serie de artículos por capítulos bajo el título: “*Magia y misterios del Bombo*”, a cargo de Víctor Galipo. En ellos, el autor brindaba información acerca de materiales y técnicas para la confección del instrumento. Por un lado, recurría a fórmulas matemáticas para explicar las proporciones ideales del bombo: “la altura ideal de una caja es el resultado de sumar una vez y media su diámetro”. Sin embargo, no se privaba de un uso del lenguaje de pretendido lirismo en sus adjetivaciones: “Dedicados totalmente a develar el misterio del espesor ideal de una caja” o “... nos preparamos a emprender la mágica tarea del sellado de pérdida de aire...” [N° 280, 1978, p. 86].

### ***La función didáctica entre la primera y la última etapa de Folklore***

Carlos Vega permaneció en *Folklore* hasta que en 1965 abandonó la redacción para formar parte del nuevo proyecto<sup>116</sup> de Julio Márbiz, donde terminó de publicar sus ensayos. Es entonces que se observa una reducción de la cantidad de artículos con firma de *folclorólogos* y folcloristas resonantes. En 1969, cuando Márbiz retomó su cargo de director en *Folklore*, Vega ya había fallecido hacía tres años. Hasta el nuevo cambio de director, los únicos segmentos de corte científico fueron las páginas del *Diccionario Folklórico*<sup>117</sup>; un glosario alfabético de términos criollos y nativos, llevaba la firma de Félix Coluccio; a quien Márbiz había vuelto a convocar para su publicación durante su segundo mandato [N° 170, 1969 a N° 230, 1974]<sup>118</sup>.

---

<sup>116</sup> Nos hemos referido a la revista *Folklore Argentino* en el capítulo 2.

<sup>117</sup> Probablemente debido a esto, esta época de la revista fue analizada posteriormente por sus mismos editores como “huérfana realmente de costados extra artísticos” [N° 316, 1981, p. 14].

<sup>118</sup> El diccionario de Coluccio apareció en algunas ediciones de la primera etapa [N° 30, 1962 a N° 40, 1963] durante la cual el *folclorólogo* también había contribuido con un trabajo titulado “*Fiestas, costumbres y tradiciones: Las mingas, fiestas alegres del trabajo*” que ampliaban la conceptualización del fenómeno folclórico con una mirada antropológica. Esta impronta se retomaría con fuerza durante la tercera etapa, como veremos. [N° 90, 1965, pp. 40-41]

Según el análisis de las “notas serias” realizado en retrospectiva realizado en el último número, tal “pobreza” se incrementaría durante la dirección de Marcelo Simón: “A pesar de destacarse por su erudición lindante con el enciclopedismo no produce una planificación consecuente en la publicación de este tipo de notas. Hay, empero una sana inquietud, solo que desdibujada por la discontinuidad” [N° 316, 1981, pp. 14-15].

De todos modos, a la luz de la muestra esta afirmación resulta, cuanto menos, imprecisa. Durante este periodo hubo espacio para la reflexión en torno a los fundamentos teóricos del folclore, por ejemplo, en una sección especial llamada “*Más Folklore*” [N° 268, 1977; N° 269, 1977; N° 270, 1977]. Definida como un “*suplemento para coleccionar*”, tuvo a Simón a cargo de la coordinación y de la producción de textos. En su lanzamiento el director la presentaba con las siguientes palabras:

Se lo debíamos y nos lo debíamos, un rincón, dentro de Folklore, donde buscar los indicios de nuestra identidad, ese latido de Patria verdadera, la de la historia y la de todos los días, con sus oficios y su idioma, sus vestidos, sus cuentos, sus miedos, sus alegrías, patria cantada y bailada, celebrada en sus viandas, llorada en sus velorios, alborotada en sus deportes viejos (...) Encontrará aquí algún material de lectura, redactado como si charláramos...pero con buena información. (...) sus pretensiones y las nuestras son idénticas: saber más. Más folklore, nada más<sup>119</sup>. [N° 268, 1968, pp. 35-50]

Pero sería sin lugar a dudas en el siguiente período bajo la dirección de Blanca Rébori, recordado en la última edición de *Folklore* como “el momento antropológico” [ver N° 316, 1981, pp. 14-15], cuando la publicación retomó su tradición academicista adoptando la mayor cantidad de colaboraciones de arqueólogos, etnomusicólogos y *folclorólogos* de su historia. Esto ocurrió justamente en el epílogo de una década caracterizada por la externalización en ámbitos más

---

<sup>119</sup> Su primera salida fue con textos a cargo de Marcelo Simón e ilustraciones por Iván Cosentino. En el siguiente se convocó a Félix Coluccio para una revisión de la figura literaria de Don Segundo Sombra, con imágenes pertenecientes a una edición especial del año 1961, cedidas por el Comodoro Retirado Güiraldes, familiar del autor.



públicos de debates conceptuales que se venían dando en torno del folclore en los círculos académicos, y que apuntaban a una reformulación del concepto de *folclore* con el objetivo de “reestructurar los puntos de partida para una teoría científica del folklore” (Fischman, 2019, p. 8)<sup>120</sup>. Esto implicó por un lado la tarea de defender la legitimidad de la disciplina en el ámbito de las ciencias humanas, sociales y la antropología; y por el otro someter a debate las nociones prevalecientes en el ámbito de la formación artística, que reunía a los folclorólogos más tradicionalistas. Todo ello formó parte de las condiciones de producción del discurso de *Folklore* durante esta etapa.

Si las figuras de Vega y la de Coluccio fueron el sello de las “notas serias” en las dos primeras etapas, durante la tercera es notable la apertura a una nueva generación de investigadores que reconocían en aquellos a sus antecesores. En la última etapa se publicaron fragmentos y resúmenes de estudios en marcha, como “la labor del estudioso José Zamora” presentada como un aporte documental valioso que “reconoce como fuente y antecedente las investigaciones de Isabel Aretz” [Nº 290, 1979, pp. 52-55]. En el mismo número Ariel Gravano inicia una serie de artículos [Nº290, 1979, pp. 36-39] que posteriormente editaría en forma de libro bajo el título “*La música de proyección folklórica, desde la prehistoria hasta el boom*” dedicado a elaborar un recuento de los pioneros en el campo. Otros trabajos publicados en esta época son, a modo de ejemplo, el ensayo de Lázaro Barbieri titulado “*Entre brujos, magos y hechiceros*”, que desarrolla la estructura del mito popular de la bruja y su función social [Nº 250, 1975, pp. 14-15]; la colaboración de Albérico Mansilla en el suplemento mencionado “*Más Folklore*” con su artículo “*Leyendas, mitos y otras creencias del área Guaraní*” [Nº 270, 1977,

---

<sup>120</sup> Estas cuestiones quedaron plasmadas en la producción de especialistas como Martha Blache (ver Fischman, 2019, pp. 3-9), quien discutió la relación entre folclore y tradición, realizó críticas a las conceptualizaciones arraigadas desde los años 40, y habilitó con su postura la posibilidad de oponerse a “los componentes románticos del campo a través de una comparación con la física o la biología”.

pp. 35-50]; o el ensayo de Rubén Pérez Bugallo<sup>121</sup>, "*Relaciones entre medicina científica y medicina popular tradicional*", que se presenta como "una muestra resumida de una investigación en el campo de la medicina popular tradicional" [N°300, 1980, pp. 34-45].

El folclorólogo y escritor argentino Juan Draghi Lucero había incorporado en la primera etapa sus estudios histórico geográficos sobre las expresiones culturales de las regiones del interior del país desde su sección "*Panorama histórico de Cuyo*" [N° 20, 1962, pp. 32-33]. En ella el autor establecía las relaciones existentes entre el desarrollo económico de la región y su impacto sobre la cultura. Ya en la última etapa, fue Ciro René Lafón<sup>122</sup> quien tuvo a su cargo el "*Suplemento culturas regionales argentinas*": "*El Noroeste. El escenario y los personajes a la llegada de los españoles*" [N°290, 1979, pp. 78-82], "*La tradición cultural criolla de La Pampa en los últimos tiempos*" [N° 300, 1980, pp. 74-77] y "*La tradición cultural criolla del noroeste*" [N° 310, 180, pp. 76-81]. Finalmente, otros trabajos que se proponían reconstruir la identidad argentina desde el crisol de culturas folclóricas regionales fueron los de Emilio Moya [N° 260, 1976, pp. 60-62] y Raúl Evangelisti [N° 280, 1978, pp. 35-49] sobre las provincias de Corrientes y La Pampa respectivamente.

De acuerdo a lo observado, podemos reconstruir ciertas líneas de continuidad en la modalidad discursiva de los editores de la primera y la tercera etapa de *Folklore*. A su vez, observamos que la intencionalidad didáctica estuvo presente en el tono de la revista en todo

---

<sup>121</sup> Docente, investigador y director del Instituto Nacional de Musicología entre 1978-1983 (Blache y Dupey, 2007) Al momento de su publicación, participaba de un programa de Relevamiento Integral de la Cultura Tradicional en la Argentina gracias a un convenio entre la Secretaría de Estado de Cultura de la Nación y la Organización de los Estados Americanos [N°300, 1980, pp. 34-45].

<sup>122</sup> Para conocer más sobre el intelectual, periodista y titular de la Cátedra de Arqueología en la facultad de Antropología – UBA, consultar en <https://journals.openedition.org/corpusarchivos/1139> y <http://revistafolklore.com.ar/los-colaboradores-ciro-rene-lafon/>

momento mediante distintos procedimientos; aunque hacia el final ganó cada vez más espacio en sus páginas respecto a la cobertura de los acontecimientos del espectáculo folclórico.

## **5.2. Un impulso de *exclusión*: Los límites del concepto de “folclore”.**

En este apartado hemos agrupado bajo los conceptos de *folclorólogos* y folcloristas *ilustrados* a dos tipos de enunciadore convocados por los directivos de *Folklore*. Por un lado, aquellos autodenominados *folclorólogos* pero también antropólogos, musicólogos y provenientes de otras ramas científicas con un respaldo académico como carta de presentación frente al público lector. Por el otro, aquellos artistas entre quienes encontramos a poetas, compositores, pensadores, muchos de ellos autodidactas y todos de gran renombre en el campo. Como vimos, el común denominador en ellos fue el tono reflexivo de su escritura y la mirada que dirigieron introspectivamente hacia las prácticas desarrolladas por el resto de los agentes del campo, tomando como objeto las diversas manifestaciones de aquello que se consideraba un fenómeno folclórico.

Estos enunciadore se dedicaron a precisar, a veces de manera explícita y otras sobreentendida, los límites del concepto de *folclore*. Es decir, sus ensayos eran segmentos dentro del discurso de *Folklore* orientados a distinguir lo que podía considerarse auténticamente bajo ese término de lo que no y, en este sentido, constituyen una importante huella de la estrategia discursiva de los agentes que se dio en un movimiento opuesto a la condensada por los segmentos del discurso de *Folklore* dedicados al mapa de artistas. Mientras que estos revelaban aquel *impulso de inclusión* al que nos referíamos antes, dado por la apertura que generó en el campo el *boom* del mercado del folclore; por su parte, la necesidad de establecer un criterio de

valoración<sup>123</sup> asentado en la noción de autenticidad favoreció un *impulso de exclusión* que encontró su lugar en estos espacios textuales.

El *impulso de exclusión* les permitía a los editores de *Folklore* tomar parte en la definición del capital circulante en el campo (Bourdieu y Wacquant, 1999) y consolidar así su posición de privilegio como instancia de consagración del resto de los agentes del campo.

Mucha gente identifica el mágico vocablo 'folklore' con un grupo de canciones básicamente salteñas popularizadas en el sesenta y pico. Nuestra revista veinteañera se ocupó muchas veces del tema, y se seguirá ocupando. Un ejemplo: en el N° 272, de agosto del '77, coincidente con el decimosexto aniversario, el barítono Ariel Gravano, guitarrero y antropólogo con diploma, tomó el toro por las guampas y llamó al pan, pan; en una nota. [N° 316, 1981, pp. 35-65]

La nota de Carlos Groisman recuperaba las palabras de su colega y amigo, especialmente aquellas reflexiones en las que Gravano sugería revisar la utilización del término desde un sentido común al que consideraba inapropiado. El antropólogo hacía esta aseveración apoyado en quienes eran considerados autoridad en la materia:

Sin que se pueda averiguar cómo -cuenta Carlos Vega en su Ciencia del Folklore- el público acabó por creer que el folklore era la música y las danzas populares y que la actividad folklórica consistía en cantar y bailar... Nada de eso es el folklore propiamente dicho (...). Faltaríamos a la verdad si no reconociéramos que esta confusión todavía está arraigada incluso en no pocos artistas y folkloristas... [N° 272, 1977, pp. 16-26]

En su desarrollo, rescataba a la Ciencia del Folclore como “la madre de todas las actividades que se relacionan con los bienes del pueblo”, hasta llegar a afirmar que los conocimientos sobre los “hechos folclóricos verdaderos” construidos mediante las colecciones

---

<sup>123</sup> Para ampliar en torno de los criterios de valoración de los discursos en el ámbito de las músicas populares, revisar: DÍAZ, Claudio. (2011) “Música popular, investigación y valor” en Música popular y juicios de valor: una reflexión desde América Latina. Coordinadores: J. F. Sans y R. López Cano. Venezuela: Fundación Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos. 2011 y HERRNSTEIN SMITH, Barbara (1988) Contingencies of Value. Alternative Perspectives for Critical Theory. Cambridge, Estados Unidos: Harvard University Press [Traducción de Ricardo J. Kaliman, para los Estudiantes de Teoría y Análisis Literarios, Facultad de Filosofía y Letras UNT, del capítulo 3, “Contingencies of Value”, Tucumán, mayo de 1998 pp. 30-53.]

realizadas a partir de la observación de *sociedades folk*<sup>124</sup> debían constituir la base para cualquier aplicación artística [Nº 272, 1977, pp. 16-26]. Este esfuerzo por establecer una precisión técnica y metodológica de los conceptos le permitía al autor justificar la práctica de lo que en su ensayo llamaba *proyección folklórica*, con la que se referían a la difusión de las especies folclóricas con fines artísticos:

Lo más interesante para destacar del análisis del célebre musicólogo (*Vega*), es su actitud para nada negativista con respecto a la proyección (...) Tampoco encontramos una actitud hostil en Cortazar hacia la proyección. Dignamente expresadas -aclara- prestigian el folklore de un país y destacan su personalidad afectiva. [Nº 272, 1977, pp. 16-26]

Poco antes, un artículo firmado por las autoridades del Instituto de Investigaciones y Divulgación del Folklore Cuyano<sup>125</sup> planteaba el debate terminológico desde su título: “¿Folklore...? ¡¿Folkloristas...?!” y revelaba asimismo el gesto reiterado de recurrir a fuentes cuyo discurso podía considerarse legítimo en la definición de lo auténtico dentro del campo. Este artículo reviste un particular interés para esta investigación ya que sus autores proponían explícitamente poner fin a la histórica ambigüedad del término en cuestión. De acuerdo a la definición de los autores, el folclore consistía en todo aquel “saber no institucionalizado, aprendizaje sin escuela”, que abarcaba “el saber tradicional de las clases populares de las naciones civilizadas”. En este sentido, la expresión musical era considerada como una de las formas que podían adoptar los saberes populares referidos al “ámbito espiritual” [Nº 280, 1978, pp. 90-91]

---

<sup>124</sup> “Sociedad Folk” fue una noción de la antropología norteamericana retomada en nuestro país por el folclorólogo Raúl Cortazar para designar una forma de comunidad homogénea, pequeña, aislada, autosuficiente, aferrada a tradiciones ancestrales y con tecnología simple a las que estaba reservada la posibilidad de producir saberes que pudieran considerarse como folclore, es decir, aquellas manifestaciones populares, colectivas, tradicionales, orales, anónimas, empíricas, funcionales y regionales (Blache y Dupey, 2007: 305-308).

<sup>125</sup> Alberto Rodríguez y Elena M. de Macías, presidente y secretaria general. Una nueva colaboración de los autores, un *estudio completo, literario y musical, sobre La Leyenda del Jilguero y la Calandria, aparecería* en la revista poco después. [Nº 290, 1979, pp. 42-49].

Más que la definición del fenómeno, los autores estaban preocupados por precisar una clasificación de los actores que tomaban parte en él. Para esto se sirvieron de las categorías de “*folkloristas*” y “*artistas de proyección folklórica*” para definir a dos tipos de agentes que enriquecían el campo, cada uno a su manera. En los primeros incluían a aquellos recopiladores dedicados a recoger el material folclórico —en su acepción más estricta—, mientras que los segundos —aunque sus tareas podían superponerse— eran aquellos compositores que lograban “prestigiar” al folclore permitiéndole trascender “a planos más difundidos y universales”. Para estos últimos el artículo incluía una carga prescriptiva: los impelía a trabajar bajo la regla del respeto por la esencia de ese material primitivo, demostrando idoneidad y conocimiento directo de las fuentes originales, así como respaldo documental para ser considerados legítimos [Nº 280, 1978, pp. 90-91].

En este punto, el artículo incluía una aclaración terminológica: ni los *folcloristas* ni los *artistas de proyección folklórica* debían confundirse con aquel que se limitaba a “cantar, tocar, bailar, comentar espectáculos que llaman folklóricos sin preocuparse por su autenticidad, teniendo como maestros a los discos, sin abreviar en las fuentes puras de lo autóctono” [Nº 280, 1978, pp. 90-91]. La revista veía necesaria estas aclaraciones para establecer los criterios de autenticidad sobre la base de una de las tensiones propias del campo, que en otros segmentos de su discurso se omitían en pos de una divulgación del aspecto comercial.

Finalmente, los autores reservaban el término “Folklore” —con mayúsculas—, al estudio científico de dichos saberes populares, y la denominación de “folklorólogos” para designar a aquellos estudiosos que se dedican íntegramente a realizar las tareas investigativas, descriptivas y clasificatorias en torno al fenómeno del folclore.

### *Cien números y una revisión general*

La preocupación en el discurso de *Folklore* por rastrear los orígenes del folclore y su relación con una supuesta esencia nacional había comenzado a evidenciarse cuando la distancia temporal permitió a los editores y sus colaboradores observar con cierta perspectiva el impacto del *boom* sobre la configuración del campo. Al cumplirse cuatro años desde su primer número, aparecieron una serie de artículos de tono erudito que buscaban analizar las alternativas de lo acontecido a partir del comienzo de su explosión comercial años antes: la editorial “Cien números y una revisión general” anunciaba los artículos “Cinco años de *Folklore*” por Félix Luna, “Los Precursores” de León Benarós, “La música nativa y sus creadores” por Hamlet Lima Quintana, “Cinco años de discos y éxitos folklóricos” por Iván Cosentino, “Los festivales, cita de multitudes con el folclore”, de Felipe Cárdenas (hijo) y “Peñas, peñas, peñas” de Alma García [Nº 100, 1965, pp. 32-45]. Tal como dijimos más arriba, el trazado de genealogías para reconstruir los eslabones en la cadena hacia el momento de fundación del campo del folclore fue la estrategia discursiva mediante la cual se construía el lugar de legitimidad de la publicación.

En su artículo “Los precursores”, León Benarós [Nº 100, 1965, pp. 23-31] emprendía un rescate de las figuras de los iniciadores de la música nativa, y con el objetivo manifiesto de “preservarlos del olvido” se los caracterizaba con una serie de sintagmas cargados subjetivamente:

- (...) modestos pero importantísimos obreros
- (...) padres tutelares
- (...) no pocas veces anónimos
- (...) no profesionalizados
- (...) cantores de rancho y boliche
- (...) sin conservatorio pero con profundo sentido nativo
- (...) bombistos de genialidad vernácula con ritmo inigualable
- (...) arpistas del antiguo ámbito popular

(...) memoriosos de cantares antiguos, de cuyo estupendo caudal lírico y épico bebió  
 J. A. Carrizo  
 (...) informantes de Carlos Vega  
 (...) secretos profesores de muchos éxitos ciudadanos  
 (...) innegables dioses pensantes  
 (...) sustentan con una particular savia nutricia lo que es copa visible alimentada por  
 una secreta raíz  
 (...) padres anónimos de la canción nativa  
 (...) ricos repositorios vivientes de un tesoro antiguo

En aquella nota, Benarós justificaba extensamente la necesidad de realizar un reconocimiento a aquellos quienes habían hecho posible el “florecimiento” del campo, ejemplificando con algunas escenas estereotipadas surgidas de su propia imaginación. Si antes “una niña que pasease por las calles del centro llevando una guitarra inspiraría un movimiento de sorpresa y tal vez de burla”, y “el que se hubiere atrevido a ofrecer un número folklórico en una confitería del centro recibiría seguramente la negativa quizás ofendida del propietario”; ahora “una niña puede pasear por las calles con su guitarra sin que nadie se asombre ni sonría”, y “el número folklórico entra en la sala de lujo, en el teatro elegante, en el *night club*” donde será recibido con “simpatía y cordialidad” [Nº 100, 1965, pp. 23-31].

El *boom* era, en palabras de Benarós, un “hecho sociológico” representado por el suscitado interés en Buenos Aires por “la ola de poesía agreste que llega desde el corazón de la tierra”:

Los aires porteños comienzan a poblarse con intensidad de zambas y chacareras, oídas antes pero no con esa profusión, avasalladora fuerza e intensidad (...) conquistan a la juventud y siembra la ciudad de peñas juveniles que remozan los laureles de los viejos y prestigiosos centros criollos. [Nº 100, 1965, pp. 23-31]

La nota buscaba generar conciencia sobre el común error de confundir esta eclosión con el comienzo del folclore argentino, y a lo largo de todo su desarrollo presentaba algunos casos que abonaban su tesis argumentativa acerca de que “sus hondísimas raíces cuentan años”. Se mencionaban los artistas considerados como precursores del momento actual del campo; es



decir, las fuentes directas que la juventud del movimiento hallaba para nutrirse y aquellos a quienes reconocía como antecedentes inmediatos, los patriarcas del periodo de 1930-1940 a quienes era necesario recordar como un acto de justicia por haber cumplido su rol de “sufrido puente para el triunfo de no pocos intérpretes actuales”:

Todo esto parece ya historia. Pero historia que hay que puntualizar para evitar confusiones, y, sobre todo, refrescar la memoria de los que creen que el folklore nació ayer, y por lo tanto olvidan con un poco de injusticia a todos sus cultivos de años un poco más antiguos que la reciente información de algunos entusiastas...(…) Aquellos sembraron sobre tierra no siempre arada. Estos recogen a veces con excesiva facilidad. [Nº 100, 1965, pp. 23-31]

El artículo a cargo del poeta y colaborador permanente, Hamlet Lima Quintana, se titulaba “*La música nativa y sus creadores*” [Nº 100, 1965, pp. 32-45] donde desde el primer subtítulo destacado se hacía la pregunta “¿Esto es folklore?” y en su respuesta evidenciaba la inscripción a la genealogía de los padres de la Ciencia del Folclore:

Porque estas formas musicales, estas canciones que escuchamos todos los días a través de los medios de difusión no constituyen folklore. (...) Y no es folklore por la razón de que los especializados en la ciencia correspondiente han señalado las condiciones indispensables para que el hecho folklórico sea considerado como tal. Y esas condiciones: anónimo, tener tres generaciones de continuidad, transmisión oral, práctica en el estrato folk, etc. no se cumplen sino en un aspecto mínimo. (...) Todo es cuestión de que el tiempo pase, una forma de cumplimiento del ciclo vital. Claro que condicionado a la posibilidad de su adopción por parte del pueblo, de ese estrato folk tan bien determinado, entre otros, por el doctor Augusto Raúl Cortazar. [Nº 100, 1965, pp. 32-45]

Con la intención de legitimar el cancionero que había surgido desde el *boom*, el artículo de Lima Quintana [Nº 100, 1965, pp. 32-45] argumentaba que la prolífica producción musical de la época había partido de “lo verdaderamente folklórico”. La extensa nota estaba ampliamente ilustrada con retratos de los protagonistas de la escena de ese momento, al cual describía como un movimiento surgido “a la manera de los grandes cataclismos (...) [con una] violenta irrupción en los diversos ambientes folklóricos”. Sus expresiones dejaban en evidencia las tensiones que el

*boom* había renovado dentro de la red de relaciones del ambiente del folclore, aunque el mismo enunciador entendía como relativa la tensión entre el folclore como concepto cerrado y el dinamismo que había adquirido y reducía la cuestión a un tema semántico y pragmático: “Para evitar polémicas innecesarias, diremos que ninguno de estos creadores afirma que hace folclore. No se les puede combatir en base al disparate (...) Se equivocan aquellos que acusan a los músicos con conocimientos técnicos de no hacer folclore”. Para el autor, quien mantenía la distinción teórica entre lo popular y lo folclórico de sus antecesores, la “*proyección folklórica*” como creación individual, eran “los tramos finales de la escalera al cielo”. Aunque aclaraba que también lo anónimo siempre parte de un origen culto; de acuerdo a su metáfora, los escalones partían del “elemento básico anónimo” hasta llegar al “laboratorio del creador evolucionado” en su etapa de perfeccionamiento.

De este modo planteaba una serie de categorías que le permitían describir una línea evolutiva y cronológica que iba desde “lo folklórico en sí” hasta “la obra del creador culto”:

- Como primera categoría estableció a los “*precursores*”, músicos intuitivos pero que “pertenecen a un nivel cultural más elevado que el estrato folk”<sup>126</sup> [Nº 100, 1965, p. 35].
- Dentro de la segunda categoría, los “*musiqueros*”<sup>127</sup>, distinguía a los “*creadores*” y los “*difusores*”. Los primeros eran continuadores directos de los intuitivos con “cierto abono de técnica” que les permitía producir “un avance sobre mayores

---

<sup>126</sup> Las obras de Hilario Cuadros, Andrés Chazarreta, Manuel Acosta Villafañe se ajustaban a las formas musicales y líricas regionales más tradicionales, lo que le permitía al autor afirmar que entre ellas y el hecho folklórico existían “ligaduras firmes y sólidas”

<sup>127</sup> El autor de la nota aclara que utiliza este término tomada de la obra de José Hernández y Leopoldo Lugones, sin connotaciones peyorativas.

horizontes”, motivo por el cual llegaban a ser artistas más reconocidos<sup>128</sup>. Los otros *musiqueros* eran los creadores de éxitos y su aporte estaba dado por el impulso que significaba para la música nativa su popularidad. Entre ellos el autor reconocía gran variedad de estilos musicales y distintos niveles de “autenticidad”, sin embargo, enfatizaba que lo indiscutible de su aporte radicaba en su capacidad de multiplicar el interés por la música tradicional, aunque fuera en un sentido comercial<sup>129</sup> [Nº 100, 1965, p. 37].

- La última categoría desarrollada por Lima Quintana en su explicación del fenómeno de la explosión de la música nativa era la de “los evolucionados”. Así definía “la labor del músico y poeta cultos que utilizan como materia prima esa misma presencia que el pueblo canta desde siempre”<sup>130</sup>. De acuerdo a esta última categoría, el autor esperaba que el movimiento del folklore pudiera tomar dos rumbos posibles: o emprender un camino de regreso al hecho folklórico, es decir al anonimato a partir de su “apropiación popular”; o “ascender” a la música de cámara o sinfónica. Su análisis no escapaba a los criterios de valoración que hegemonizaban el campo en ese periodo: lo *auténtico* como el origen incontaminado de las piezas y lo *culto* como una posibilidad de engrandecerlas artísticamente [Nº 100, 1965, pp. 38-39].

Hamlet Lima Quintana escribía así desde una mirada evolucionista propia del positivismo científico, pero construyéndose como un enunciador diferente de la rama más académica, cuyos

---

<sup>128</sup> Entre ellos Lima Quintana destacaba a Buenaventura Luna, Polo Giménez, Luis Alberto Peralta Luna, Atuto Mercau Soria, Mario Arnedo Gallo, Sergio Villar, Alberto Rodríguez, para los compositores; y en el plano de la poesía, a Atahualpa Yupanqui, Osvaldo Sosa Cordero y Romildo Riso (autor de Los Ejes de mi Carreta)

<sup>129</sup> Mencionaba los casos de Ramón Ayala, Tránsito Cocomarola, Cholo Aguirre; Carlos y Edgar Di Fulvio, Oscar Vallés, el Chango Rodríguez, Arsenio Aguirre y Aníbal Sampayo, Roberto Cambaré

<sup>130</sup> Por ejemplo, mencionaba a Miguel Ángel Trejo, Ariel Ramírez, Eduardo Falú, Gustavo Leguizamón como compositores; y Jaime Dávalos, Manuel Castilla, Tejada Gómez, Félix Luna, Miguel Brascó como poetas.

referentes funcionaban como cita de autoridad para su desarrollo argumentativo: “abandonemos un camino que no nos corresponde. Al técnico lo técnico, al científico la ciencia y para nosotros, simplemente aquello que nos emociona” [Nº 100, 1965, p. 33].

### **5.3. Las formas de semiotización de la afectividad en el discurso de los *folclorólogos*: una retórica de la pérdida.**

Esta referencia al plano de la afectividad por parte de Lima Quintana lleva nuestra atención al aspecto emocional presente en estos artículos, lo cual no es menor si tenemos en cuenta que reflexionaban y teorizaban acerca de un campo del que sus propios autores formaban parte como agentes activos. Sin embargo, hemos visto cómo estos enunciadores exageraban estilísticamente la distancia entre el sujeto discursivo y su objeto a través de la ausencia de emocionalidad de los textos, y usaban un tono mucho más mesurado que otras secciones de la publicación para referirse al desempeño o *performance* de las expresiones artísticas del campo.

La dimensión emocional es una variable ineludible especialmente con el protagonismo que el giro afectivo viene aportando a los esquemas explicativos de todo fenómeno social (Arfuch, 2016, pp. 247-248). Pero incluso antes de este interés desatado en el ámbito de las ciencias humanas y sociales en la actualidad, el análisis de los discursos como disciplina siempre ha considerado su dimensión emocional, sirviéndose de las categorías clásicas de *ethos*, *logos* y *pathos* y su actualización en la normativa específica de los distintos géneros discursivos. Siguiendo a Arnoux y Di Stéfano (2018), la manifestación —o la ausencia— de emociones en los discursos definen la presentación de sí por parte del enunciador y movilizan las posibilidades de identificación en los receptores, “en la medida en que estos compartan los principios y valores que las sostienen” (p. 4).

Si bien nuestro objeto no es la música en sí, esta formaba parte necesaria de las condiciones de producción y recepción del discurso de *Folklore*, dado que quienes escribían y leían la revista, escuchaban y consumían a los artistas difundidos por ella. En este sentido, lo afectivo aparece nuevamente como una dimensión clave para su análisis, porque atraviesa los sentidos que despliega la música considerada como un fenómeno semiótico, es decir, siguiendo a Díaz y Montes (2020) como un intercambio de signos entre agentes que se da como cualquier otra forma de comunicación humana pero con una especificidad: el sentido que está en juego, más allá del contenido de las letras e incluso de las progresiones melódicas y armónicas, es lo que el cuerpo siente al interpretarla o percibirla.

Además, la relación con lo afectivo es más profunda todavía al ingresar en el universo de las músicas populares, debido a su incidencia sobre la conciencia subjetiva de quienes las consumen, y su contribución en el armado de las tramas argumentales de las narrativas identitarias de los grupos sociales a los que pertenecen (Pablo Vila, 1996 y 2017). De esta manera, por estar inmerso en un campo donde las prácticas —entre ellas las artísticas— se encontraban involucradas en la construcción de una narrativa identitaria nacional, la carga emotiva y la expresión de las emociones es una cuestión a la que el análisis del discurso de *Folklore* debe atender.

Elvira Arnoux y Mariana Di Stéfano (2018) retoman la clasificación realizada por Raphael Micheli, para establecer tres formas posibles de semiotización de las emociones: dichas, mostradas o apuntaladas; y sus respectivos efectos sobre el destinatario. Un enunciado que “dice” la emoción reduce la actividad inferencial del alocutario; si la “muestra”, estimula una interpretación indicial de las marcas. Finalmente, si la emoción está “apuntalada” a partir de la esquematización discursiva de una situación, el alocutario no solo puede inferir el tipo de

emoción que la sostiene, sino que es probable que se sienta identificado con ella, en virtud de normas socioculturales que articulan la manera en la que evaluamos las situaciones y les adjudicamos determinada emoción (p. 16-17).

En las “notas serias”, las emociones eran escasamente nombradas y casi nunca mostradas mediante indicios textuales<sup>131</sup>. Desde su positivismo epistemológico, los folclorólogos pretendían establecer una clara línea separadora entre la razón y la pasión consideradas como ámbitos aislados de la existencia humana. Sin embargo, al rastrear en la arquitectura argumentativa de sus discursos pretendidamente racionales, los fundamentos últimos corresponden al plano de los sentimientos. El *amor* a la patria, el *orgullo* por lo propio, el *temor* por su pérdida, integran para el caso de *Folklore* lo que Raphael Micheli (2011) llama “la construcción argumentativa de las emociones”: un desarrollo de argumentos sobre las disposiciones del sentir (pp. 158-159). Aunque es verdad que sus discursos intentaban borrar las huellas afectivas; lo cierto es que la revista, como instancia discursiva superior, integraba sus voces de expertos bajo la función de apuntalar estos sentimientos a través de la creación de un relato nostálgico en torno a la identidad.

Esta narrativa en la que ciertos elementos del pasado cultural se convierten en un objeto de deseo que debe preservarse en su autenticidad, se inscribe en lo que el antropólogo Santos Gonçalves (2015) denomina *retórica de la pérdida*. Para desarrollar su idea, el autor retoma la categoría francesa de régimen de historicidad desarrollada por François Hartog (2013), desde la cual analiza cómo interviene la experiencia de las distintas temporalidades en las configuraciones identitarias de las naciones de América Latina:

---

<sup>131</sup> En todo caso, las pocas referencias afectivas directas buscaban construir la voz propia y la relación con su destinatario revelándose como competencias discursivas del plano de la retórica; como el hecho de mencionar la gratitud o el honor que sentía Vega al publicar sus trabajos en un medio de tanta difusión como *Folklore* [Nº10, 1961, pp. 42-47].

(...) Un régimen de historicidad (...) es solo la expresión de un orden dominante del tiempo. (...) Trazado por diferentes regímenes de temporalidad, es, en definitiva, una forma de traducir y ordenar las experiencias del tiempo —modos de traducir y articular pasado, presente y futuro— y de darles sentido. (Hartog, 2013, p.139).

Esta categoría acuñada por el historiador francés François Hartog implica volver la mirada a los hechos culturales y políticos de la historia de una sociedad para descubrir los modos de articulación de las temporalidades a lo largo de su historia; lo que permitiría esclarecer los procesos sociales actuales de esa sociedad. Para Hartog, los regímenes de historicidad que caracterizaron a la modernidad y la posmodernidad en Europa y Occidente señalan el paso de una mirada de desprecio al pasado y de valorización del presente únicamente en pos del futuro que es visto como progreso, a una que postulaba el final de las utopías y la supremacía de un “presentismo” que exigía ir en rescate del pasado y según el cual, categorías como *memoria*, *patrimonio* y *conmemoración* tomaron fuerza en el marco de las sociedades golpeadas por grandes tragedias en el siglo XX (Hartog, 2013).

El caso de Latinoamérica requiere tener en cuenta que esta relación entre las temporalidades está atravesada por una perspectiva identitaria. El pasado sería fuente de inspiración para el presente en pos de la construcción de un futuro para la Nación. Este “modernismo identitario” (Santos Gonçalves, 2015, p. 218) implica una mirada selectiva del pasado que se pretende defender, mediante acciones que deben llevarse adelante en el presente, frente a un futuro que representa una “amenaza”. Afín a la noción de “tradición selectiva” de Raymond Williams (1994, pp. 174-176) la propuesta de Santos Gonçalves (2015) emplea la idea de patrimonio para referirse a un proceso activo que se emprende siempre desde determinado contexto socio histórico e implica la reinención del pasado que se busca rescatar. En este sentido, un patrimonio sería “menos expresión de identidad —como si fuera algo dado que puede ser descubierto— que medio de producción de determinada forma de autoconciencia individual y

colectiva” (p. 219). En la concepción temporal propia de la *retórica de la pérdida*, el presente puede ser visto o bien como fuente de destrucción del pasado, o bien como campo de posibilidades para la construcción de un futuro nacional (pp. 214-216).

De acuerdo a esta mirada, las distintas lógicas derivadas de la industria cultural moderna, tales como la circulación de los bienes culturales en el mercado y su reproducción a cargo de los medios masivos de comunicación, tendrían el potencial de ser tanto una amenaza a la autenticidad de los materiales, cuanto aliados para su preservación.

### ***Narrativas identitarias y autenticidad en las Revistas de Música de Latinoamérica***

Según Néstor García Canclini (1989) la genealogía de la música popular latinoamericana —tanto rural como urbana— se ubica en el marco de los discursos identitarios que caracterizan a la modernidad en la región. Tomar en cuenta la historia de las expresiones de las músicas populares en los distintos países abre las puertas para conocer la historia de la construcción de las distintas narrativas nacionales. Tal como afirma la historiadora especializada en música popular brasilera Tania Da Costa:

En naciones más nuevas, como las americanas, paralelamente al mapeo y registro de este selecto repertorio popular-rural, la música popular presente en las ciudades, migrada o no del campo, y difundida por los medios de comunicación, comenzó a disputarse espacios entre los elementos constitutivos de la nacionalidad. (2017, p. 59)

Para el caso de Brasil, la autora analiza el discurso de dos revistas editadas en ese país durante la década del cincuenta, con el interés de determinar su participación en el proyecto de nacionalización a través de la instauración del samba carioca como símbolo de “brasilidad”. Estas son la *Revista da Música Popular* (1954-1956), especializada en las manifestaciones musicales cariocas de las primeras décadas del siglo XX; y la *Revista Do Radio* (1948-1970) de tirada masiva y con foco en el circuito de artistas modernos, aunque sin perder de vista el aporte



de los antiguos sambistas y su repertorio. Según la autora, ambos proyectos editoriales contribuyeron al proceso de inscripción de lo popular en la tradición desde un enfoque conservador de la música y el arte; y como reacción contra el fenómeno de mundialización de la cultura; aun cuando este proceso había hecho posible la puesta en circulación de un repertorio poco conocido para las generaciones más jóvenes (2010, pp. 17-22).

No es difícil encontrar paralelismos entre el enfoque de las revistas brasileras observadas por Da Costa y la revista *Folklore*, en especial para los segmentos analizados en este apartado. Como vimos antes, la autenticidad como línea divisoria de pertenencia entre un nosotros y un ellos, estaba también presente en los proyectos conservadores que contribuyeron a elaborar la narrativa del campo del folclore en Argentina, a través de su institucionalización por parte del Estado y del rol asumido por los medios masivos al respecto en la construcción de los criterios de valoración de las prácticas discursivas. Para el caso brasileiro, la autora advierte que la estrategia de museificación del samba por parte de los discursos de revistas en los años 50 tuvo la finalidad de legitimar y consagrar ese estilo musical como elemento de la identidad nacional e incluirlo en la tradición de música folklórica preservando su autenticidad:

La folklorización de lo popular, es decir, su transformación en tradición, fue la estrategia encontrada para reaccionar ante las transformaciones impuestas por el presente. En este sentido, se seleccionaría del pasado un repertorio a monumentalizar. ‘Museificar’ lo popular fue la estrategia adoptada para evitar fusiones e hibridismos que comprometieran su autenticidad. Los ‘muertos’ preservados serían fijados en soportes y expuestos en museos y archivos, para que las futuras generaciones pudieran conocer nuestra ‘verdadera cultura’. (Da Costa, 2010, p. 9).

En el caso de *Folklore*, la definición de lo auténtico articuló los distintos posicionamientos en disputa a través de los debates que tuvieron lugar en sus páginas entre sus colaboradores; entre ellos mismos, con otros agentes del campo y hasta con sus lectores en la búsqueda de una conceptualización definitiva del folclore como manifestación cultural auténtica.

Como ejemplo de esto encontramos las terminantes palabras de Ciro René Lafón en su artículo “Folklore y Soberanía” [Nº 316, 1981, pp. 82-85]: "Estamos defendiendo la soberanía cultural. Tal cual: sin exageración ninguna. Y lo hacemos sin xenofobias ni chauvinismos". En el desarrollo de la nota convocaba a “conocer y combatir todo aquello que de un modo y otro afecte nuestro patrimonio cultural nacional" y no se refería únicamente a las expresiones musicales foráneas tan de moda en la industria del espectáculo; sino que también criticaba la propia actitud de los intelectuales del campo:

(...) en todo momento nos inundan por los medios de comunicación masiva de frases repetidas una y otra vez como ser nacional, tradición, cultura, cultura nacional, valores tradicionales, raigambre folklórica, folklore ciudadano cultura popular, proyecciones folklóricas, investigación, raíces indígenas y llamados a la inspiración telúrica que han terminado por confundir a la gente, que hace oídos sordos o no escucha o no lee y termina por perder interés (...)

Esta confusión no es patrimonio únicamente de los medios de comunicación masivos en boca o en textos de libretistas, animadores, conductores o productores de programas. En los medios que comúnmente llámanse 'cultos' la confusión es equivalente y la falta de información es corriente. [Nº 316, 1981, pp. 82-85]

### ***La retórica de la pérdida: el tono afectivo de la estrategia discursiva***

En las revistas de música de países latinoamericanos, como las analizadas en el trabajo de Da Costa Garcia (2010) o en este trabajo, ya fuera que se tratara de revistas especializadas, revistas de radio o, como en el caso de *Folklore* una combinación de ambas; los redactores escribían para un tipo particular de destinatarios conformado por aquellos lectores con los que compartían ciertas costumbres, gustos y competencias. En definitiva, se trataba de oyentes de la misma música, la que circulaba en el campo del folclore del que ellos mismos también formaban parte como agentes. Es de suponer entonces que las condiciones de producción de los discursos de *Folklore* estuvieran afectadas por la carga emotiva propia de esa música, que, en el campo del folclore argentino, surgía de la relación de influencia mutua e históricamente situada entre las prácticas artísticas del campo

y los discursos legitimados en él. La imagen de identidad construida por este relato daba lugar a la idea de recuperación y defensa de un patrimonio que no debía ser olvidado ni contaminado, a riesgo de destruir la propia esencia nacional.

El relato dominante del discurso folclórico provenía del Nacionalismo Cultural instaurado por los intelectuales de las élites nacionales de principios del siglo XX y su tarea emprendida en la reconstrucción selectiva de una tradición propia (Williams, 1994); que finalmente respondía a la promoción de valores representativos de sus intereses sectoriales. El discurso folclórico quedó teñido de una característica tonalidad afectiva dominada por el sentimiento de nostalgia por el pago perdido y se plasmó en cancioneros que siguieron transmitiéndose década tras década. Posteriormente encontró una caja de resonancia en las formas de esparcimiento del conjunto provincianos que arribaron como mano de trabajo a las ciudades industriales medio siglo después, trayendo consigo sus prácticas culturales de origen, y resignificando, en el ámbito de las peñas y guitarreadas de comienzo de los sesenta, esta idea de nostalgia (Chamosa, 2012; Molinero, 2011; Díaz, 2009).

*La retórica de la pérdida* aparece en el heterogéneo discurso de la revista *Folklore* como una huella emotiva permanente que puede permitirnos descubrir, siguiendo a Costa y Mozejko (2001, 2002a y 2002b) una estrategia discursiva subyacente para legitimar su propia voz en el campo, como lo reafirma su editorial del último número:

Nosotros queremos continuar con lo que ya hemos conseguido: ser un medio periodístico idóneo para expresar, con todas las letras, el pensamiento y el permanente ánimo creativo de los argentinos (...) Si nos queda algo por lograr es la prédica permanente de los 20 años: la enseñanza del folklore en todos los colegios argentinos, única circunstancia que permitirá madurar a la niñez, conocer las raíces de su patria, los valores de la tradición. (...) No renegamos de la música foránea, la valoramos en su dimensión, pero defendemos lo que consideramos una tradición pura y santa. [N° 316, 1981, pp. 4-5]

Incluir la voz autorizada de folclorólogos y folcloristas ilustrados, y con ellos el aspecto educativo en los contenidos de la revista, era la manera de diluir las contradicciones que simbolizaba su propia presencia en el campo como producto masivo de la industria cultural, destinado a la difusión del mercado de artistas. Así, sus editores forjaron para la publicación la imagen de reservorio de un tesoro nacional vivo, “detentor de un importante patrimonio cultural intangible” (Hartog, 2013, p. 200) entregada a la tarea de proteger los bienes culturales nacionales en riesgo de ser olvidados o corrompidos; además de alentar al resto de los agentes del campo a unir sus esfuerzos en esta dirección; en el contexto de grandes tensiones internas que atravesó el campo en los años comprendidos entre su auge y decadencia.

Si, como se mencionó en el apartado anterior, la última revista demostró un gesto de apertura al diálogo con el mundo del rock en su última etapa, las “notas serias” del mismo período incluían un repertorio léxico que lo emparejaba con el discurso oficial de la dictadura como las ideas de “soberanía cultural”, “penetración” y “defensa de las fronteras”<sup>132</sup> entre otras. La retórica de la pérdida le permitió a *Folklore* asumir el tono afectivo de permanente amenaza y su correlativa actitud de defensa, no solo del repertorio folclórico, sino del campo mismo; en un discurso heterogéneo donde los mensajes de resistencia convivían con líneas de continuidad con el discurso dominante.

---

<sup>132</sup> La editorial N° 256, de marzo de 1976 que argumenta sobre la necesidad de defender las fronteras de las provincias limítrofes de la penetración cultural, puede leerse en consonancia con los programas educativos de la dictadura “Marchemos a la Frontera” y “Gendarmería Infantil”:

“La Radio Nacional Buenos Aires, desde el mes de marzo, suspende sus emisiones a partir de las dos de la mañana, siendo esta emisora una de las pocas armas con que contamos para que se oigan voces argentinas allí donde es poco menos que tierra de nadie (...) Nuestras fronteras, de este modo, quedan totalmente indefensas, y dejamos el camino libre por varias horas a la penetración cultural”. (N° 256, 1976: 3)

### Consideraciones Finales

El folclore, mucho más que un género musical, en nuestro país designa a la compleja red de relaciones entre agentes sociales que llevan adelante distintas actividades y producen diversos tipos de discursos. Música y poesía, pero también entrevistas, investigaciones y noticias periodísticas, contratos comerciales, disposiciones legales y publicidades, son algunas entre muchas otras formas de plasmar discursivamente sus prácticas. Enunciados que no se limitan a lo textual y que instauran un diálogo complejo y permanente entre tradiciones, paradigmas, y lenguajes diversos reunidos en torno a un propósito común: la construcción de una imagen de nación mediante la promoción de valores que se consideran identitarios en tanto permiten distinguir una suerte de *ser nacional*. Entendido de esta manera, como una red de relaciones dinámica y cambiante, o como un *campo* en palabras de Bourdieu (1999), su configuración tiene anclaje en un devenir histórico que puede ser reconstruido a la luz de las tensiones que le dan y le dieron forma desde sus orígenes.

La revista *Folklore*, nacida en un momento de auge y convertida en una instancia de consagración del resto de los agentes en medio de un proceso de autonomización del campo, ocupó un lugar fundamental como reproductora (y productora) del *continuum* de discursos (Amossy, 2000), involucrados en los debates sobre el ser nacional. El recorrido analítico por sus páginas reveló la presencia de tensiones en torno a esta construcción identitaria detrás de las huellas de las estrategias asumidas por los agentes, para cuya asimilación se utilizaron las herramientas teórico

metodológicas de un enfoque socio discursivo, atendiendo a la doble dimensión que pone en relación los discursos con la sociedad.

Mediante la organización del material de acuerdo a una separación en tres etapas históricas representativas del recorrido diacrónico de los veinte años de vida de la publicación, se reconstruyeron las condiciones de producción derivadas del contexto que se insertan como huellas en el discurso. Sobre cada uno de los conjuntos separados por período histórico se tuvieron en cuenta tanto el proceso social global como los hitos más específicos del campo del folclore, y se implementaron distintas herramientas de análisis discursivo para una interpretación profunda de cada tipo textual de acuerdo a su especificidad. Ello permitió develar las estrategias discursivas del agente colectivo detrás de *Folklore*, en su rol de canal de circulación de los diversos posicionamientos y discusiones del campo, por la triple condición que, al decir de Jorge Rivera (1995) cumplen las revistas: como circulación de capital simbólico, como fuente de dicho capital y como capital simbólico en sí mismo.

Antes de finalizar nuestras observaciones, resulta importante considerar que las mismas podrían ampliarse a partir de los agrupamientos de secciones de *Folklore*, que quedaron por fuera del corpus, pero que se muestran como potencialmente fructíferas para continuar la reflexión sobre las estrategias discursivas que orientaron la práctica de los agentes. Se trata de secciones pensadas y escritas pensando en lectoras mujeres, así como contenidos destinados a la lectura de niños y niñas, entre otros, que fueron relevados durante la exploración del material. Del mismo modo, futuras líneas de investigación podrían centrarse en el proceso de recepción del discurso de *Folklore*, tomando como fuente documental una selección de las cartas de lectores publicadas en su respectiva sección en cada número de la revista. Finalmente, los contenidos revisados provocan una reflexión que será necesario afinar y precisar, y que surge de una observación intuitiva sobre

el estudio de la labor intelectual dedicada a la cuestión folclórica en nuestro país. Una lectura detenida de las páginas de *Folklore* demuestra que existieron voces y miradas a lo largo de la historia que, por diversos motivos, quedaron fuera de los principales trabajos sobre el tema, aunque su aporte podría ser provechoso para completar el trazado de un itinerario de conformación del campo intelectual argentino. Este campo de estudio se encuentra muchas veces sesgado por una mirada centralista que deja poco espacio a los acontecimientos y debates surgidos de las provincias y, en ese sentido, las páginas de *Folklore* pueden significar la puerta de entrada para tomar en cuenta perspectivas que aporten un punto de vista novedoso para el estado del arte actual.

Durante el transcurso de la investigación, surgió como evidente que un elemento clave y articulador de las narrativas identitarias, también presente en las estrategias adoptadas para la construcción de enunciador y enunciatario en *Folklore*, es la dimensión pasional. La apelación a lo afectivo apareció como estrategia explícita del agente discursivo en sus titulares y portadas desde las primeras observaciones, y su relevancia se fue haciendo más notoria en el uso de la adjetivación, el registro y estilo de escritura a lo largo de sus páginas, incluso en las diversas variantes que hicieron a la impronta de cada director y jefe de redacción. En sus distintas formas, la apelación a las emociones respondía a estrategias de manipulación discursiva por *pathos* (Arnoux y Di Stefano, 2018); es decir, procuraban respuestas emocionales por parte de los receptores para que luego ellos las incorporaran a las tramas narrativas de su propia construcción identitaria con influencia sobre sus preferencias y selecciones en cuanto a gustos musicales. No olvidemos que, desde nuestro marco conceptual, la dimensión emocional, tanto en su contenido como en su forma, está socialmente condicionada e incorporada al *hábitus* (Bourdieu y Wacquant, 1999) en la trayectoria de los agentes a partir de su lugar social; y posee una fuerte incidencia tanto en las prácticas como

en la representación de ellas por parte de los individuos, lo cual incluye sus gustos y preferencias culturales.

La dimensión pasional en *Folklore* reveló la presencia de un *plurienunciatorio*, cuya construcción buscaba ser lo más diversificada posible. En él convivían la valoración de sentimientos ligados a lo auténtico y lo tradicional, junto a la manifestación de una emocionalidad exaltada, asociada al fervor del protagonismo juvenil que marcó la época. Sus mensajes se dirigían tanto a aquellos que consideraban la manifestación de sentimientos y subjetividad como una virtud, como a los que requerían de la supresión de toda emocionalidad para percibir como legítimo un discurso.

Fue el análisis de las portadas —aunque idéntica ilación puede extraerse en base a la conformación de los cancioneros de cada ejemplar— el que nos reveló la heterogeneidad del mapa de artistas y expuso la existencia de una estrategia basada en el *impulso de inclusión*; la misma que dejó lugar en sus páginas para los representantes de las corrientes artísticas más antagónicas y, encarnados en ellos, valores, creencias e imaginarios situados en polos opuestos. Muchos de estos elementos contradictorios entre sí son testimonio de las discusiones sostenidas por los otros enunciadores a través de las páginas de *Folklore*, y reguladas por una suerte de arbitraje a cargo de los editores, que eran quienes detentaban el poder de la última palabra. Estas disputas estaban asociadas a los criterios de valoración de las prácticas de acuerdo a dicotomías tales como:

- lo auténtico/ las imitaciones
- lo tradicional/lo innovador
- lo artísticamente calificado/lo comercialmente rentable
- el espíritu festivalero/ la solemnidad de las manifestaciones,



y daban lugar a nuevas discusiones nacidas al calor del campo, tales como los enfrentamientos entre antiguos compañeros de grupo derivados del choque entre una concepción individualista del arte y otra que asume la dinámica colectiva de creación, el debate sobre la ubicación de una *verdadera* Argentina en el interior del país a pesar del predominio de Buenos Aires en las lógicas mercantilistas de la industria, los cuestionamientos a la modalidad hegemónica de las prácticas folclóricas basados en la tensión sobre lo popular y lo culto, por un lado, y en la idea del compromiso social del artista, por el otro.

Otro conjunto discursivo dentro de nuestro corpus reafirma esta tendencia hacia la inclusión: las entrevistas, como espacio reservado para el despliegue de los diferentes puntos de vista en el campo gracias al juego de presencias e interacciones que habilitan (Arfuch, 1995), subsumen estas diferencias a una dicotomía mayor (nosotros/los otros). Dentro de ella, el resto de las tensiones aparecen compartiendo el mismo polo, y cada uno de los posicionamientos le da un nuevo matiz: ya fuera mostrando lo *nuestro* con orgullo, como digno de competir en igualdad de condiciones con representaciones culturales de cualquier sociedad del mundo, influenciado por un ánimo de temor por el avance de la modernidad sobre las tradiciones, bajo la forma de una herramienta aleccionadora del autoritarismo nacionalista para someter a las juventudes, o en representación de la voluntad de comprender nuestra especificidad cultural de un modo más amplio en el territorio de fronteras inclusivas de una patria latinoamericana.

Como puede verse, estas disputas y tensiones no son equiparables entre sí: tienen distinta entidad y provocan diferente impacto sobre la práctica de los agentes. Algunos fueron debates sostenidos entre los propios artistas, otros ponían a dialogar agentes e instituciones que ocupaban lugares distantes dentro del mismo campo, algunos implicaban la defensa de valores, otros determinaban fuertes enemistades. Y todas movilizaban las cadenas argumentativas para dar

respuesta al *problema de los argentinos*, en un sentido amplio y atravesado por la tensión política y social del período. Cada una a su manera, la diversidad de posturas siempre incluía un pronunciamiento en defensa del folclore nacional. De ese modo, tomaba forma un mercado en el que los bienes artísticos producidos bajo estas condiciones se convertían en baluartes de la identidad, que debían ser defendidos en su competencia con otros géneros de la industria cultural, bajo la premisa del enfrentamiento de lo *nuestro* frente a lo *foráneo*.

El hecho es que esta fuerza inclusiva de alguna manera suavizaba las tensiones cuando se trataba de conformar esta *familia*, de acuerdo a la concepción del campo expresada en el discurso de *Folklore*, especialmente en momentos de crisis a las que únicamente se podía sobrellevar a partir del esfuerzo mancomunado. Este fue el tono que inundó las editoriales, desde las que se emplearon nociones como *trabajo*, *deber*, *tarea* y *esfuerzo* para definir la actividad de los editores y al mismo tiempo, para proyectar una imagen metafórica de lo que se esperaba de los agentes del campo en una mayor escala. Justamente este conjunto discursivo fue el más permeable al cruce con el ámbito político, y plasmó las sucesivas crisis por la politización creciente y la posterior represión cultural que experimentó el campo entre dictaduras y semidemocracias con sus sucesivas crisis económicas y su impacto sobre el propio mercado.

Asimismo, el giro hacia contenidos más intelectuales como adaptación a las circunstancias desfavorables del campo y la necesidad de consolidar su lugar legítimo como el principal órgano de difusión en el sistema consagrador desde el *boom* del folclore, fortaleció una estrategia discursiva basada en el impulso inverso. El impulso de *exclusión*, como otra cara de la misma moneda, estuvo a cargo de los folclorólogos y sus notas *serias*, ocupadas en dar un marco científico a la red conceptual en torno al fenómeno del folclore, trazando sus fronteras y límites. La inclusión de estas voces autorizadas fue una constante, aunque con variaciones de

forma y contenido a lo largo del tiempo; y apuntó a construir la imagen de enunciador legítimo para fundamentar en los hechos la competencia que se atribuía el agente en la consagración de artistas. Con ellas, se aspiraba a borrar las contradicciones que podía arrastrar su intervención en el campo del folclore utilizando las lógicas de funcionamiento propias de la modernidad, de la industria cultural masiva. No debemos perder de vista que nuestro objeto de estudio fue, al mismo tiempo, un órgano de difusión propio de la cultura de masas y una instancia de consagración del campo de la música folclórica argentina de su época.

El proceso de autonomización del campo había comenzado con la conformación de un mercado de artistas a partir del fenómeno de profesionalización iniciado en los años veinte, cuya máxima expresión fue la explosión del folclore en los años sesenta. En ese proceso se configuraron las instancias consagratorias tales como el Festival Nacional de Folklore de Cosquín y el nacimiento de la revista *Folklore*, que garantizaban la circulación del capital específico y también económico; y requerían establecer claramente las reglas de acuerdo a las que se librarían las luchas internas por posicionarse en el centro del campo. La apelación a la dimensión pasional para movilizar los sentimientos de sus lectores, dada por la elaboración de relatos estereotipados sobre los artistas y oyentes de folclore, así como el uso retórico y anafórico de ciertos epítetos nacionalistas, coincidía con la exaltación del patriotismo como tono afectivo dominante en los discursos del campo desde el cual la revista trazó su misión y su programa.

Desde el primer número *Folklore* se dirigió a sus destinatarios como “amigo folklorista, estimado lector” [Nº 1, 1961 p. 34] pidiendo su opinión y apoyo para una tarea que requería de voluntad y compromiso. Al mismo tiempo construyó su propio lugar como árbitro entre la lógica del sistema de medios masivos de la época y las exigencias del campo. Tensiones que eran constitutivas del campo se reactualizaron entonces, en las disputas generadas por los mecanismos

y criterios de valoración de las prácticas; en la necesidad de determinar quiénes eran los imitadores y quiénes los auténticos, qué intereses defendían las grabadoras y qué incentivaba al artista, qué posibilidades de éxito tenían quienes no se encontraban en la capital, qué recepción hacían de nuestra música nativa en el exterior, cómo se definían las cuestiones de propiedad intelectual de temas y nombres de conjuntos de acuerdo a las regulaciones legales vigentes y las necesarias, entre otras discusiones.

Sobre la base de la *illusio* (Bourdieu - Wacquant, 1999) compartida por todos los miembros y sustentada en la *doxa* común a una *retórica de la pérdida* (Santos Gonçalves, 2015), sus páginas desplegaron estrategias vinculadas a la depuración del mercado mediante la *exclusión* de todo aquello que estuviera por fuera de los límites simbólicos; mientras que en lo pragmático, el mecanismo de *inclusión* unificaba todas las expresiones bajo el discurso de una misión común, mezcla de amor, orgullo y defensa; y en definitiva garantizaba la conformación de un mercado seguro, fundado sobre el compromiso y la fidelidad de los consumidores. En este sentido, podemos afirmar la relevancia de nuestra revista para el campo del folclore a partir de su incidencia, con lógicas propias de la industria cultural, sobre la regulación de los sentimientos y valores asociados a la identidad nacional, y, en especial, a partir de su posicionamiento como agente central en la construcción de un relato identitario legítimo, precisamente en el marco de un proceso de expansión del campo, que había acentuado las contradicciones internas.

## Referencias Bibliográficas

Alabarces, Pablo y Añón, Valeria (2008) “¿Popular(es) o subalterno(s)? De la retórica a la pregunta por el poder”, en Alabarces, Pablo y María G. Rodríguez (comps.): Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular. Paidós, Buenos Aires.

Alabarces, Pablo (2001) Fútbol y Patria. Prometeo Ediciones.

----- (2007) 10 apuntes para una sociología de la música popular en la Argentina. En Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura; N° 52. Revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. 35-42.

----- (2020) Pospopulares. Las culturas populares después de la hibridación. CALAS. Centro Maria Cibylla Merian de Estudios Latinoamericanos Avanzados en Humanidades y Ciencias Sociales: Universidad de Guadalajara.

Amossy, Ruth [et al.]. (2016) El análisis del discurso polémico: disputas, querellas y controversias. Compilado por Ana Soledad Montero. Buenos Aires: Prometeo Libros

----- (2000) L'argumentation dans le discours. París, Nathan.

----- (2018) La présentation de soi. Ethos et identité verbale. Paris-Buenos Aires: Prometeo libros.

Anderson, Benedict. (1993) Comunidades Imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo (Trad. E. L. Suárez). Fondo de Cultura Económica: México. (Trabajo original publicado en 1983).

Anscombre, J.C. y Ducrot, O. (1983) La argumentación en la lengua. Madrid: Gredos.

Arán, Pampa Olga [ed.] (2016). La herencia de Bajtín. Reflexiones y migraciones. Córdoba: Centro de Estudios Avanzados. UNC.

Arfuch, Leonor. (1995) La entrevista, una invención dialógica. España: Ediciones Paidós.

----- (2016) El 'giro afectivo'. Emociones, subjetividad y política en Revista DeSignis N° 24 Argentina. 245-254

Arnoux, Elvira N. de (2006). Análisis del Discurso. Modos de abordar materiales de archivo. Buenos Aires, Santiago Arcos.

Arnoux, Elvira N. de y Di Stefano, Mariana. (2018) "La dimensión emocional de los discursos", en E. Arnoux y M. di Stefano (Ed.), Identidades discursivas: enfoques retórico-argumentativos (Introducción) Buenos Aires: Cabiria.

Austin, John (1982) Cómo hacer cosas con palabras, Buenos Aires, Paidós.

Avellaneda, Andrés. (2006) El discurso de represión cultural (1960-1983). Revista Escribas, N° III Facultad de Filosofía y Humanidades-UNC. 31-43

Bajtín, Mijail. (1982) Estética de la creación verbal, México: Siglo XXI

Barthes, Roland. (1986) Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces. Buenos Aires: PAIDÓS

Beigel, Fernanda. (2003) Las revistas culturales como documentos de la historia latinoamericana, en Utopía y praxis Latinoamericana, enero-marzo, año/vol. 8, número 020, Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela. 105-115

Blache, Martha y Dupey, Ana María (2007) Itinerarios de los estudios folklóricos en Relaciones de la Sociedad Argentina de Antropología XXXII. Buenos Aires. 299-317

Bourdieu, Pierre. (1988) *La distinción*. Madrid, Ed. Taurus.

----- (2003). "El mercado de los bienes simbólicos" en Creencia artística y bienes simbólicos. Elementos para una sociología de la cultura. Córdoba, Ed. Aurelia Rivera.

Bourdieu, Pierre. y Wacquant, Loic. (1999) Respuestas: Por una antropología reflexiva. México, Grijalbo.

Bruno, María Sol (2014). “Tonos y Toneles”, dónde caía todo el mundo y pasaba absolutamente todo. [Ponencia] XI Congreso Argentino de Antropología Social, Rosario.  
<https://www.aacademica.org/000-081/1015>

Cavallo, Milagros. (2013) La revista Folklore: boom folklórico, nacionalismo y dictadura (1961-1981) [Tesis Licenciatura en Historia] Universidad Torcuato di Tella.  
<http://repositorio.utdt.edu/handle/utdt/1539>

Cavarozzi, Marcelo. (1987). Autoritarismo y democracia (1955-1983). Buenos Aires, CEAL.

Chamosa, Oscar. (2012) Breve historia del folklore Argentino. 1920-1970: identidad, política y nación. Edhasa: Bs. As.

Costa, Ricardo [et al.] (2015) Hacer la diferencia. Abordaje sociocrítico de prácticas discursivas. Villa María: Eduvim

Costa, Ricardo y Mozejko, Teresa. (2001) El discurso como práctica: Lugares desde donde se escribe la historia. Santa Fe: Homo Sapiens Editores

----- (2002a) Lugares del decir - Competencia social y estrategias discursivas. Santa Fe: Homo Sapiens Ediciones

----- (2002b) Lugares del decir 2- Santa Fe: Homo Sapiens Ediciones.

Da Costa Garcia, Tania (2010) Folclorização do Popular, uma operação de resistência a mundialização da cultura. En Revista ArtCultura, Nº 12. Universidade Federal de Uberlândia. 7-22.

----- (2013). História e Música: consenso, polêmicas e desafios en Lemos França, Susani Silveyra, Questoes que incomodam ao historiador. São Paulo: Alameda

----- (2017). A folclorização do samba carioca: memória, história e identidade en Revista ArtCultura, vol° 19, N° 34. Universidade Federal de Uberlândia. 57-70.

Dalmaroni, Miguel.(2009) La investigación literaria. Problemas iniciales de una práctica. Santa Fe: UNL.

Dávila, Andrés (1999) Las perspectivas metodológicas cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. Debate teórico e implicaciones praxeológicas en Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales, Delgado, J. M., Gutiérrez, J. (coordinadores). (Pp. 79-86) Ed. Síntesis.

Díaz, Claudio. (2009) Variaciones sobre el “ser nacional”. Una aproximación sociodiscursiva al “folklore” argentino. Córdoba: Ediciones Recovecos.

----- (2013). Recepción y apropiación de músicas populares: dispositivos de enunciación, lugares sociales e identidades en Revista El oído Pensante, Año I, N° 2. Universidad Nacional de Buenos Aires.

----- (2020). Folklore y Rock en la Argentina: Disputas, cruces y apropiaciones. XIV Congreso IASPM LA, Medellín. [Video] YouTube: <https://youtu.be/FcdSx7P4QdQ>

Donozo, Leandro (2009) Guía de Revistas de Música de la Argentina (1829-2007). Buenos Aires: El Gourmet Musical.

Díaz, Claudio F. y Díaz, Natalia E. (2015) "Devolverle el cuerpo a la gente" Danzas folklóricas y disputas por los sentidos de corporalidad. En *Fisuras en el sentido. Músicas populares y luchas simbólicas*. Córdoba: Ed. Recovecos. Compilador Claudio F. Díaz <http://doi.org/10.52550/26JB18>



Díaz, Claudio y Montes, M. de los Ángeles. (2020). Músicas populares, cognición, afectos e interpelación. Un abordaje socio-semiótico. En *El oído Pensante*, 8(2).

<https://doi.org/10.34096/oidopensante.v8n2.8058>

Eco, Humberto. (1981) *Lector in fabula* Barcelona, Lumen

Fairclough, Norman y Wodak, Ruth. (2000) Análisis crítico del discurso [Cap. 10] en Van Dijk, Teun (Ed.), *El discurso como interacción Social. Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria.* (pp. 367-404 Vol. 2) Gedisa: Barcelona.

Fischerman, Diego. (2004). *Efecto Beethoven.* Buenos Aires: Planeta.

Fischman, Fernando (2019) De vinculaciones y desvinculaciones. Discusiones en torno al folklore, el nacionalismo y la identidad en el último cuarto del Siglo XX en *RECIAL: Revista del Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades, Áreas Letras*, Vol. 10, N°. 16 [Dossier: Nuevas articulaciones entre Folclore, Política y Nación en América Latina]

Florine, Jane. (2016) *El duende musical y cultural de Cosquín, el Festival Nacional de Folklore argentino.* Buenos Aires, Editorial Dunken.

Foucault, Michel. (2015) *La arqueología del saber* Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Franco, Marina. (2012) *Un enemigo para la nación: orden interno, violencia y "subversión", 1973-1976.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

Frith, Simon. (2001) *Hacia una estética de la música popular* (Traducción de Silvia Martínez), en Francisco Cruces et. al. (Ed.), *Las culturas musicales. Lecturas en etnomusicología.* Madrid: Ed. Trotta, pp. 413-435.

García Canclini, Néstor. (1987) Ni folklórico ni masivo ¿qué es lo popular? en Revista Diálogos de la Comunicación, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS. N°. 17

----- (1989) Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: Ed. Grijalbo.

Garramuño, F. (1997). Genealogías culturales. Rosario: B. Viterbo.

Gilman, Claudia. (1999) Las revistas y los límites de lo decible: cartografía de una época, en Sosnowski, Saúl (Ed.) La cultura de un siglo -América Latina en sus revistas. (pp. 461-469) Madrid- Buenos Aires: Alianza Editorial S.A.

Goffman, Irving (1997) La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires: Amarrortu.

González, Juan Pablo. (2001) Musicología popular en América Latina. Síntesis de sus logros, problemas y desafíos en Revista Musical Chilena. Vol. 55, n° 195, 38-64. Santiago de Chile.

Guerrero, Juliana. (2014) Medio siglo de ambigüedad: el problema terminológico-conceptual de la ‘música de proyección folclórica’ argentina en Runa Vol. 35, N° 2 51-66.  
<http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/runa/article/view/1167/1145>

Halbwachs, Maurice. (2004) La memoria colectiva. Zaragoza: Prensas Universitarias.

Hartog, François (2013). Regimes de Historicidade. Presentismo e experiência do tempo. Belo Horizonte. Editora Autêntica.

Herrnstein Smith, Barbara (1998) Contingencies of Value. Alternative Perspectives for Critical Theory. [Traducción de Ricardo J. Kaliman, para los Estudiantes de Teoría y Análisis

Literarios, Facultad de Filosofía y Letras UNT, del capítulo 3, "Contingencies of Value", Tucumán, mayo de 1998 pp. 30-53.] Cambridge, Estados Unidos: Harvard University Press.

Hoggart, Richard (1974) Los estudios culturales contemporáneos: literatura y sociedad, en Malcolm Bradbury & David Palmer (Eds.) Crítica contemporánea. Madrid: Cátedra, 187-207.

Jackobson, Roman. (1981) "Ensayos de lingüística general" Barcelona: Ed. Six Barral

Kaliman, Ricardo (2013). Sociología de las identidades. Conceptos para el estudio de la reproducción y la transformación cultural. Villa María-San Salvador de Jujuy: EDUVIM-EdiUnju.

----- (2003). Alhajita es tu canto. El capital simbólico de Atahualpa Yupanqui. Tucumán: Proyecto "Identidad y reproducción cultural en los Andes" IHPA, Facultad de Filosofía y Letras.

----- (2017) Dos actitudes ilustradas hacia la música popular. Para una historia social de la industria del folklore musical argentino en Revista Argentina de Musicología (Asociación Argentina de Musicología) n° 17. 39-56

Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1986) La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje. Buenos Aires: Hachette

Luna, Félix. (2011). Encuentros a lo largo de mi vida. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.

Madoery, Diego (2017) Estudios sobre el folklore musical argentino, en Revista Argentina de Musicología, n° 17. 15-38

Maingueneau, Dominique (2008) Términos clave del análisis del discurso. Buenos Aires: Nueva Visión

----- (2016). Las dos restricciones sobre la polémica en Amossy, Ruth [et al.] El análisis del discurso polémico: disputas, querellas y controversias. Compilado por Ana Soledad Montero. Buenos Aires: Prometeo Libros (Pp. 55-65)

----- (1989) Introducción a los métodos de análisis del discurso. Buenos Aires: Hachette.

----- (2002) Problèmes d'ethos, en Pratiques Volumen 113/114. 55-67.

----- (2005) L'analyse du discours et ses frontières, en Marges linguistiques, vol. 9, 64-75.

----- (2009). Análisis de textos de comunicación. Buenos Aires: Nueva Visión.

----- (2016). Las dos restricciones de la polémica en Ana Soledad Montero (Comp.) El análisis del discurso polémico: disputas, querellas y controversias. (pp. 55 a 66) Buenos Aires: Prometeo Libros

Mamani, Ariel. (2015). Caudillismo, música folklórica y usos políticos del pasado. Félix Luna y la polémica historiográfica en torno a Los Caudillos. en Cuadernos De Historia. Serie Economía y Sociedad, (13/14). 247–263.

<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/cuadernosdehistoriaeys/article/view/11290>

Marchini, Darío. (2008) No toquen. Músicos populares, gobierno y sociedad / utopía, persecución y listas negras en la Argentina 1960-1983. Bs. As.: Ed. Catálogos.

Mazzaferro, Alina. (2015) La cultura de la celebridad. Una historia del starsystem en la Argentina. Buenos Aires Eudeba.

Micheli, Raphaël (2008) Las emociones como objetos de construcciones argumentativas en revista Argumentation, vol. 24, núm. 1, 1-17

----- (2011). Las emociones como objetos de construcciones argumentativas en Cultura y Discurso – UAM-X. N°26 141-166

Molina, Juan Alberto (1986). Cosquín. Crónica del Festival nacional de Folklore 1961-1985. Córdoba: Ed. El Oeste.

Molinero, Carlos. (2011) Militancia de la canción: política en el canto folklórico de la Argentina. 1944-1975. Buenos Aires: De aquí a la vuelta.

Molinero, Carlos y Vila, Pablo (2017) Cantando los afectos militantes. Las emociones y los afectos en dos obras del canto folklórico peronista y marxista de los '70. Buenos Aires: Academia Nacional de Folklore. Sección I. Págs. 17-104.

Ortiz, R (2009) La supremacía del inglés en la Ciencias Sociales. Buenos Aires: Siglo XX Editores.

Parodi, Julia. (2019). Folkloristas y Folklorólogos: las estrategias de inclusión y exclusión en el discurso de la revista Folklore (1961-1981). en Recial, 10(16).  
<https://doi.org/10.53971/2718.658x.v10.n16.26993>

Patiño Mayer, Lucía (2016) Historia del Festival Nacional del Folcklore de Cosquín 1973-1977: para una historia cultural de la última dictadura militar argentina [Tesis de Maestría] Universidad Nacional de Lanús.  
[http://www.repositoriojmr.unla.edu.ar/download/Tesis/MAMIC/Pati%C3%B1o\\_L\\_Historia\\_2016.pdf](http://www.repositoriojmr.unla.edu.ar/download/Tesis/MAMIC/Pati%C3%B1o_L_Historia_2016.pdf)

Patiño, Roxana y Schwartz, Jorge. (2004) Introducción, en Revista Iberoamericana, Vol. 208-209. 647-650

Plantin, Christian (2016) De polemistas a polemizadores en Amossy, Ruth [et al.] El análisis del discurso polémico: disputas, querellas y controversias. Compilado por Ana Soledad Montero. Buenos Aires: Prometeo Libros (pp. 71-81)

Prieto, Adolfo. (2006) El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna - 1a ed. - Buenos Aires : Siglo XXI Editores Argentina.

Pujol, Sergio (1999). Historia del baile. De la milonga a la disco. Emecé, Buenos Aires.

Rivera, Jorge (1995) El Periodismo Cultural. Buenos Aires: Paidós Ibérica.

Rocca, Pablo. (2005) Por qué y para qué una revista (Sobre su naturaleza y su función en el campo cultural latinoamericano) en Revistas culturales uruguayas: estudios e índice (1865-1974). Programa de Documentación en Literaturas Uruguaya y Latinoamericana, FHCE, UdelaR.

Santos Gonçalves, Jose Reginaldo (2015) O mal-estar no patrimônio: identidade, tempo e destruição en Revista Estudos Históricos. Rio de Janeiro, vol. 28, no 55. 211-228

Sarlo, Beatriz. (1992) Intelectuales y revistas: razones de una práctica, en Les discours culturels dans les revues latino-américaines de 1940 à 1970. América, Cahiers du CRICCAL No 9-10. Paris: Presses de la Sorbonne Nouvelle. 9-16

Sautú, Ruth. (2003) Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación. Buenos Aires: Editorial Lumiere.

Serbia, José María. (2007) Diseño, muestreo y análisis en la investigación cualitativa en Revista Hologramática – Facultad de Ciencias Sociales – UNLZ - Año IV, Número 7, V3, pp. 123 - 146. [www.hologramatica.com.ar](http://www.hologramatica.com.ar) o [www.unlz.edu.ar/sociales/hologramatica](http://www.unlz.edu.ar/sociales/hologramatica)

Siragusa, Cristina Andrea. (2006) Las revistas político-culturales locales: construirse desde 'la orilla', [Disertación en X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Red Nacional de Investigadores en Comunicación: San Juan].

Terán, Oscar. (1987) Positivismo y Nación en la Argentina. Puntosur Editores: Bs. As.

Tuninetti, Ángel. (2012). Configuración del espacio folklórico argentino en las "Selecciones Folklóricas Codex" (1965-66) en Revista general de información y documentación, Vol. 22, N° 1. 247-265 <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/cgi-bin/library.cgi?c=es/es-019&a=d&d=article39659oai>

Van Dijk, Teun (2000) El discurso como interacción social en Van Dijk, Teun (Ed.) Estudios del discurso, introducción multidisciplinaria, (pp 19-66, vol. 2). Barcelona: Gedisa.

Verón, Eliseo (1988) "Presse écrite et théorie des discours sociaux: production, réception, régulation" en La presse. Produit, production, réception, Paris, Didier Erudition. 11-25

----- (1987) La palabra adversativa. en: El discurso político. Lenguaje y acontecimientos. Hachette, Buenos Aires.

----- (1993) La semiosis social. Barcelona, Gedisa.

Vila, Pablo (2017). Music, Dance, Affect, and Emotions: Where We Are Now en Music, Dance, Affect, and Emotions in Latin America Lexington Books: EEUU 1-39.

----- (1996) Identidades narrativas y música. Una primera propuesta para entender sus relaciones. en Revista Transcultural de música Vol. 2.

<http://www.sibetrans.com/trans/index.htm>

Williams, Raymond. (1994) Sociología de la Cultura, España: Editorial Paidós.

Wodak, Ruth. (2003). De qué trata el análisis crítico del discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y sus desarrollos. En Wodak y Meyer (Eds.), *Métodos de análisis crítico del discurso*, (pp. 17- 34). Barcelona: Gedisa.



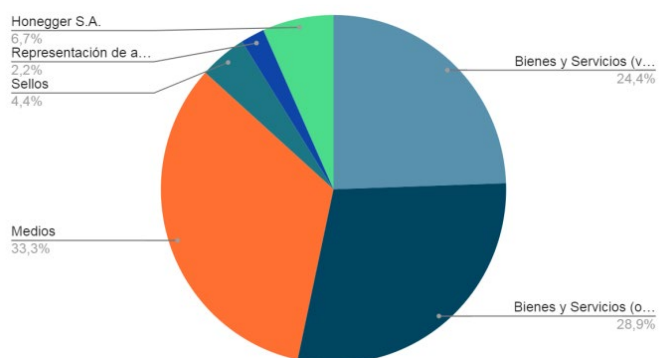
## Tablas y figuras

**Tabla 1** Los artistas más mencionados en los cancioneros de la muestra de Folklore

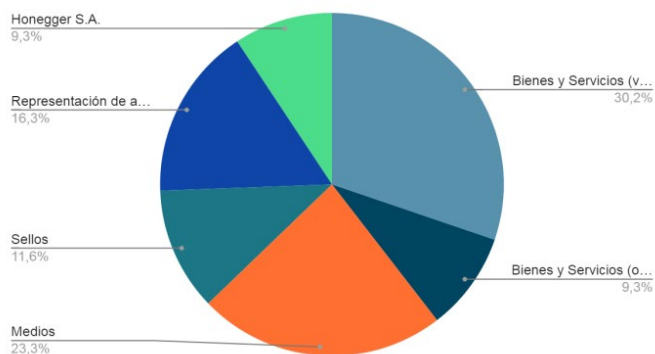
Artista	Total de menciones	Total de números que lo nombran	Total de números por etapa		
			1961-1981	Etapa 1 1961-1969	Etapa 2 1969-1974
<i>Yupanqui, Atahualpa</i>	75	25	10	9	6
<i>Falú, Eduardo</i>	33	20	9	9	2
<i>Dávalos, Jaime (letra)</i>	32	17	5	10	2
<i>Rodríguez, Chango</i>	26	16	8	6	2
<i>Valles, Oscar</i>	22	15	4	8	3
<i>Belloso, Waldo</i>	15	13	6	7	0
<i>Guarany, Horacio</i>	20	13	6	7	0
<i>Ábalos Hnos.</i>	12	12	7	5	0
<i>Castilla, Manuel J.</i>	15	11	4	4	3
<i>Cabeza, Ernesto</i>	10	10	5	4	1
<i>Isella, César</i>	10	10	1	9	0
<i>Leguizamón, Gustavo</i>	12	9	3	4	2
<i>Cambaré, Roberto</i>	8	8	5	2	1
<i>Lima Quintana,</i>	11	8	2	5	1
<i>Los Chalchaleros</i>	6	6	4	2	0
<i>Tejada Gómez</i>	9	9	3	5	1
<i>Ayala, Ramón</i>	7	7	4	2	1
<i>Chazarreta, Andrés</i>	6	6	2	2	2
<i>Cafrune, Jorge</i>	7	7	3	4	0
<i>Di Fulvio, Carlos</i>	7	6	1	4	1
<i>Los Cantores de Quilla Huasi</i>	6	6	4	2	0
<i>Petrocelli, Ariel</i>	7	7	2	3	2
<i>Sosa, Mercedes</i>	5	5	1	2	2
<i>Figuroa Reyes, Hernán</i>	5	5	2	3	0

**Tabla 2:** Tipos de anunciantes y porcentajes en cada etapa.

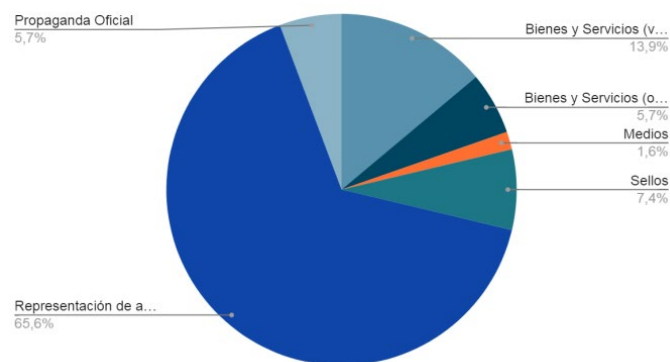
Rubros/etapas	1ra (1961-1965)	2da (1965-1973)	3ra (1973-1981)
<b>Bienes y Servicios</b>	24.5%	30%	14%
<b>ByS (otros)</b>	29%	9.5%	6%
<b>Medios</b>	33%	23%	2%
<b>Sellos</b>	4.5%	12%	7%
<b>Productores/ representantes</b>	2%	16%	65%
<b>Honegger SA</b>	7%	9.5%	0%
<b>Propaganda oficial</b>	0%	0%	6%

**Figura 1**

Porcentaje de anunciantes por rubro (Etapa 1)

**Figura 2**

Porcentaje de anunciantes por rubro (Etapa 2)

**Figura 3**

Porcentaje de anunciantes por rubro (Etapa 3)



La efusividad del público obligó a menudo a la intervención de la policía...



Los niños y los jóvenes, atraídos por la gran personalidad de Horacio Guarany.

**Figura 4**

*Folklore* Nº 90, 1965: 4

**Figura 5**

*Folklore* Nº 90, 1965: 5



fecto fogón gaucho, y ha adornado con claveles del aire el crucero del pozo, en cuyo fondo pone a enfriar el vino, al uso estanciero...

"Y ya que hablamos de payadores —nos agrega, para terminar, Horacio Guarany— quiero decirle dos cosas: Primero, que ha estado visitando en estos

Cualquier momento o lugar es adecuado para oír el canto de Horacio Guarany.



Figura 6

Folklore N° 58, 1963.



**Viernes 25, jornada dedicada a la Mujer Argentina. En esa noche la presentación de Adelina Villanueva, a punto de ser madre.**

**Un parte de prensa suministrado por los coordinadores del espectáculo anunciaba la falta de discriminación para con intérpretes del "índex" y su repertorio. De todos modos una inusual "vigilancia" cercó a Mercedes Sosa. La nota gráfica es elocuente. La cantante no sólo moviliza multitudes de público, también lo logra con el cuerpo policial.**

**pie firme junto al escen**



**Figura 7**

"Cosquín en Fotos", N° 230, 1974, P. 36.





Figura 8

Mosaico de la muestra



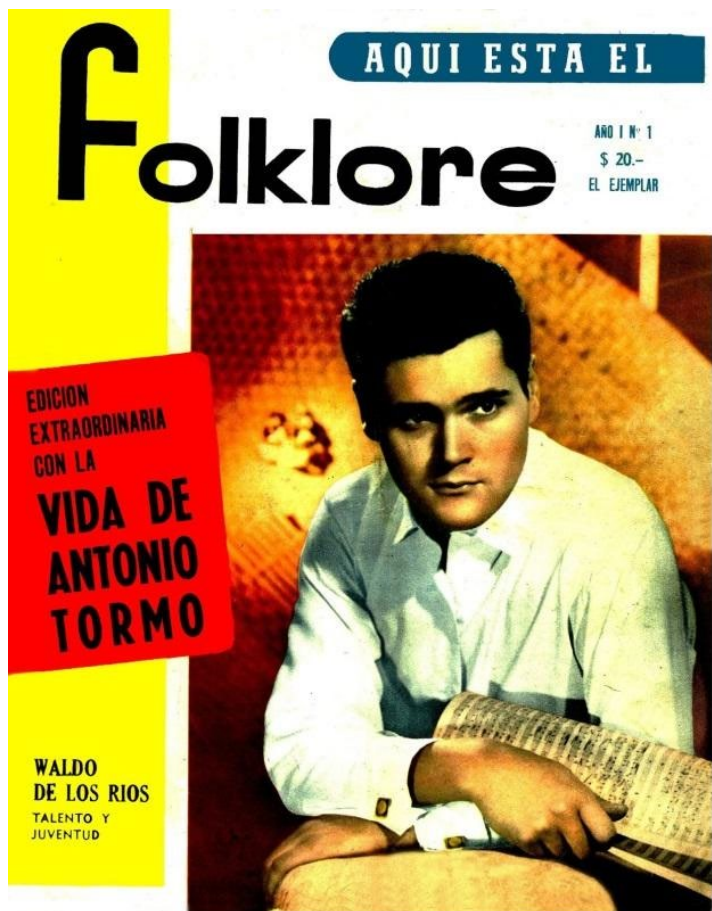


Figura 9  
Folklore N° 1, 1961



Figura 10  
Folklore N° 136, 1966



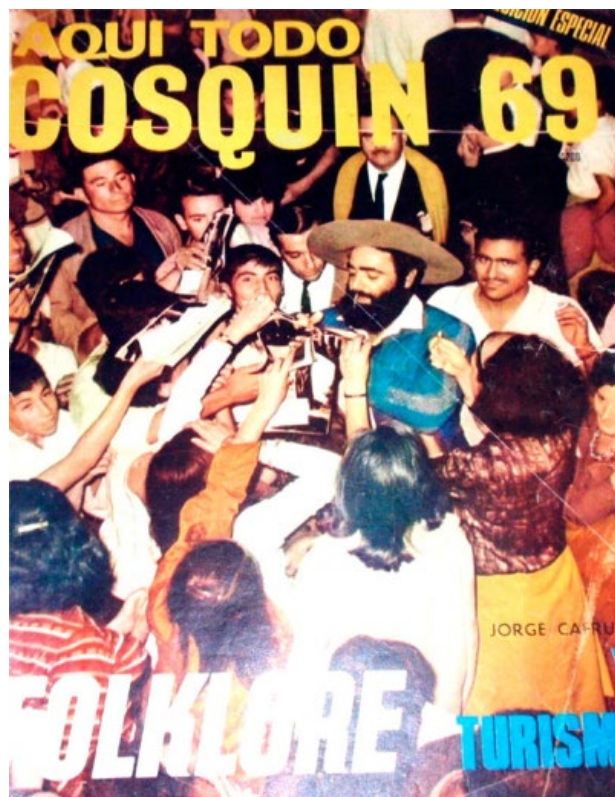
Figura 11  
Folklore N° 208, 1972



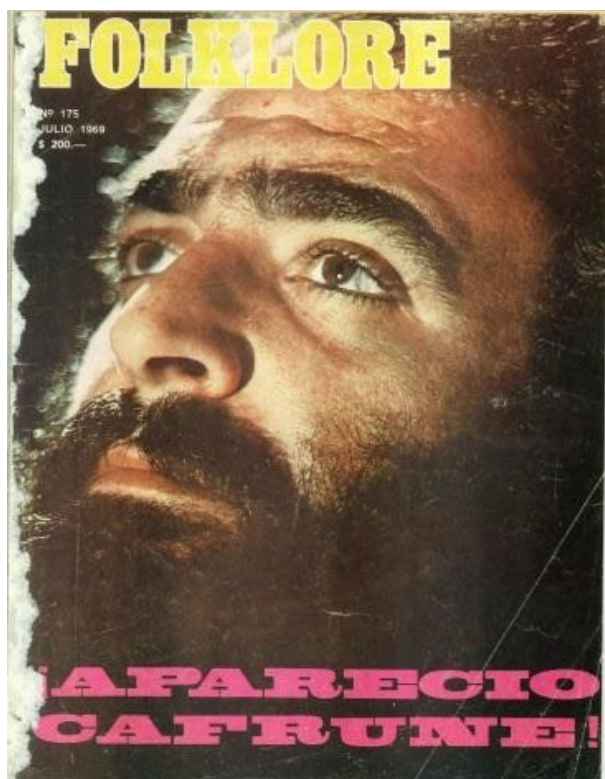


**Figura 12**  
Folklore Nº 100, 1965

**Figura 13**  
Folklore Nº 170, 1969



**Figura 15**  
Folklore Nº 210, 1972



**Figura 14**  
Folklore Nº 175, 1969





Figura 16  
Folklore N° 20, 1962



Figura 17  
Folklore N° 176, 1969

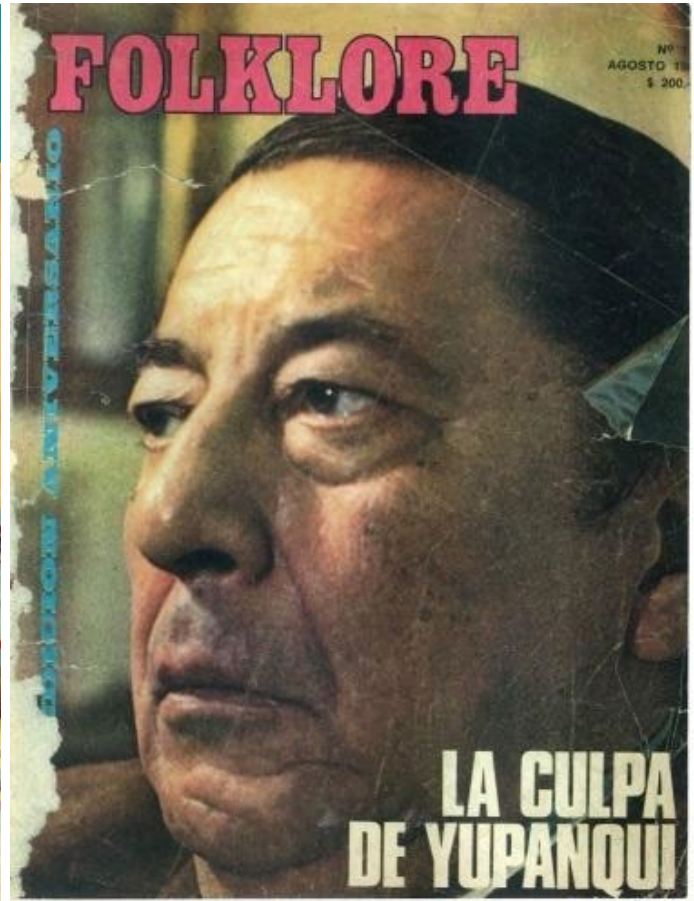


Figura 18  
Folklore N° 200, 1969



Figura 19  
Folklore N° 260, 1976



Figura 20

Folklore N° 230, 1974



Figura 21

Folklore N° 270, 1977

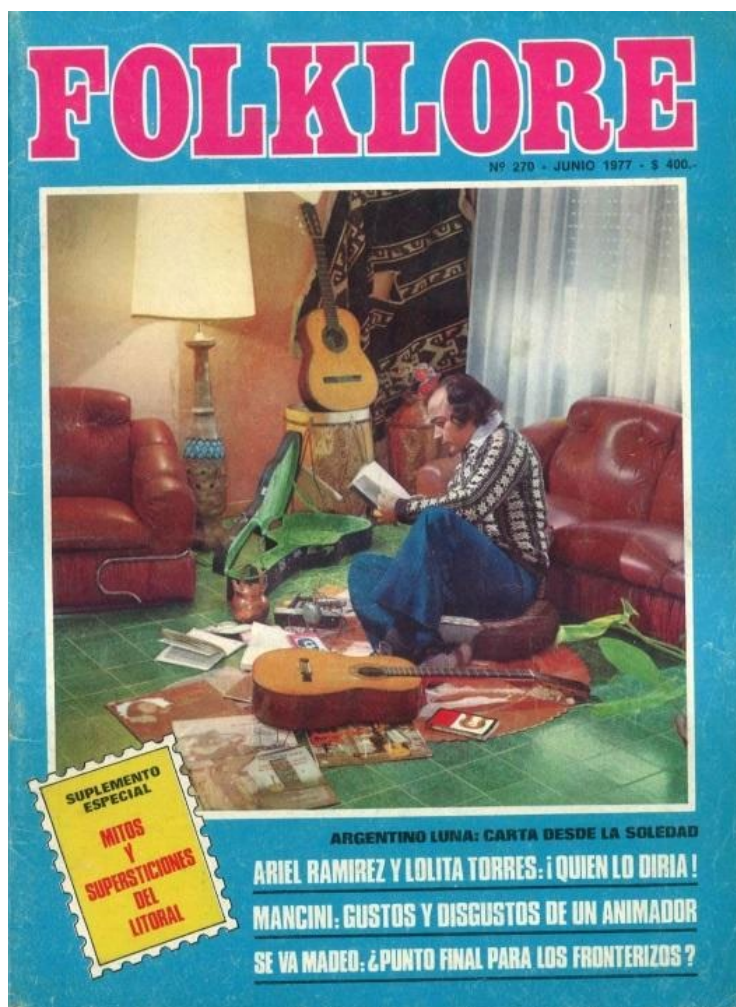






Figura 22

251

Folklore N° 61: 1964



Figura 23

Folklore N° 126: 1966

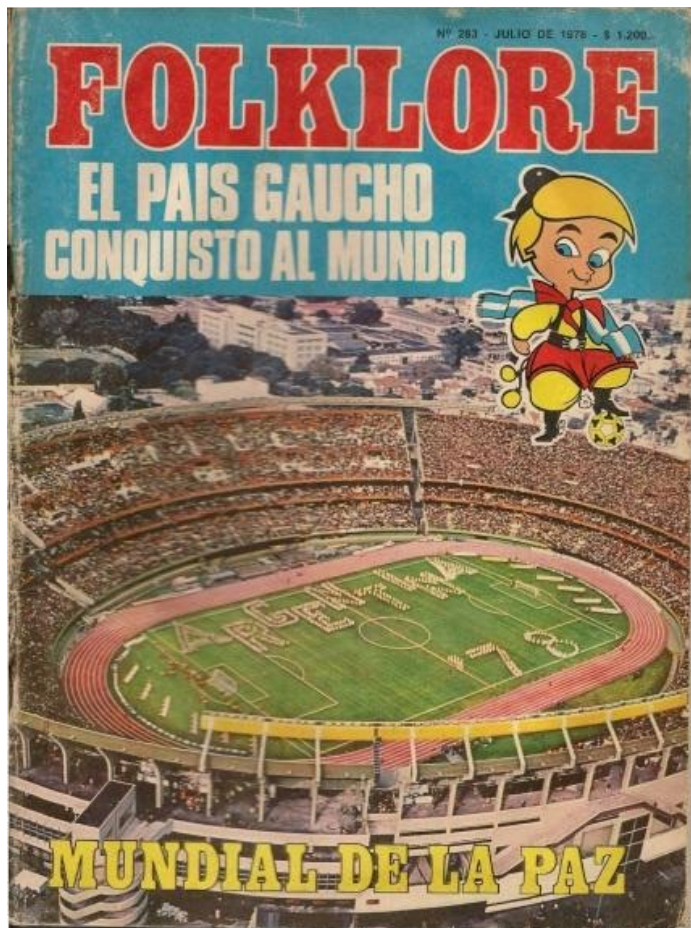


Figura 24

Folklore N° 283: 1978

## Apéndice 1

Entrevista a Blanca Rébora  
Directora editorial de *Folklore* en la última etapa (1977-1981)

**P= Cómo llegaste a Folklore?**

R= Yo venía de ser desvinculada de Clarín, de la redacción del diario, en marzo o abril del año 76. Pasó un tiempito y en septiembre/octubre comienzo a colaborar en la revista, a la cual ya estaba relacionada con la revista por mi conocimiento de Marcelo Simón, y de Díaz Vélez, encargado de la publicidad, que es quien me ofrece colaborar.

**P= Así que a fines del año 76 estabas en la revista. ¿Y cómo llegaste a dirigir la redacción?**

R= Al poquito tiempo dejé de ser colaboradora y Honegger me puso como empleada efectiva de la revista. No firmaba por cuestiones obvias: la mayoría de los que echó Clarín de las distintas secciones, pero sobre todo de redacción, gran parte de mis compañeros se fueron al exilio. Yo no me fui pero por razones obvias no firmaba las notas que hacía.

Prácticamente empecé a dirigir la revista, porque en ese momento a Simón le habían ofrecido dirigir RCA, el sello discográfico de entonces, y prácticamente no iba así que yo me hice cargo de la redacción. Pero como Honegger siempre comentaba que Simón tenía que quedarse, yo lo seguía sosteniendo en el staff. Hasta que el dueño resuelve separarlo. En ese tiempo yo no figuré pero por razones de la dictadura.

**P= Efectivamente, antes de que figurara tu nombre en el Staff, yo noto una impronta particular, la organización de los contenidos, y sobre todo los enfoques.**

R= Mi criterio venía de mis años en el suplemento literario, venía con una impronta que tenía que ver con el mundo del arte, la cultura, la crítica de teatro, comentarista de música. También del suplemento Cultura y Nación que hicimos junto a Bayer para el diario, mi impronta era de una apertura más cultural, que fuera más allá de la música en sí misma con un concepto más amplio del folklore. El folclore, no solamente por la etimología de la palabra sino porque lo consideraba como un concepto abarcador que incluía otras disciplinas, como la antropología, la etnomusicología.

por eso incorporé como colaboradores a gente que conocía de antes: incorporé a Ciro René Lafón, antropólogo, Gravano, antropólogo, Carlos Groisman, músico y periodista, Juan Sasturain, con quien había trabajado en Clarín. La revista pasa a llamarse "Folklore y Tango" y contenía los grandes ensayos de Sasturain, Toro Stafforini, un maestro de la guitarra y comentarista musical, al etnomusicólogo Rubén López Bugallo. Incorporo una serie de personas además de los que eran tradicionales en la revista, como Alma García, Félix Coluccio que venían de antes.

**P= ¿Cómo fue la llegada al último número, donde se percibe una especie de balance de la historia de la revista? ¿Pensás que tuvo que ver con una crisis económica?**

R= No nos dijeron que iba a ser el último número. Cerraron y punto. No se si había una crisis económica, porque la empresa publicaba mucho; o si tenía que ver con que el clima comenzaba a moverse en la argentina de otra manera, el clima político y social.

**P= ¿Crees que en ese punto pudo haberse dado una tensión por el refuerzo del aspecto intelectual por sobre el aspecto artístico, dejar de ser centro del espectáculo folclórico?**

R= Eso nunca fue un problema, porque digamos que a Honegger padre le interesaba que la revista tuviera esta visión más intelectual además del panorama artístico.

Y en cuanto a las ventas, aun durante la dictadura seguía habiendo publicidad. Estaba Oscar Pedernera que trabajaba ahí haciendo un poco de todo. Yo lo incorporé a la búsqueda de publicidad de la revista, especialmente orientado a empresas relacionadas con el mundo de la música folclórica, y funcionaba muy bien. Se publicaban incluso publicidades de representantes de artistas que estaban prohibidos, como Víctor Heredia, Mercedes Sosa o Los Andariegos. Poner a los Trovadores en tapa durante la dictadura, yo traté por todos los medios de poner la mayor cantidad de voces.

**P= Esto introduce otro aspecto de la etapa. Por el contexto político en que se encontraba el país, yo imaginé que me encontraría con un refuerzo del tradicionalismo, del enfoque más conservador del folclore. Pero por el contrario, me doy con el predominio de una mirada progresista, hasta latinoamericanista...**

R: Esa era mi intención: por eso incorporé a esa gente. Por supuesto bajo la amplia idea de cuidar nuestra tradición, y teniendo muchos cuidados. Lo cierto es que se vivía un clima de amenazas; incluso me plantearon desde el grupo empresarial que tuviera cuidado con ciertas cosas, podía quedar implicado mi nombre.

Incluso escribía notas que firmaba con seudónimos, por ejemplo uno de ellos Luis Amaral, de los otros no me acuerdo.

**P= ¿Cómo caracterizarías el rol de los dueños Honegger, teniendo en cuenta que su idea surgió en los años sesenta, y vos lo conociste en esta última etapa de su proyecto?**

**¿Intervenía en la línea directamente, los protegía frente a las amenazas, dejaba hacer?**

R= Yo no lo conocí antes, así que no se cómo fueron aquellos primeros años. Pero te puedo decir que Alberto Honegger no se metía en los contenidos.

Sí en el caso del mundial, el pedido fue explícito de Ricardo, quería que esté la tapa del mundial, esa tapa la puso él y reflejaba esa cosa triunfalista por el hecho deportivo.

Pero en el interior no se tocó nada que tuviera que ver con una cuestión política, una defensa de la dictadura.

**P= No querías que tu nombre quedara asociado tampoco a una defensa de la dictadura desde la revista.**

R= Absolutamente. Él dijo "algo tenemos que decir", nosotros decíamos no tenemos nada que ver con eso. Puso la tapa.

El acercamiento al Rock fue una idea mía también, León Gieco vivía cerca y tomábamos café seguido en un bolichón que había en una esquina de la revista. León también se había tenido que ir. Así como gran parte de los folcloristas se tuvieron que ir al exilio o tuvieron que resignarse a no trabajar, que también pasó con mi gremio, el periodismo, ocurrió que esta gente que estaba prohibida se acercaba. A mí se me ocurrió convocar a Spinetta, que fue a la redacción a darnos una nota. Al rock en ese sentido, le había pasado como a una parte del folclore, había sufrido el exilio y las persecuciones; también el rock estaba marginado en muchos aspectos.

**P= El folclore no solo presentaba esta corriente, que mencionás. Claramente hay toda otra parte que quedaba más ligado al discurso oficialista, tradicional y conservador. ¿Se trataba de tejer una especie de resistencia cultural para los artistas perseguidos en los intersticios de la revista?**

R= Claro, históricamente ha sido así. Pero también estas otras expresiones a las que le yo quería dejar lugar en la revista, como la Serenata Cafayate, que divulgamos el documento que se elaboró en defensa de la Cultura Profunda con la firma de artistas como el Cuchi Leguizamón, Manuel Castilla, Villegas del Jazz, Espósito, del tango. Con toda esa gente se planteaba. Pugliese nos mandó una carta de felicitación por aquella propuesta.

Y es que la revista era un *refugio* también. Para mí, y no solamente para mí, que me tenía que cuidar, había una amenaza latente, fue un refugio: nos visitaban muchísimo los músicos, algunos que estaban prohibidos, o aquellos que no estaban en la línea de Márbiz.

Había muy pocos lugares donde podías poner esos nombres. ¿Cómo ponías los nombres de Mercedes Sosa, de Los Trovadores, de Horacio Guaraní? Estaban presentes ahí en la publicidad.

¿En qué otro lugar te lo iban a publicar?

**P= ¿Y cómo lo hacían?**

R= Nosotros lo poníamos: nos arriesgábamos.-

**P= Era una decisión editorial...**

Sí.



**Apéndice 2: Listado de Fuente documental**  
**Muestra Revista Folklore**

Vol. N°	Fecha	Dir.	Etapa	Portada	Editoriales / notas de opinión	Ensayos / "notas serias"	Entrevistas
1	jul-61	Julio Márbiz	1	Foto: Waldo de los Ríos Titulares: "Waldo de los Ríos, Talento y juventud", "Edición Extraordinaria con la vida de Antonio Tormo".	Márbiz, Julio. <i>Así ocurrió y así lo comentamos</i> (p. 34).	Dávalos, Jaime. <i>La Baguala</i> (p. 14). Luna, José Ramón. <i>Cosas de la tierra india. Las fogatas de junio</i> (p. 23).	"Por amor dejaría todo", nos dice Ramona Galarza (pp. 3-4). 16 preguntas a los Quilla Huasi (pp. 11-13). Seguirán cantando Los Chalchaleros (pp. 18-20).
10	ene-62	Julio Márbiz	1	Foto: Celia Queiró Sin Titulares	Márbiz, Julio. <i>Así ocurrió y así lo comentamos</i> (p. 66).	Ayala, Ramón. <i>Impresiones de un largo viaje: Puerto deseado</i> (p. 16). Vega, Carlos. <i>Conciencia Folklórica: Canciones folklóricas argentinas</i> (pp. 42-47). Yupanqui, Atahualpa. <i>Conciencia Folklórica: Tiempo del Hombre</i> (p. 48). Luna, José Ramón. <i>Conciencia Folklórica: Cosas de la tierra india</i> (pp. 50-51). Berruti, Pedro <i>Conciencia Folklórica. Folklore enseña a bailar nuestras danzas</i> (pp. 58-61). <i>Conciencia Folklórica: Folklore Internacional</i> (pp. 53-57).	Alma García... trae a Buenos aires la inquietud folklórica del Tucumán (pp 11-12). Antonio Tormo y... su destino de triunfador (pp. 33-35).
20	jun-62	Julio Márbiz	1	Foto: Atahualpa Yupanqui Sin Titulares	-	Yupanqui, Atahualpa. <i>El canto del viento</i> (pp 24-29). Draghi Lucero, Juan. <i>Conciencia folklórica: Panorama histórico</i> (pp. 32-33). Luna, José Ramón. <i>Conciencia folklórica: Cosas de la tierra India, Chiqui el duende malvado</i> (pp. 34-35). Vega, Carlos. <i>Conciencia Folklórica: Los instrumentos Musicales. Capítulo primero</i> (pp. 36-38). Berruti, Pedro. <i>Conciencia Folklórica: Folklore enseña a bailar nuestras danzas</i> (pp. 39-41).	Una gran promesa: Los Trovadores del Norte (pp. 10-11).
30	nov-62	Julio Márbiz	1	Foto: Los hermanos Abrodo. Sin Titulares	-	Yupanqui, Atahualpa. <i>El canto del viento</i> (pp. 37-39). Vega, Carlos. <i>La ciencia del Folklore. Instrumentos musicales: la caja</i> (pp. 42-45). José Ramón Luna. <i>Por la cuesta del portezuelo</i> (pp. 47-49) Pedro Berruti. <i>Folklore enseña a bailar nuestras danzas</i> (pp. 50-53). Coluccio, Félix. <i>Diccionario Folklórico Argentino</i> (p. 66).	Eduardo Falú, un hombre hacia adentro (pp. 3-7).

**Apéndice 2: Listado de Fuente documental**  
**Muestra Revista Folklore**

40	abr-63	Julio Márbiz	1	Foto: Los Huanca Hua Titulares: "Suplemento especial, las canciones de los Huanca Hua"	-	Yupanqui, Atahualpa. <i>El canto del viento</i> (pp. 39-42). Vega, Carlos. <i>La ciencia del folklore. Instrumentos musicales: El erke</i> (pp. 44-46). Luna, Félix. <i>Severo Chumbita, Montonero Riojano</i> (pp. 48-49).	<i>Angelica, una morena, un pueblito de Córdoba y una pena de amor (Entrevista a Roberto Cambaré)</i> (pp. 3-6).
50	sep-63	Julio Márbiz	1	Foto: Los de salta Titulares: "¡Exclusivo! Notas del festival de Rio Hondo"	Márbiz, Julio. <i>Inolvidable</i> (p. 3).	Vega, Carlos. "Apuntes para una historia del movimiento tradicionalista. Cap. 2: Romanticismo y Folklore". Pp. 66-69 Yupanqui, Atahualpa. "El canto del viento". Pp. 63-65 Luna, Félix. "Felipe Varela (Historieta)". Pp. 72-76 Nº 59: enero 1964	<i>El chango Rodriguez lanza el ritmo 'marea'</i> (pp. 3-5). <i>Los hermanos abrodos Una nota de L.B.</i> (pp. 3-16). <i>Julia Beatriz. Quinceañera y cordial, la reina del folklore de 1963 sólo aspira, por ahora, a ser una secretaria</i> (pp. 21-23).
60	feb-64	Julio Márbiz	1	Foto: Los Fronterizos Titulares: "Con el Festival de Folklore en Cosquín"	<i>Cosquín (de nuestro enviado especial)</i> (pp. 3-7).	Vega, Carlos. <i>La ciencia del Folklore: Apuntes para la historia del movimiento tradicionalista argentino, 12</i> (s/p).	<i>Suma Paz: verdad y dignidad del canto sureño</i> (pp. 10-13).
70	jun-64	Julio Márbiz	1	Foto: Los Indianos Sin Titulares	-	Vega, Carlos, "La ciencia del folklore: Apuntes para la historia del movimiento tradicionalista argentino. 20. Trovadores y Payadores" Pp. 72-74 Benarós, León. "De nuestro Folklore" Pp. 82	<i>Los Fronterizos: "O nos presentan como es debido o no actuamos"</i> (pp. 6-9). <i>Nace una estrella: Jovita Díaz. Un reportaje de Leo Ben</i> (pp. 11-12). <i>Inquietud provinciana en Buenos Aires: Armando Tejada Gómez, Mercedes Sosa, Oscar Matus y Tito Francia traen poemas y canciones del horizonte</i> (pp. 20-21).
80	nov-64	Julio Márbiz	1	Foto: Los de Córdoba Titulares: "Porque (sic) fracasó el festival de Buenos Aires!..."	-	Vega, Carlos. <i>La ciencia del Folklore</i> (pp. 70-72). Benarós, León. <i>De nuestro Folklore</i> (p. 82).	<i>El disco de oro, culminación artística de los Quilla Huasi</i> (pp. 3-5).
90	mar-65	Julio Márbiz	1	Foto: Los Fronterizos Titulares: "Exclusivo: ¿Se separan los Fronterizos?"	-	-	<i>¡Aplastante!Entrevista a Guarany</i> (pp. 3 -5). <i>La vida del Chúcaro, contada por él mismo, en diálogos con León Benarós (segunda parte)</i> (pp. 7-9). <i>La pregunta de hoy: ¿se separan Los Fronterizos?</i> (pp. 10-13).

**Apéndice 2: Listado de Fuente documental  
Muestra Revista Folklore**

100	ago-65	Sin Consignar	1	Foto: Jorge Cafrune Titulares: "Gran Album Aniversario", "Revolución en el Folklore. De Yupanqui a Cafrune"	Editorial Honegger S.A. <i>Cien números y una revisión general</i> (p. 3).	Luna, Félix. <i>De Yupanqui a Cafrune: Cinco años de Folklore</i> (pp. 4-21). Benarós, León. <i>Los precursores</i> (pp. 23-31). Lima Quintana, Hamlet. <i>La música nativa y sus creadores</i> (pp. 32-45) Cosentino, René Iván. <i>Cinco años de discos y éxitos folklóricos</i> (pp. 48-63). Cárdenas, Felipe (hijo). <i>Festivales. Cita de multitudes con el folklore</i> (pp. 93-100). García, Alma. <i>Peñas, peñas, peñas</i> (pp. 106-110).	
110	dic-65	Félix Luna	2	Foto: Julio C. Isella Titulares: "Por qué me fui de Los Fronterizos"			<i>"He decidido forjarme un nuevo mundo" dice JULIO CESAR ISELLA al anunciar su desvinculación de 'Los Fronterizos'</i> (pp. 3-4). <i>Los Arribeños y el éxito van de la mano</i> (s/p). <i>Los trovadores seguirán siendo los trovadores</i> (pp. 9-10).
120	mar-66	Félix Luna	2	Foto: Ramona Galarza Sin Titulares	Luna, Félix. <i>Evaluación del II festival latinoamericano de folklore en Salta</i> (s/p).		<i>Los tres amores de Carmen Guzman</i> (s/p). <i>Noviando con el Paraná, Ramona Galarza sigue su itinerario de éxitos</i> (s/p). <i>Para el pago sagrado de La Rioja: Los Albarracín</i> (Entrevista de Nora Raffo).
130	sep-66	Félix Luna	2	Foto: Los de Córdoba Sin Titulares	Luna, Félix. <i>Evaluación del festival internacional de Río Hondo</i> (s/p).		<i>Un conjunto que se va para arriba: Los Nocheros de Anta</i> (s/p). <i>Los de Córdoba: Un nombre local y una vigencia nacional</i> (pp. 26-27).
140	feb-67	Félix Luna	2	Foto: Marian Farías Gómez Titulares: "Marian Farías Gómez, la nueva voz 67", "Programa completo del III Festival de Baradero"	Luna, Félix. <i>VII Festival del folklore de Cosquín</i> (s/p).	Jacovella, Bruno. <i>Jacovella critica a Cosquín</i> (s/p).	<i>La taba dijo ¡Suerte! para Daniel Toro y Victor Velazquez</i> (Entrevista de Nora Raffo).

**Apéndice 2: Listado de Fuente documental  
Muestra Revista Folklore**

150	jul-67	Félix Luna	2	Foto: Ginette Acevedo. Titulares: "El mejor conjunto: Grupo Vocal Argentino", "La voz que se hizo Argentina: Ginette Acevedo"	-	García, Alma. <i>Cerámica regionalista</i> (s/p). Lima Quintana, Hamlet. <i>Las dudas de Hamlet</i> (s/p).	<i>Vamos a charlar con los Quilla?</i> (s/p). <i>El extraño mundo de Miguel Saravia</i> (s/p). <i>Ginette Acevedo, Cancionista de América</i> (s/p). <i>Y el mejor intérprete.... ¡Grupo Vocal Argentino!</i> (s/p).
160	may-68	Sin Consignar	2	Foto: Coco Díaz. Titulares: "Coco Díaz: El folklore por el humor", "¿Qué pasa en S.A.D.A.I.C.?", "¿Se impondrá de nuevo el '50 y 50'?", "El canto diferente de Jose Larralde"	<i>Hacia una difusión mayor de nuestra música</i> . S/p.	-	<i>Coco Díaz, o el folklore por el humor</i> (s/p). <i>Carlos di Fulvio levantó su monumento al general José María Paz... pero con música</i> (s/p).
170	feb-69	Félix Luna	2	Foto: Jorge Cafrune. Titulares: "Edición Especial Cosquín 69", "Folklore y Turismo"	<i>La importancia del simposio 1969</i> (p. 39). <i>Cosquín de las nueve lunas</i> (pp. 6-25).	-	<i>El festival de Cosquín se verá en 1970 a través del Pájaro Madrugador</i> (s/p).
180	dic-69	Julio Márbiz	2	Foto: Los Tucu-tucu Titulares: "Los tucu tucu y Ud. Rumbo a la mágica posadas", "Festival de Buenos Aires: ¿Trampa?", "Mercedes Sosa, protagonista de un escándalo"	Márbiz, Julio. <i>Carta del Director</i> (p. 7). Simón, Marcelo. <i>La tradición se está comiendo a Pérez</i> (p. 11).	Coluccio, Félix. <i>Diccionario folklórico Argentino</i> (p. 41).	<i>Dame la mano joven...Entrevista a Victor Heredia</i> (p. 3). <i>Los Tucu-tucu. Profesionales y algo más</i> (pp. 8-9). <i>Gente blanca en un asunto oscuro. Entrevista a las Voces Blancas</i> (p. 33). <i>Apenas si soy cantor. La mentira de Argentino Luna</i> (pp. 66-67).
190	oct-70	Julio Márbiz	2	Foto: Los Altamirano. Titulares: "Cosquín busca su canción", "Otro éxito en Francia: Los Calchakís", "Teatros para el Folklore"	Márbiz, Julio. <i>Carta del Director</i> (p. 7). Simón, Marcelo. <i>La moda de impugnar</i> (p. 11).	Coluccio, Félix. <i>Diccionario Folklórico Argentino</i> (p. 62).	<i>Gozar de la vida cantando: Los Altamirano</i> (pp. 8-9). <i>Juan Carlos Saravia: Juicio a Los Chalchaleros</i> (pp. 66-67). <i>Ayer y hoy de Los de Salta</i> (pp. 56-57).

**Apéndice 2: Listado de Fuente documental  
Muestra Revista Folklore**

200	ago-71	Julio Márbiz	2	Foto: Atahualpa Yupanqui. Titulares: "Atahualpa: retorno de un monstruo", "Espectáculos: juicio a la televisión", "Boxeo: La Cruz y el nocaut a la vida", "Enlace: Lanusse - Rimoldi Fraga", "Edición 10 aniversario"	Márbiz, Julio. <i>Carta del Director</i> (p. 3). Simón, Marcelo. <i>La luz de Tartagal</i> (p. 11). Simón, Marcelo. <i>Juicio a la Televisión</i> (pp. 12-17). Luna, Félix. <i>Recuerdos de un ex director y recuerdos a un director</i> (p. 47).	Coluccio, Félix. <i>Diccionario Folklórico Argentino</i> (p. 66).	<i>Atahualpa Yupanqui: retorno de un monstruo sagrado</i> (pp. 4-8). <i>Estela María Lanusse - Roberto Rimoldi Fraga: La boda del año</i> (pp. 20-23).
210	jun-72	Julio Márbiz	2	Foto: Cafrune y Marito. Titulares: "Cafrune-Marito: ¡Nada de niños prodigios! - Argentina: La nueva capital - Franco: Bodas de Plata"	Márbiz, Julio. <i>Carta del Director</i> (p. 3). Simón, Marcelo. <i>Torturas</i> (p. 9).	Coluccio, Félix. <i>Diccionario Folklórico Argentino</i> (p. 66).	"El niño y el caminante (entrevista a Cafrune y Marito)" Pp. 4-7.
220	abr-73	Julio Márbiz	2	Foto: Carlos Di Fulvio Titulares: "Argentinísima II: Operación Islas Malvinas", "Horacio Guarany siempre en cartelera", "Carlos Di Fulvio en puerto Stanley", "Los Chalchaleros: entre Rock Hudson y Europa"	Márbiz, Julio. <i>Carta del director</i> (p. 3). Simón, Marcelo. <i>El campeón</i> (p. 11).	Coluccio, Félix. <i>Diccionario Folklórico Argentino</i> (p. 66).	<i>Carlos Di Fulvio en Las Malvinas</i> [nota incompleta] (pp. 5-8). <i>El cantor que volvió de la muerte. Entrevista a Miguel Ramos, Los de Salta</i> (pp. 12-13). <i>Carta de Aníbal Sampayo: El del río de los pájaros, por Albérico Mansilla</i> (pp. 16-19). <i>El Ballotage de Argentinísima</i> (pp. 24-18). <i>Amelita está de vuelta</i> (pp. 19-22). <i>Adelina Villanueva: zamba de mujer</i> (pp. 50-51). <i>Sólo Mercedes, por Alma García</i> (p. 39-41).
230	feb-74	Marcelo Simón	3	Foto: Mercedes Sosa Titulares: "Mercedes Sosa: El triunfo legítimo", "Los festivales en todo el país", "Cosquín '74 con ira y aplausos"	Honegger, Alberto. <i>Carta del editor</i> (p. 5). Simón, Marcelo. <i>Cosquín '74: De las iras al aplauso</i> (pp. 8-29). <i>Cosquín en fotos</i> (pp. 32-38).	-	-
240	dic-74	Marcelo Simón	3	Foto: Los Manseros Santiagueños Titulares: "Los manseros santiagueños: Lentos... pero seguros", "Chango Nieto: Renovarse es vivir", "Pais-Festival: Todo en Folklore"	-	-	<i>Tradición y pureza folklórica. Entrevista de Marta Guerci a Los Manseros Santiagueños</i> (pp. 6-7).

**Apéndice 2: Listado de Fuente documental**  
**Muestra Revista Folklore**

250	oct-75	Marcelo Simón	3	Foto: Los Gauchos de Güemes / Omar Moreno Palacios Titulares: "Cosquín 76 ya mira hacia Latinoamérica", "Nuestra música popular y su reglamentación", "Los gauchos de Güemes: el claro canto de salta", "Omar Moreno Palacios: sencillito y de alpargatas"	<i>El octubre festivalero</i> (p. 3). Zamora, Luis Benito. <i>Carta abierta a la Musica Popular Argentina</i> (pp. 18-21).	Barbieri, Lázaro. <i>Entre Brujos, Magos y Hechiceros</i> (pp. 14-15). Macías y Rodriguez. <i>Dos rogativas... y varios errores</i> (pp. 44-45).	<i>Entrevista a Omar Palacios por Marta Guerci</i> (p. 5). <i>Argentino Luna: Por el credo de Atahualpa. Por Marta Guerci y Miguel Díaz Vélez</i> (p. 6).
260	ago-76	Sin Consignar	3	Foto: Atahualpa Yupanqui / Los Andariegos Titulares: "Edición Especial XV aniversario"	<i>Agosto 1961-Agosto 1976</i> (pp. 4-5). Simón, Marcelo. <i>Despenamiento: ¿Eutanasia criolla?</i> (pp. 56-58).	Ayala, Ramón. <i>Nota II La serpiente encantada (Dar-Es-Salaam-Tanzania) Una jangada a través de siete mares</i> (pp. 52-54). Pereyra, Nicandro. <i>La randa: Artesanía de aire y de ángeles</i> (pp. 77-79). Moya, Emilio. <i>Itinerario de la música correntina</i> (pp. 60-62).	<i>La continúa búsqueda de Los Andariegos . Por Marta Guerci y Miguel Vélez</i> (pp. 6-7).
270	jun-77	Marcelo Simón	3	Foto: Argentino Luna Titulares: "Suplemento especial: mitos y supersticiones del litoral", "Argentino Luna: carta desde la soledad", "Ariel Ramirez y Lolita Torres: ¡quién lo diría!", "Mancini: gustos y disgustos de un animador", "Se va Madeo: ¿punto final para los Fronterizos?"	Simón, Marcelo. <i>Gajes del oficio.</i> (p. 7). <i>La justicia ratificó su autoría de la zamba La Lopez Pereyra. Viaje por la vida y la muerte de Artidorio Cresseri</i> (pp. 12-14). Simón, Marcelo. <i>Tango a bordo</i> (pp. 32-33).	Mansilla, Alberico. <i>Leyendas mitos y otras creencias del área guaraní</i> (pp. 33-50).	<i>Carlos Paliza: "Algo debe cambiar para que todo siga igual"</i> (pp. 4-6). <i>Enrique Alejandro Mancini: "Me pongo colorado pero te lo digo: hubiera sido feliz haciendo también comedias musicales"</i> (pp.18-19). <i>El otro yo de landriscina</i> (pp. 20-21). <i>Se va Madeo: ¿es el fin de los fronterizos? Requiem inconcluso con un solista y fuga en tres silencio (Por H.A.)</i> (pp. 72-77).
280	abr-78	Marcelo Simón	3	Foto: Los Cuatro de Córdoba Titulares: "Los cuatro de Córdoba: 10 años inalterables", "Suplemento especial: la pampa musical nació con el siglo", "Trío san Javier: ¿Una nueva línea?"	<i>Folklore. Una pregunta sin respuesta</i> (p. 98).	Evangelista, Ruben. <i>La pampa: Su música nace con la fundación</i> (pp. 35-49) Rodriguez y Macías. <i>¿Folklore...? ¡¿Folkloristas...?!</i> (pp. 90-91). Galipo, Víctor. <i>Magia y misterios del bombo</i> (p. 86).	<i>Los 4 de Córdoba: "Decididamente, somos serios"</i> (pp. 4-6). <i>"Marito, un adulto"</i> (p.12). <i>Trío San Javier: la mujer, el hogar, el niño...</i> (pp. 14-15). <i>Eduardo Avila ¿lo enjuiciamos? (Por A. G.)</i> (pp. 30-31).

**Apéndice 2: Listado de Fuente documental  
Muestra Revista Folklore**

290	feb-79	Sin Consignar	3	Foto: Luis Ángel Monzón / Los Andariegos Titulares: "Festivales: Dos sucesos en el litoral, Reconquista y Camba Cuá", "Luis Angel Monzón: el 'rey' del schotis misionero", "Los Andariegos o la costumbre de asombrar"	-	Gravano, Ariel. <i>La música popular durante la colonia: Folklore y Conquista</i> (pp. 36-39). Rodríguez y Macías. <i>El jilguero y la calandria. Un romance que perdura en Cuyo desde fines del siglo pasado</i> (pp. 42-49). Zamora, José. <i>Testimonio de un arte. Instrumentistas olvidados</i> (pp. 52-55). Lafón, Ciro René. <i>Culturas regionales argentinas: El noroeste</i> (pp. 78-82). Galipo, Víctor. <i>Magia y misterios del bombo</i> (p. 83)	<i>Los Andariegos hacen su radiografía musical</i> (pp. 14-15). <i>Leo Rivas en una nueva y personalísima etapa</i> (pp. 28-29).
300	ene-80	Blanca Rébori	3	Foto: Cuarteto Zupay Titulares: "Folklore y Tango. Festivales Uruguayana, Trelew, Corzuela, Dolores. Cuarteto Zupay: el cantar más allá de las épocas"	<i>Folklore N° 300</i> (p. 3).	Gravano, Ariel. <i>La música de proyección folklórica argentina: ¿Conclusiones?</i> (pp. 28-31). Pérez Bugallo, Rubén. <i>Relaciones entre medicina científica y medicina popular tradicional</i> (pp. 34-45). Lafón, Ciro René. <i>Culturas regionales argentinas</i> (pp. 74-77).	<i>Cuarteto Zupay: Voces que dicen y se escuchan</i> (pp. 20-24).
310	nov-80	Blanca Rébori	3	Foto: Los Carabajal Titulares: "Los Carabajal. Asado a la santiagueña", "Tránsito Cocomarola, vida y obra de 'el taita' del chamamé", "Siguen los problemas ¿Qué pasa ahora con los Fronterizos?"	<i>All that Jazz. Crónicas de Don Duro</i> (pp. 20-21). Stafforini, Toro. <i>Queremos comer la misma torta</i> (pp. 38-39).	Gravano Ariel. <i>Congreso Internacional de Folklore Iberoamericano: El Folklore que vos matáis...</i> (pp. 28-35). Lafón, Ciro René. <i>El mundo detrás de los Cerros (segunda Nota)</i> (pp. 72-74). Lafón, Ciro René. <i>Culturas Regionales argentinas: La tradición cultural criolla del noroeste</i> (pp. 76-81).	<i>Los Carabajal: ¡Atenti con lo' Sochori! Por Carlos Groisman</i> (Pp. 10-14). <i>¡Qué lástima! Entrevista a German Sanchez</i> (pp. 24-25). <i>Leon Gioco-Antonio Tarragó Ros: Rock-Chamamé o 'Yamamé'-Rock</i> (pp. 58-60).
316	jul-81	Blanca Rébori	3	Foto: Diseño con fotografías de artistas en portadas anteriores. Titulares: "Edición Extraordinaria. 20 Aniversario"	Rébori, Blanca. <i>Folklore dulce con un poquito de limón</i> (p. 3). <i>¡Y ya lo ve! El equipo de Folklore</i> (p. 13). Viltes, Ismaco. <i>Las 'notas serias' ¿A la basura? Las etapas de folklore según la mirada de cada director</i> (pp. 14-15). <i>20 años de especialización. Fichero temático</i> (pp. 16-17). Coluccio, Félix. <i>Así opinaron los que nos conocen</i> (p. 27). Stafforini, Toro. <i>Los lindos veinte años</i> (s/p). Groisman, Carlos. <i>Veinte años son mucho</i> (pp. 35-65). Lafón, Ciro René. <i>Folklore y soberanía</i> (pp. 82-85)	-	<i>Alberto Honegger, la indiscutida vitrina de Folklore</i> (pp. 4-5). <i>Julio Márbiz: memorias de un ex director</i> (pp. 6-7). <i>Félix Luna: memorias de un ex director</i> (pp. 8-9) <i>Marcelo Simón: memorias de un ex director</i> (pp. 10-11). <i>Marcelo Nieto: 20 años, 200 fotos</i> (pp. 86).

**Otros números consultados**

- Folklore*, Vol. N.º 5, 20 de octubre de 1961  
*Folklore*, Vol. N.º 6, 10 de noviembre de 1961  
*Folklore*, Vol. N.º 7, diciembre de 1961  
*Folklore*, Vol. N.º 21, julio de 1962  
*Folklore* Álbum gigante: La vida de Los Chalchaleros, nº 27, octubre de 1962  
*Folklore*, Vol. N.º 58, enero de 1964  
*Folklore*, Vol. N.º 59, enero de 1964  
*Folklore*. Edición extraordinaria con el Festival de Cosquín, nº 61, febrero de 1964  
*Folklore*, Vol. N.º 81, noviembre de 1964  
*Folklore*, Vol. N.º 98, 26 de julio de 1965  
*Folklore*, Vol. N.º 27 de julio de 1965  
*Folklore*, Vol. N.º 101, agosto de 1965  
*Folklore*, Vol. N.º 107, noviembre de 1965  
*Folklore*, Vol. N.º 126, agosto de 1966  
*Folklore*, Vol. N.º 136, diciembre de 1966  
*Folklore*, Vol. N.º 142, marzo de 1967  
*Folklore*, Vol. N.º 171, marzo de 1969  
*Folklore*, Vol. N.º 172, abril de 1969  
*Folklore*, Vol. N.º 174, junio de 1969  
*Folklore*, Vol. N.º 191, noviembre de 1970  
*Folklore*, Vol. N.º 192, diciembre de 1970  
*Folklore*, Vol. N.º 197, mayo de 1971  
*Folklore*, Vol. N.º 202, octubre de 1971  
*Folklore*, Vol. N.º 208, abril de 1972  
*Folklore*, Vol. N.º 216, diciembre de 1972  
*Folklore*, Vol. N.º 221, mayo de 1973  
*Folklore*, Vol. N.º 232, abril de 1974  
*Folklore*, Vol. N.º 233, mayo de 1973  
*Folklore*, Vol. N.º 255, febrero de 1976  
*Folklore*, Vol. N.º 256, marzo de 1976  
*Folklore*, Vol. N.º 268, abril de 1977  
*Folklore*, Vol. N.º 269, mayo de 1977  
*Folklore*, Vol. N.º 272, agosto de 1977  
*Folklore*, Suplemento extraordinario. Jorge Cafrune: adiós al ídolo. Febrero de 1978  
*Folklore*, Vol. N.º 278, febrero de 1978  
*Folklore*, Vol. N.º 282, junio de 1978  
*Folklore*, Vol. N.º 283, julio de 1978  
*Folklore*, Vol. N.º 313, febrero de 1981





Universidad Nacional de Córdoba  
2022 - Las Malvinas son argentinas

**Hoja Adicional de Firmas  
Informe Gráfico**

**Número:**

**Referencia:** TESIS - Parodi, Julia

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 264 pagina/s.