



## “Conciencia folklórica”: el sentimiento patriótico reafirmado por el discurso de la revista *Folklore* (1961-1981)

“Folk Consciousness”: The patriotic feeling reaffirmed by the discourse of the magazine *Folklore* (1961-1981)

Julia Parodi

Instituto de Humanidades - CONICET

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

[julia.parodi@mi.unc.edu.ar](mailto:julia.parodi@mi.unc.edu.ar)

Recibido: 9/ 11/2022

Aceptado: 16/11/2022

**Resumen:** Este trabajo reflexiona sobre la construcción del sentimiento de pertenencia identitaria nacional por parte del discurso de la revista *Folklore*, principalmente dedicada al mundo del espectáculo folclórico musical. Proponemos un acercamiento desde el análisis del discurso a una serie de artículos publicados durante sus primeros años, reunidos bajo la sección fija denominada “Conciencia Folklórica”. Esta consistió en un conjunto de colaboraciones especiales de autores cuyas voces venían legitimadas por su lugar de expertos dentro de la red de relaciones del campo, y que promovían un contrato de lectura particular. La observación de las modalidades enunciativas –en particular, la búsqueda de huellas afectivas en el discurso– lleva a concluir que la apelación a estas voces por parte de los editores de *Folklore* fue una estrategia orientada a consolidar su posición central en el campo como instancia de consagración de los artistas –músicos, compositores e intérpretes–, a través del refuerzo del tono afectivo predominante desde su fundación.

**Palabras clave:** folklore, revista especializada, estrategia discursiva, identidad, afectividad.

**Abstract:** This article reflects upon the construction of the feeling of belonging and national identity in the discourse of *Folklore* magazine, mainly oriented toward the folkloric show business world. We propose an approach based on discourse analysis to a collection of initial articles, gathered under a section called “Folk Consciousness”. This section consisted of a set of special collaborations by authors whose voices were legitimized by their place as experts within the network of the field, and who promoted a particular reading contract. The observation of enunciative modalities –particularly the search for affective traces in discourse– leads us to conclude that the inclusion of these voices by the editors of *Folklore* was a strategy designed to consolidate the magazine’s central position in the field as a site for consecrating artists –musicians, composers and performers– through the reinforcement of the predominant affective tone since the foundation of the magazine.

**Key words:** folklore, specialized magazine, discursive strategies, identity, affectivity.

La revista *Folklore* se dedicó durante veinte años a difundir las novedades y sucesos más importantes del campo del folclore en Argentina<sup>1</sup>. Llegó a tener una de las mayores tiradas del mercado de revistas especializadas y fue un objeto de consumo para agentes diversos del mismo campo. Sus lectores compartían competencias vinculadas a los hábitos de consumo mediáticos propios de la industria cultural: eran oyentes de radio<sup>2</sup> y espectadores de los programas de TV, clientes de las casas de discos e instrumentos y asistentes a los circuitos de peñas; pero también músicos autodidactas, periodistas y productores del rubro, e incluso empresarios discográficos y artistas consagrados.

Su historia puede dividirse en tres etapas vinculadas a las condiciones de producción discursivas del campo, en el período comprendido entre 1961-1981. Cada una de ellas refleja las huellas textuales de las estrategias asumidas por los agentes en cada momento, para adaptarse a contextos históricos particulares, atravesados por fluctuaciones en el mercado de la industria cultural, por una creciente polarización social en el marco de las sucesivas crisis económicas y políticas, y por las respectivas condiciones de “enunciabilidad” que aquellas situaciones producían en el ámbito de la canción popular (Díaz, 2009: 223-224; Molinero, 2011: 179-201). Los cambios de director<sup>3</sup>, las variaciones en el *staff* y la impronta que cada equipo de redacción dio a los contenidos, pueden leerse en esa clave, por lo que el abordaje teórico-metodológico de estos documentos recoge herramientas del análisis interdisciplinario, particularmente, aquél que pone en diálogo a la sociología y el análisis del discurso (Costa y Mozejko, 2001 y 2002).

Su discurso también da cuenta de ciertas constantes que se mantuvieron más allá de los cambios de etapa y de director, aportando unidad al proyecto editorial. Estas son las que construyeron la particular voz de *Folklore* y su diferenciación (Costa y Mozejko, 2015) en el contexto discursivo particular del campo. Entre ellas, además del tratamiento pormenorizado de los acontecimientos que rodeaban la vida y obra de los artistas del folclore como espectáculo, y que dieron lugar a contenidos, como crónicas de festivales, críticas de discos, entrevistas a los diversos agentes del campo, guías de peñas y programación de radio y TV, noticias y trascendidos del ambiente, existió un espacio reservado a otro tipo de notas –que interesan a este trabajo– que consistieron en diversos artículos firmados por expertos, que daban una pausa reflexiva al ritmo vertiginoso del resto de la revista.

Estos colaboradores especiales aportaron a *Folklore* su punto de vista en torno al fenómeno folklórico 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 académica en relación a 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, eran *folcloristas ilustrados*, cuya legitimidad venía dada por su intelecto como parte de la identidad “ilustrada” dentro del campo, siguiendo a Ricardo Kaliman<sup>4</sup> (2017); así como de los

---

<sup>1</sup> Utilizamos el término castellanizado “folclore” con “c” para referirnos al fenómeno social y cultural del que participan los agentes implicados en el campo y sus diversas prácticas. Utilizamos la “k” en “folklore” cuando figura así en las fuentes citadas.

<sup>2</sup> 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: 56).

<sup>3</sup> Julio Márbiz (1961-1965), Félix Luna (1965-1969), Julio Márbiz (1969-1974), Marcelo Simón (1974-1978), Blanca Rébora (1978-1981).

<sup>4</sup> Ricardo Kaliman habla de la “identidad ilustrada” como categoría analítica para una descripción epifenoménica del campo del folclore, es decir, “una forma de generalización sociológica que da cuenta de un complejo conjunto de

*folclorólogos*, representantes de la perspectiva científico-antropológica, en términos de García Canclini (1989)<sup>5</sup>.

Desde estos espacios, la discusión sobre los alcances del concepto de *folclore* fue una constante. Bajo un criterio positivista y hasta cartesiano en la forma de concebir el acceso al conocimiento, buscaban definir los límites de lo que podía considerarse como expresión folclórica auténtica, con una especial preocupación por presentar conclusiones objetivas y rigurosas. En este artículo nos proponemos indagar en la estrategia discursiva que orientó la incorporación de estas voces especializadas en el discurso masivo de *Folklore*, particularmente en los inicios de su publicación, bajo la hipótesis de que contribuían a la consolidación de una narrativa identitaria que se hallaba en consonancia con el clima afectivo dominante, como una estrategia orientada a legitimar la posición de la publicación en el campo.

### La revista *Folklore* en el boom folclórico

*Folklore* nació como iniciativa del empresario Alberto Honegger, quien aprovechó un vacío en el mercado editorial de las revistas especializadas en la industria de la música popular (Verón, 1988)<sup>6</sup>. Los primeros ejemplares fueron publicados en 1961 como suplemento dentro de su revista *Tanguera*, dedicada al estilo musical predominante en la Argentina hasta ese momento. Su emergencia en el contexto del boom folclórico la convirtió al poco tiempo en una de las revistas más vendidas en el país.

El fenómeno del boom consistió en una explosión comercial en la oferta cultural vinculada a este tipo de productos artísticos: desde los circuitos de peñas, espectáculos y festivales, hasta la edición récord de discos, pasando por un aumento de la emisión de programación especializada en todos los medios de comunicación masiva. En ese contexto, la revista *Folklore* llegó a tener una tirada de 95.000 ejemplares en su época dorada, desde su primer ejemplar en julio de 1961 y durante toda la década. (Parodi, 2019)

El concepto sociológico de *campo* (Bourdieu, 1999) y los aportes de un enfoque sociodiscursivo (Costa y Mozejko, 2001 y 2002) son útiles para explicar este proceso en toda su complejidad. Bajo este andamiaje teórico, Claudio Díaz ha definido el campo del folclore como una red de relaciones establecida entre agentes diversos que participan en una competencia por la legitimidad y la consagración. A lo largo del tiempo, en él se articularon prácticas específicas de

---

subjetividades” que se actualizan de manera diferente “en función de cruces con otros condicionamientos sociales y no solo de aleatorias idiosincrasias personales” (Kaliman, 2017: 55). Con este concepto ligado a la categoría de “distinción” de Bourdieu, el autor nos aporta herramientas para comprender el sesgo de legitimidad que estaba reservado para determinados artistas reconocidos por su dominio de lenguajes artísticos sofisticados en un sentido estético universalista, ligado a sus experiencias formativas como poetas y compositores. Integrantes del campo destacados por su labor artística, como Jaime Dávalos, Ramón Ayala, Atahualpa Yupanqui, Hamlet Lima Quintana y Albérico Mansilla, fueron algunos de los *folcloristas ilustrados* convocados para publicar ensayos sobre el tema.

<sup>5</sup> Según García Canclini, 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” (García Canclini, 1987: 23). Algunos folclorólogos que colaboraron en *Folklore* son Carlos Vega –también musicólogo–, Félix Coluccio y Bruno Jacovella, entre otros.

<sup>6</sup> El nombramiento de Julio Márbiz como director del proyecto fue una decisión estratégica por parte de los editores. Su capacidad para moverse con soltura en el sistema mediático, lo cual lo convertiría con el paso del tiempo en uno de los empresarios más importantes del rubro, dejó una impronta en la publicación, que fue clave en el éxito del contrato de lectura propuesto a los destinatarios de *Folklore* desde el primer número.

agentes muy diversos e implicados entre sí en sus disputas constitutivas –compositores, intérpretes, poetas, intelectuales, periodistas, medios de comunicación especializados, productores y empresarios, entre otros–; dando lugar a un conjunto de “variaciones sobre el ser nacional” (Díaz: 2009) que pueden observarse a lo largo de su historia. Como sugiere Chamosa (2012: 18) fue justamente esta variedad de ideologías, sectores económicos e intereses políticos que acompañaron el surgimiento del folclore, la que contribuyó a su fortalecimiento.

El momento del *boom* fue la explosión comercial de un proceso cuyas raíces hay que rastrear a fines del XIX, siglo que se encontraba bajo el predominio de una mirada positivista y europeizante del progreso que orientó las políticas demográficas del gobierno nacional. Heredero de las concepciones del nacionalismo romántico europeo asociadas a la configuración de los Estados modernos, que se orientaba a “uniformizar el complejo cuadro de sociedades y economías locales subordinados a un estado central” (Chamosa, 2012: 25-26), el folclore surgió como un área del conocimiento dedicada al estudio de las comunidades *folk*<sup>7</sup>, y a la tarea de rastrearlas, describirlas y taxonimizarlas a lo largo del territorio nacional. De este modo, el positivismo folclórico alimentó un sentimiento nostálgico e idealizado de la vida rural y de la estructura social preindustrial bajo concepciones “románticas –y por tanto irracionales–” que asignaban a estas sociedades la categoría de “auténticamente nacional”.

Más adelante, las condiciones económicas y políticas de comienzos del siglo XX llevaron a que los objetos de curiosidad etnográficos de aquellos primeros estudios –los sujetos humanos de las comunidades locales– se convirtieran en el “auténtico pueblo argentino” (Chamosa, 2012: 15). Esto fue fruto de la necesidad de hacer frente a la crisis del orden social, con un proyecto de unidad nacional que contrarrestara las ideas anarquistas y socialistas difundidas por los inmigrantes obreros en los ingenios y fábricas, por un lado (Kaliman, 2003: 30-41). Por otro lado, también fue una respuesta a las disputas por políticas económicas que los enfrentaba a los gobiernos centralistas. Además, la oligarquía terrateniente e industrial de la región noroeste del país se adjudicó la representación simbólica de la esencia identitaria nacional. Si los espectáculos de circo criollo y la literatura de folletín recogían elementos del criollismo para entretener a las clases populares, desde la elite intelectual, la síntesis en el nacionalismo cultural estuvo representada por los escritores de la Generación del Centenario, que mantenía fuertes lazos con las elites del interior (Chamosa, 2012: 41). De esta manera, la cultura criollista modeló las relaciones sociales entre peones y terratenientes, que se encontraron compartiendo su tiempo de ocio en los centros criollos y círculos tradicionalistas con un ideal y una inquietud compartidos: la preservación de las tradiciones. Al mismo tiempo, los aportes de Leopoldo Lugones y Ricardo Rojas, entre otros escritores, fueron clave en la articulación de críticas al liberalismo cosmopolita, a través de un rescate del personaje del gaucho, sus costumbres e idiosincrasia<sup>8</sup>.

Años después tuvo lugar un hito fundacional para el desarrollo de las expresiones folclóricas artísticas como espectáculo masivo. El maestro y recopilador santiagueño Andrés Chazarreta llevó el folclore a un escenario de la capital por primera vez en 1921, durante la presentación de su Compañía de Arte Nativo del Norte en el teatro Politeama. Este hecho inédito

<sup>7</sup> “Sociedad Folk” fue un concepto de Robert Redfield retomado en nuestro país por el folclorólogo Raúl Cortázar para designar una forma de comunidad homogénea, pequeña, aislada, autosuficiente, aferrada a tradiciones ancestrales y con tecnología simple, a la 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>8</sup> Claro que, en este proceso, toda connotación contestataria previa asociada a la figura del gaucho quedaba excluida y el significante se llenó de un contenido simbólico a la medida de las clases dominantes, por efecto de lo que Raymond Williams (1994) entiende como tradición selectiva (Parodi, 2019).

fue celebrado por Ricardo Rojas en la prensa del día siguiente, y su importancia histórica hasta fue señalada por el propio Atahualpa Yupanqui (Chamosa, 2012: 101).

En la década del 40, el periodo peronista<sup>9</sup> dio lugar a políticas gubernamentales que –en coherencia con su doctrina nacionalista y antiimperialista– fomentaron la inserción del folclore en las escuelas, peñas y bailes barriales (Chamosa, 2012: 145-146). Después de 1950 la creciente industrialización de las ciudades y los procesos de migración interna habían provocado la llegada de una masa de trabajadores provincianos que se integraban como mano de obra al cordón industrial trayendo con ellos sus formas de ocio y recreación, mucho menos vinculadas al tango que a las sonoridades telúricas provenientes de distintos rincones de la geografía argentina (Pujol, 1999: 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 transformó en un *boom* folklórico, es decir, en un crecimiento exponencial del mercado de la música popular nativa ayudado por el desarrollo de las tecnologías de reproducción y difusión (Pujol, 1999; Kaliman, 2003; y Díaz, 2009).

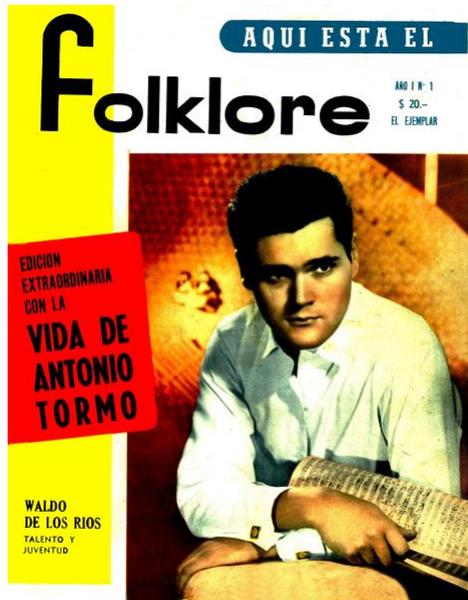


Figura 1: portada del primer número de la revista *Folklore* (Julio de 1961)

En ese marco se dio el nacimiento de la revista *Folklore*, publicación que cedió espacio entre sus páginas a distintas versiones de la identidad nacional que se encontraban en disputa. Por un lado, estaban las que correspondían a los paradigmas antagónicos clásico-renovador, y regían las prácticas artísticas de los nuevos agentes del campo (Díaz, 2009); por otro, entraban los criterios de valoración de las prácticas folclóricas hechos por parte de instancias relacionadas al ámbito empresarial, asociado a la industria cultural (Kaliman, 2003: 53); y, finalmente, estaban también allí los aportes del sector del folclore académico y su enfoque positivista con métodos de validación científica, que también atravesaba en esta época un periodo de expansión, especialmente tras el surgimiento de la *folclorología* en el ámbito general de la musicología (Chamosa, 2012: 152 y Patiño Meyer, 2016). Esta confluencia de sentidos divergentes, que ponía en relación la cultura

<sup>9</sup> El primer período presidencial de Juan D. Perón se extendió entre el 4 de junio de 1946 y el 4 de junio de 1952 y se caracterizó por la conformación de un Estado de bienestar que llevó adelante un conjunto de políticas públicas diversas para atender a las distintas cuestiones económicas, sociales y culturales que hacían la vida política del país.

nativa con la identidad nacional, nos permite abordar las distintas dimensiones que abarcó el discurso de *Folklore* desde su emergencia en el campo como árbitro de la disputa establecida entre el resto de los agentes.

### **“Conciencia Folklórica”: lo científico, lo literario y lo técnico en la intencionalidad didáctica del discurso de *Folklore***

Al compararlos entre sí, a primera vista los artículos que centran nuestra atención para este trabajo parecen extraídos de contextos diferentes. Pertenecientes a distintas *tipologías enunciativas* (Maingueneau, 1999: 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 ejemplar de la revista, dedicado a revisar su historia a lo largo de los veinte años, un artículo con la firma de Ismaco Viltes<sup>10</sup> ponía a estas colaboraciones en el centro de la cuestión llamándolas “notas serias”, como una forma de interpelar directamente al lector, actualizando de paso una tensión que existía 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’? [...] 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 encontrado eco y espacio para intercalarse [...] junto a los costados más comerciales de la revista: los avisos. (*Folklore* N° 316, 1981: 14)

Considerado fundador de la rama folclórica de la musicología, Carlos Vega inauguró esta corriente en la revista y aportó contenido en clave académica en torno de lo popular en general y del folclore en particular de manera permanente por cinco años sin pausa durante toda la primera etapa (N°10, 1961: 42-47 a N°99, 1965: 38-39). Fue el iniciador de la sección “Conciencia Folklórica”<sup>11</sup> que definió una parte central del contrato de lectura propuesto por *Folklore* a sus lectores en la primera etapa.

Inicialmente, Vega publicó allí “Las canciones folklóricas argentinas” (N°10, 1961: 42-47), un extenso trabajo original publicado por capítulos, que consistió en la enumeración y clasificación de los distintos géneros folclóricos –a los que se refería como “especies” del repertorio de la canción nativa–, con detalladas descripciones de sus rasgos distintivos, entendiendo por ellos tanto los elementos musicales, como líricos o verbales. Utilizando el género del ensayo científico, respetó un estilo enciclopédico y sobrio buscando una pretendida objetividad, lo cual en un nivel textual implicaba, entre otras cosas, el borramiento intencional de los pronombres en primera y segunda persona (Maingueneau, 1999: 34). Utilizaba el plural académico para referirse a sí mismo, como sucede en “no hemos examinado”, “no nos ha dado el pueblo un nombre para...”,

<sup>10</sup> No se hallan referencias a este nombre, probablemente se trate de un seudónimo.

<sup>11</sup> La sección llevó ese nombre entre los ejemplares 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 ejemplar N° 100 (1965).

“tenemos...”, “como dijimos...”, “nosotros hemos hallado”, entre otras; o para apelar a los destinatarios, reproduciendo la modalidad enunciativa de una clase magistral: “Dediquemos nuestra atención [...], después veremos [...]”. “En la próxima entrega, estudiaremos...”.

## LA CIENCIA DEL FOLKLORE

**UN ESTUDIO INEDITO  
SOBRE NUESTRO  
CANTO RURAL POR LA  
PRIMERA AUTORIDAD  
EN LA MATERIA**



CARLOS VEGA, de quien se ha dicho recientemente en Europa, una vez más, que “es una autoridad universal, así reconocida por los organismos competentes”, ha entregado a FOLKLORE un notable y amplio ensayo original sobre nuestros cantos folklóricos, erudito trabajo que ofreceremos al lector en esta y sucesivos números, con el carácter de especial contribución de nuestra revista al conocimiento científico de las tradiciones argentinas.

- 12 -

Figura 2: portadilla de “Las canciones folklóricas argentinas” de Carlos Vega (*Folklore* N°10, 1961: 42).

Otros inventarios y compilaciones del autor, presentados por *Folklore* a lo largo de sucesivas entregas, fueron “Los instrumentos folklóricos argentinos”<sup>12</sup> y “Apuntes sobre la historia del movimiento tradicionalista argentino”<sup>13</sup>. En cualquiera de estos trabajos, la construcción del enunciador reafirmaba su legitimidad a partir del manejo de un *código de lenguaje* específico (Maingueneau, 1999: 21), de tono y estilo científico. Los pasajes autorreferenciales eran escasos y por lo general estaban localizados en los segmentos introductorios con el propósito de dar cuenta de la propia trayectoria: “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 (N°10, 1961: 42-47). En paralelo a la construcción de una imagen de enunciador calificado, se elaboraba la de un lector modelo con el que compartía el mismo interés por acceder al campo desde un saber de especialistas. La primera persona se empleaba en estos casos para reafirmar las competencias eruditas de sus enunciatarios: los “lectores estudiosos” para quienes “serán provechosas las lecciones que recibí durante mis largos viajes por los más remotos hontanares folklóricos” (N°10, 1961: 42-47).

<sup>12</sup> En nuestra selección: “Capítulo primero. Introducción y clasificación” (N° 20, 1962: 36-38), “Capítulo X. La caja” (N° 30, 1962: 42-45) “Capítulo XVIII. El erke” (N° 40, 1963: 44-46).

<sup>13</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” (N° 50, 1963: 66-69); “Capítulo 20. De trovadores y payadores” (N° 70, 1964: 72-74); “Capítulo 29. Amplitud de los nacionalismos artísticos” (N° 80: 1964: 70-72); “Capítulo 38. Se presenta la compañía de danzas” (N° 90, 1965: 36-39).

La sección “Conciencia Folklórica” fue el primer espacio en la revista que contó con una colaboración especial de Atahualpa Yupanqui<sup>14</sup>. El poema “Tiempo del hombre” contenía elementos propios de la cosmovisión de los pueblos originarios de América, especialmente la genealogía que construía en torno al yo lírico, su origen anclado a un pasado precultural y su destino de tránsito permanente a lo largo de un espacio común, global y universal, desde donde la poesía era creada. Esta alusión a la 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 inmaculado para la expresión del *Volkgeist* o espíritu nacional argentino (Kaliman, 2003: 23). El poeta podía decir: “no estudio las cosas ni pretendo entenderlas, las reconozco, es cierto, pues antes viví en ellas”, porque construía su legitimidad en base a lo que lo unía con el origen, apelando a una percepción del tiempo propia de las culturas ancestrales y excediendo toda referencia histórica al momento fundacional del campo.

## -TIEMPO DEL HOMBRE-

Especial para “FOLKLORE”

por ATAHUALPA YUPANQUI



Figura 3: “Tiempo del hombre” de Atahualpa Yupanqui (*Folklore* N°10, 1962).

Más allá de la interpretación de su significado, resulta interesante preguntarnos por la inclusión de estos versos sueltos, sin un estudio que los enmarcara, como las coplas que aparecen en el contexto del trabajo sobre el cancionero popular realizado por Vega. 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. Este espacio literario, donde el uso del lenguaje se encontraba a disposición de las imágenes que buscaba evocar, tenía, aun así, 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.

La voz de un artista de la talla de Yupanqui aparecía como un beneficio extra, como un regalo para sus consumidores y eso estaba anunciado desde el encabezado: “Especial para

<sup>14</sup> Posteriormente, Yupanqui contó con su propia sección fija, titulada el “El canto del viento”, (N°20, 1962 a N°50, 1963), que consistía en una serie de memorias biográficas que se convertirían en un libro con el mismo título.

FOLKLORE”. En esto la publicación sí coincide con los artículos de Vega, que también eran encabezados por un recuadro desde el cual los editores se planteaban como garantes de la legitimidad del autor, con incontables subjetivemas evaluativos para referirse a su trabajo: “un estudio inédito”, “su notable y amplio ensayo original”, “el erudito trabajo”, “una especial contribución”<sup>15</sup>. Esta operación evidencia la dinámica que existía entre los editores y los colaboradores en términos de autoría, pues la publicación funcionaba como *metaenunciador* 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, más allá de las firmas particulares (Maingueneau, 2009: 155-156).

Otro autor presentado por los editores de *Folklore* desde esta sección fue el periodista y escritor José Ramón Luna. Sus textos “Cosas de la tierra india” (N°10, 1962: 50-51) y “Por los cerros indios” (N°30, 1962: 47-49) incluían narraciones de mitos y leyendas originarias recogidas por él mismo en su peregrinar por la Argentina. Con algunas marcas del estilo que remitían a sus propias competencias literarias, pero especialmente con recursos que daban cuenta del origen tradicional y oral de los relatos (“según cuenta la leyenda”), su difusión reconocía en ellas un valor patrimonial y de transmisión de saberes vinculados a la tarea de rescatar un legado cultural. En este sentido, la sección también presentó aportes en clave de saberes técnicos que se agregaban al tono didáctico de *Folklore*: lecciones de danzas nativas a cargo de Pedro Berruti (N°20, 1962; N°30, 1962; N°40, 1963), de guitarra por Claudio Cosentino (N°1 a N°180) y de bombo y quena, en el método de Arnoldo Pintos (ver referencia en N°316, 1981).



Figura 4: comienzo de “Cosas de la tierra india” de José Ramón Luna (*Folklore* N° 10, 1962: 50-51).

<sup>15</sup> 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 (N°10, 1961: 42-47). Posteriormente esta estrategia de legitimación fue reafirmada por las repercusiones del trabajo de Vega en otros países de la región, donde también realizó investigaciones. De este modo, cada una de sus intervenciones en *Folklore* aparecía precedida por una opinión sobre su labor, brindada por especialistas en el tema.

El nombre elegido para la sección abarca, según la Real Academia Española, dos significados derivados del vocablo latino *conscientia*: por un lado, 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. Las “notas serias”, inauguradas por esta sección y sostenidas a lo largo de los años, abrieron en el discurso de *Folklore* un espacio destinado a los *iluminados* del campo. El sufijo “ciencia” (del latín *scientia*) nos remite a una concepción positivista de cómo se transmite el conocimiento, sistematizado y organizado. Quienes escribían estas notas se presentaban como informantes idóneos, insertos en el círculo de conocedores del folclore, que tenían la capacidad de percibir su verdadera esencia e indicar el camino correcto, especialmente en el marco de una realidad que podía sentirse como caótica en pleno *boom folklórico*, momento caracterizado por la manifestación de prácticas artísticas heterogéneas. Así como en cada mes de enero el fervor del escenario de la plaza Próspero Molina en Cosquín<sup>16</sup> se complementaba con el desarrollo simultáneo de un ateneo académico sobre la cuestión folklórica (Patiño Meyer, 2016); del mismo modo, la contribución de los expertos en esta publicación buscaba compensar el resto de los contenidos de *Folklore*, dedicados a difundir su aspecto más relacionado con la industria.

### Las formas de semiotización de las emociones

Como vimos antes, los artículos seleccionados para este trabajo exageraban estilísticamente la distancia entre el sujeto discursivo y su objeto a través de una ausencia de emocionalidad en sus textos; y usaban un tono mucho más mesurado que el de otros artículos, como las entrevistas a artistas o las crónicas de festivales. La dimensión emocional es una variable ineludible, especialmente con el protagonismo que ha adquirido el giro afectivo dentro de los esquemas que explican los fenómenos sociales (Arfuch, 2016: 247-248). Pero incluso antes de este interés desatado en el ámbito de las ciencias humanas y sociales actuales, el análisis del discurso 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 Elvira Arnoux y Mariana Di Stefano, la manifestación –o la ausencia– de emociones en un discurso define la presentación de sí por parte del enunciador y moviliza las posibilidades de identificación en los receptores, “en la medida en que estos compartan los principios y valores que las sostienen” (2018: 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 el análisis de esta revista, porque atraviesa los sentidos que despliega la música como fenómeno semiótico. La música es considerada, por Claudio Díaz y María de los Ángeles Montes (2020), un intercambio de signos entre agentes, como cualquier otra forma de comunicación humana; con la particularidad de que el sentido que está en juego, más allá del contenido de las letras e incluso de los diseños melódicos y las progresiones 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 las tramas argumentales de las narrativas identitarias de los grupos sociales a los que pertenecen (Vila, 1996 y 2017). De esta

<sup>16</sup> Desde 1961, durante el mes de enero tiene lugar el Festival Nacional de Folklore en la ciudad de Cosquín, provincia de Córdoba. Este se convirtió, desde su origen, en una de las principales instancias de consagración de los artistas del campo. Durante los veinte años de su duración, la revista *Folklore* ocupó un lugar similar en el campo.

manera, por estar inmersa 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 hay que atender desde el análisis del discurso de *Folklore*.

De acuerdo con la clasificación realizada por Raphael Micheli<sup>17</sup>, los discursos revelan tres formas posibles de semiotización de las emociones: las dichas, las mostradas y las reafirmadas, y sus respectivos efectos sobre el destinatario. Un enunciado que “dice” la emoción reduce la actividad inferencial del alocutario; si la “muestra”, esta estimula una interpretación indicial de las marcas. Finalmente, si la emoción está reafirmada 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 (Arnoux y Di Stefano, 2018: 16-17).

En la selección de artículos analizados, las emociones aparecían escasamente nombradas y casi nunca eran mostradas mediante indicios textuales<sup>18</sup>. Desde su positivismo epistemológico, los folclorólogos pretendían separar la razón de la pasión, al considerarlas como ámbitos de la existencia humana que funcionan aisladamente. 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 o el *temor* por su pérdida integran, en el caso de *Folklore*, lo que Raphael Micheli llama “la construcción argumentativa de las emociones”: un desarrollo de argumentos sobre las disposiciones del sentir (2011: 158-159). Aunque es cierto que sus discursos intentaban borrar las huellas afectivas, lo cierto es que la revista, en tanto instancia superior de discurso, integraba las voces de los expertos bajo la función de apuntalar estos sentimientos a través de la creación de un relato nostálgico en torno a la identidad.

### **La retórica de la pérdida en la revista *Folklore***

Esta narrativa en la que ciertos elementos del pasado cultural se convierten en un objeto de deseo que debe ser preservado en su autenticidad, se inscribe en lo que José Reginaldo Santos Gonçalves denomina *Retórica de la pérdida* (2015). Para desarrollar su idea, el antropólogo retoma la categoría de “régimen de historicidad” acuñada por François Hartog para analizar cómo interviene la experiencia de distintas temporalidades en las configuraciones identitarias de las naciones de América Latina:

Un régimen de historicidad [...] es sólo 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, 2013:139).

Esta categoría 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 el autor,

<sup>17</sup> Ver *Les émotions dans les discours. Modèle d'analyse, perspectives empiriques* (2014).

<sup>18</sup> En todo caso, las pocas referencias afectivas directas buscaban construir una voz propia y en la relación con su destinatario, vista como competencia discursiva perteneciente al plano de la retórica. Una de ellas es 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: 42-47).

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 en favor del futuro visto como progreso, a una perspectiva que postulaba el final de las utopías y la supremacía de un “presentismo” que exigía ir en rescate del pasado. Categorías como “memoria”, “patrimonio” y “conmemoración” tomaron fuerza en el marco de sociedades que en el siglo XX fueron golpeadas por grandes tragedias (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” 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” (Santos Gonçalves, 2015:218).

Afín a la noción de *tradición selectiva* de Raymond Williams (1999: 174-176), la propuesta de Santos Gonçalves utiliza el término *patrimonio* para referirse a un proceso activo que se emprende desde determinado contexto sociohistórico, 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” (2015: 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 (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, podrían ser consideradas simultáneamente como amenazas para la preservación de la autenticidad de los bienes folclóricos y como facilitadores de esa preservación.

La preocupación de *Folklore* por rastrear los orígenes del folclore y su relación con una supuesta esencia nacional se hizo más notoria cuando la distancia temporal permitió a los editores y sus colaboradores observar con cierta perspectiva el impacto del *boom* sobre la configuración del campo. En la edición centenaria de la revista, al cumplirse cuatro años desde su primer ejemplar, aparecieron una serie de artículos de tono erudito que buscaban analizar las consecuencias de la explosión comercial que estaba atravesando el campo (Nº100, 1965: 32-45). Tal como dijimos más arriba, el intento por trazar genealogías que se al momento de fundación del campo del folclore, fue la estrategia discursiva mediante la cual se buscaba construir el lugar de legitimidad de la publicación.

En su artículo “Los precursores”, León Benarós (Nº100, 1965: 23-31) emprendía un rescate de las figuras fundacionales de la música folclórica, caracterizándolas con una serie de sintagmas cargados subjetivamente, con el objetivo manifiesto de “preservarlos del olvido”:

- [...] 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 la nota, Benarós justificaba extensamente la necesidad de realizar un reconocimiento a aquellos que habían hecho posible el “florecimiento” del campo, ejemplificando esto 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” (N°100, 1965: 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 presenta algunos casos que abonan su tesis sobre las “hondísimas raíces [que] cuentan años” de este arte. Se menciona a 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. En otras palabras, a 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” (N°100, 1965: 23-31).

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 folclore 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. (N°100, 1965: 23-31)

### **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 brasileña, 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: 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 Rádio* (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: 17-22).

Sin ánimos de establecer una comparación exhaustiva entre las publicaciones brasileñas y la revista *Folklore*, no es difícil encontrar ciertos paralelismos entre sus enfoques. 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 en la construcción de los criterios de valoración de las prácticas discursivas. Para el caso brasileño, la autora advierte que la estrategia de museificación del samba por parte de las revistas de los años 50, tuvo la finalidad de legitimar y consagrar ese estilo musical como elemento de identidad nacional, e incluirlo en la tradición de música folclórica 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: 9)

Así como en Brasil las revistas contribuyeron a esta museificación de lo popular al concebirlo como monumento del pasado, en el caso de *Folklore*, la definición de lo auténtico articuló los distintos posicionamientos que estaban en disputa. Esto se dio a través de los debates que tuvieron lugar en sus páginas entre sus colaboradores –ellos mismos, otros agentes del campo y lectores–, en la búsqueda de una conceptualización definitiva del folclore como manifestación cultural auténtica. Un ejemplo de esto lo encontramos en las terminantes palabras de Ciro René Lafón en su artículo “Folklore y Soberanía”: “Estamos defendiendo la soberanía cultural. Tal cual: sin exageración ninguna. Y lo hacemos sin xenofobias ni chauvinismo”. En el desarrollo de la nota convocaba a “conocer y combatir todo aquello que de un modo y otro afecte nuestro patrimonio cultural nacional” (Nº 316, 1981: 82-85). En este sentido, el autor encontraba culpables fuera del campo, pero también dentro de él:

[...] 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. (Nº316, 1981: 82-85)

## Conclusiones

En las revistas de música de países latinoamericanos, como las analizadas en el trabajo de Tania da Costa o en este trabajo, ya sean sobre revistas especializadas, revistas de radio o, como en el caso de *Folklore* una combinación de ambas; los redactores escribían para un tipo particular de destinatario, conformado por aquellos lectores con los que compartían ciertas costumbres, gustos y competencias. En definitiva, se trataba de oyentes de la misma música, que además circulaba en el campo del folclore del que ellos mismos formaban parte como agentes. Es de suponer entonces que las condiciones de producción de su discurso estuvieran afectadas por la carga emotiva propia de esa música, que en el campo del folclore surgía de la relación de influencia mutua e históricamente situada entre las prácticas artísticas del campo y los discursos legitimados en él. El tono afectivo dominante provenía del nacionalismo cultural de principios del siglo XX, y estaba tomado por el miedo a destruir la esencia nacional; pero también estaba implicado en la nostalgia de los trabajadores provincianos por sus pagos de origen, para la cual la recreación en peñas y guitarreadas a comienzos de la década del sesenta constituía un aliciente (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 y 2002) una estrategia discursiva subyacente para legitimar su propia voz en el campo. Incluir la voz autorizada de *folclorólogos* y *folcloristas ilustrados*, era la manera de diluir las contradicciones que simbolizaban 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 la imagen de la revista como reservorio de un tesoro nacional vivo, “detentor de un importante patrimonio cultural intangible” (Hartog, 2013: 200), entregado 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. De esta manera, *Folklore* consiguió ocupar una posición privilegiada frente al resto de los agentes, en el contexto de grandes tensiones internas y externas que caracterizaba el campo en los años comprendidos entre su auge y decadencia.

## Bibliografía

- Arfuch, Leonor. 2016. “El ‘giro afectivo’. Emociones, subjetividad y política” en *Revista DeSignis*, 24: s/p.
- Arnoux, Elvira y Mariana Di Stefano. 2018. “La dimensión emocional de los discursos”, en *Identidades discursivas: enfoques retórico-argumentativos*, E. Arnoux y M. Di Stefano, dir., Buenos Aires: Cabiria.
- Blache, Martha y Ana María Dupey. 2007. “Itinerarios de los estudios folklóricos en la Argentina *Relaciones de la Sociedad Argentina de Antropología XXXII*: 299-317.
- Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant. 1999. *Respuestas: por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo.
- Chamosa, Oscar. 2012. *Breve historia del folclore argentino. 1920-1970: identidad, política y nación*. Buenos Aires: Edhasa.
- Costa, Ricardo y Danuta Mozejko. 2001. *El discurso como práctica: lugares desde donde se escribe la historia*. Santa Fe: Homo Sapiens Editores.

- . 2002. “Producción discursiva: diversidad de sujetos” en *Lugares del decir - Competencia social y estrategias discursivas*. Santa Fe: Homo Sapiens Ediciones.
- . 2015. *Hacer la diferencia. Abordaje sociocrítico de prácticas discursivas*. Córdoba: Eduvim (Editorial Universitaria Villa María).
- Da Costa, Tania. 2010. “Folclorização do popular, uma operação de resistência à mundialização da cultura”, *Revista ArtCultura*, 12: 80-92.
- . 2017. “A folclorização do samba carioca: memória, história e identidade”, *Revista ArtCultura*, 19/ 34: 57-70.
- Díaz, Claudio Fernando y M. de los Ángeles Montes. 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>
- Díaz, Claudio. 2009. *Variaciones sobre el Ser Nacional. Una aproximación socio discursiva al folklore argentino*. Córdoba: Ediciones Recovecos.
- García Canclini, Néstor. 1989. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Ed. Grijalbo.
- Hartog, François. 2013. *Regimes de historicidade. Presentismo e experiência do tempo*. Belo Horizonte: Editora Autêntica.
- Kaliman, Ricardo J. 2003. *Alhajita es tu canto. El capital simbólico de Atahualpa Yupanqui*. Proyecto “Identidad y reproducción cultural en los Andes” IHPA, Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Tucumán.
- . 2017. “Dos actitudes ilustradas hacia la música popular. Para una historia social de la industria del folklore musical argentino” en *Revista Argentina de Musicología*, 17: s/p.
- Maingueneau, Dominique. 1999. *Términos clave del análisis del discurso*. Argentina: Ediciones Nueva Visión.
- . 2009. *Análisis de textos de comunicación*. Argentina: Ediciones Nueva Visión.
- Mazzaferro, Alina. 2015. *La cultura de la celebridad. Una historia del starsystem en la Argentina*. Buenos Aires: Eudeba.
- Micheli, Raphaël. 2011. “Las emociones como objetos de construcciones argumentativas” en *Cultura y Discurso – UAM-X*, 26: 141-166.
- Moliner, Carlos. 2011. *Militancia de la canción: política en el canto folklórico de la Argentina. 1944-1975*. Buenos Aires: De aquí a la vuelta.
- Parodi, Julia. 2019. “Folcloristas y folclorólogos: 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 Folklore de Cosquín 1973-1977: para una historia cultural de la última dictadura militar argentina” Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Lanús. Recuperada de [http://www.repositoriojmr.unla.edu.ar/descarga/Tesis/MAMIC/Pati%C3%B1o\\_L\\_Historia\\_2\\_016.pdf](http://www.repositoriojmr.unla.edu.ar/descarga/Tesis/MAMIC/Pati%C3%B1o_L_Historia_2_016.pdf)
- Pujol, Sergio. 1999. *Historia del baile. De la milonga a la disco*. Buenos Aires: Emecé.
- Santos Gonçalves, Jose R. 2015. “O mal-estar no patrimônio: identidade, tempo e destruição” em *Revista Estudos Históricos*, 28/55: 211-228.
- Verón, Eliseo. 1988. “Prensa escrita y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación” [Título original: “Presse écrite et théorie des discours sociaux: production, réception, régulation”. Traducción de la cátedra “Comunicación y Cultura”. Fac. de Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Lomas de Zamora] en: *La presse. Produit, production, réception*, Paris, Didier Erudition: 11-25.

“Conciencia Folklórica”: el sentimiento patriótico reafirmado por el discurso de la revista *Folklore*...

Vila, Pablo. 1996. “Identidades narrativas y música. Una primera propuesta para entender sus relaciones”. *Trans. Revista Transcultural de música* 2. <http://www.sibetrans.com/trans/index.html>

———. 2017. “Music, Dance, Affect, and Emotions: Where We Are Now” en *Music, Dance, Affect, and Emotions in Latin America United States of America*: Lexington Books: 1-39.

Williams, Raymond. 1994. *Sociología de la Cultura*, España: Editorial Paidós.