

Folkloristas y Folklorólogos: las estrategias de inclusión y exclusión en el discurso de la revista *Folklore* (1961-1981).

Julia Parodi*

Resumen:

Publicada en nuestro país durante pleno auge del “*boom del folklore*”, la revista *Folklore* fue un engranaje esencial en la cadena de mecanismos de la industria cultural. Sin embargo, un análisis detenido de su discurso revela dos movimientos contradictorios, como un efecto insalvable derivado de las tensiones que cristaliza. Por un lado, un impulso de inclusión donde parecen licuarse las diferencias como parte de un mismo y homogéneo fenómeno, el de la “música nuestra” en pos de la construcción de una imagen identitaria o “ser nacional” apta para las exigencias de un mercado creciente. Pero por el otro lado, la revista fue también promotora de un claro impulso de exclusión que, a manos de la denominada “Ciencia del Folklore” y de sus especialistas autorizados, los folklorólogos, consistió en un intento por establecer los límites y alcances del “Folklore” como patrimonio nacional. Costa y Mozejko (2001 y 2002) proponen buscar en las condiciones de producción las hipótesis explicativas de las estrategias que, consciente o inconscientemente orientan las prácticas discursivas de los agentes sociales. Los impulsos de inclusión y exclusión observados en la revista, podrían considerarse huellas de condiciones sociales de producción muy específicas que atañen al desarrollo del campo del folklore, y que permitirían comprender la constante “retórica de la pérdida” que caracteriza este discurso.

Palabras clave: Discurso – Folklore – Industria Cultural – Patrimonio - Revista

Folkloristas y Folklorólogos: the strategies of inclusion and exclusion in the discourse of the *Folklore* magazine (1961-1981).

Abstract:

Published in our country during the ‘*boom of folklore*’, *Folklore* magazine was an essential chain gear of the cultural industry mechanisms. However, a more detailed

* Lic. en Comunicación Social, Becaria doctoral en Instituto de Humanidades, CONICET – Universidad Nacional de Córdoba.

parodi.julia@gmail.com

Recibido: 20/06/2019 Aceptado: 30/09/2019

analysis of its discourse reveals two contradictory movements, as an inevitable effect derived from the tensions they crystallize. On the one hand, an impulse of inclusion where the differences seem to be liquefied as part of the same and homogeneous phenomenon, the one of "our music"; in pursuit of the construction of an identitarian image or "national being" suitable for the demands of a growing market. But on the other hand, the magazine was also a promoter of a clear impulse of exclusion in the hands of the so-called "Science of Folklore" and its authorized specialists, folklorologists, consisted of an attempt to establish the limits and scope of Folklore as national heritage. Costa y Mozejko (2001 y 2002) propose to look into the production conditions in order to find the explanatory hypotheses of the strategies which, consciously or unconsciously, guide each social agent's discourse practices. The inclusion and exclusion impulses in the magazine, could be considered as specific production conditions traces related to the development of the folklore field, and they might help us to understand the constant "rhetoric of loss" that characterize this discourse.

Key Words: Discourse – Folklore – Cultural Industry – Heritage - Magazine

El discurso de *Folklore*: Un enfoque socio discursivo

Publicada en nuestro país durante pleno auge del boom folklórico, la revista *Folklore* fue un engranaje esencial en la cadena de mecanismos de la industria cultural. Sus páginas se erigieron como instancia consagratoria en un campo habitado por tensiones constitutivas surgidas por la disputa en torno a la definición de una cultura y una identidad nacionales. Por ello su discurso puede ser visto como un espacio discursivo de convergencia y cristalización de las dicotomías que caracterizaron al campo desde su conformación y consolidación en el ámbito más amplio de las músicas populares, entendidas como expresiones *mediatizadas, masivas y modernizantes* por su relación con la industria cultural, la tecnología y las comunicaciones (González, 2001).

Un análisis pormenorizado del contenido de la revista a lo largo de los veinte años de su publicación, desde 1961 hasta 1981, revela la presencia de al menos dos movimientos que son contradictorios entre sí y que aparecen como un efecto insalvable derivado de las tensiones que su propio discurso cristaliza. Por un lado, un impulso de inclusión, donde se licuan las diferencias y se pretende visualizar un fenómeno aparentemente homogéneo y sin fisuras, el de la "música nuestra", en pos de la construcción de una imagen identitaria o "ser nacional" apta para las exigencias de un mercado creciente. Una muestra de esto son las portadas: ocuparlas fue aspiración de los artistas de la época sin distinción. Desde allí obtuvieron reconocimiento artistas provenientes de regiones diversas, representantes de ritmos variados y hasta adscriptos a corrientes o paradigmas antagónicos dentro del campo.

Por el otro lado, la revista fue también promotora de un claro impulso de exclusión que, a manos de la denominada "Ciencia del Folklore" y de sus especialistas

autorizados, consistió en un intento por establecer los límites y alcances de la noción de “Folklore” entendida como patrimonio cultural. Desde una sección que permaneció fija a lo largo de más de noventa números, los *foklorólogos* se dedicaron a diseñar taxonomías, elaborar inventarios y establecer una definición autorizada del concepto, con el objetivo de organizar las categorías ambiguas del sentido común. Dando voz a quienes consideraba autoridades en la materia, el agente discursivo colectivo productor de la revista *Folklore* tomaba parte así en las diversas polémicas y tensiones que configuraron el campo desde sus inicios y que se agudizaron en el auge del “boom del folklore” de los años 60.

Ricardo Costa y Teresa Mozejko (2002, 2007) proponen un enfoque metodológico para el análisis de los discursos según el cual estos no pueden abordarse como productos cerrados en sí mismos. Su análisis excede todo enfoque textual e inmanentista y hace necesario un trabajo interdisciplinar que se justifica a partir de considerar todo discurso como una práctica social, que debe ser comprendida y explicada en su relación con el lugar del agente que los produce. En esa relación se encuentra la fuente de comprensión y explicación de las razones que hicieron posible que determinado agente produjera determinado discurso (y no otro). Allí se encuentra el juego del doble espacio de lo discursivo y lo social.

Costa y Mozejko sostienen, siguiendo a Patrick Charadeau, que uno de los principios fundamentales de las prácticas discursivas en contextos comunicativos es el principio de influencia. Según este principio, todo sujeto que produce un discurso busca llegar a su interlocutor para orientar sus acciones, sentimientos y pensamientos: hacer hacer, hacer sentir y hacer creer; y el interlocutor, a su vez, está al tanto de esa intencionalidad. Por ello la finalidad intencional de todo acto de lenguaje se encuentra inscrita en el dispositivo socio-lingüístico. En otras palabras, lo que relaciona al agente con su práctica (al lugar que aquel ocupa en el campo con el discurso que produce) en términos de opciones y estrategias, es la intencionalidad de influir en el interlocutor (Costa y Mozejko, 2007: 9-15).

A partir del enfoque sociodiscursivo propuesto, podemos afirmar que toda prácticadiscursiva es una toma de posición de los agentes en el marco de los posibles -es decir, en el marco de lo permitido por las múltiples coerciones derivadas de las condiciones objetivas de producción-. Esto implica considerar la existencia de reglas, normas o leyes que regulan la producción discursiva en cada ámbito. El “paradigma discursivo” es justamente ese conjunto de leyes o regulaciones que definen lo aceptable, lo normal o lo legítimo en un campo y de ese modo afecta las prácticas de los agentes involucrados.

Al analizar el discurso de *Folklore* esta noción cobra una especial importancia, ya que la posición del agente -un agente colectivo configurado por los editores y principalmente los directores editoriales de la revista- ubica a la revista como una instancia de consagración del campo (Bourdieu, 1995). En el entramado que consolidó a lo largo de los años junto a otras instituciones culturales propias de la industria del espectáculo en la Argentina de los años sesenta, *Folklore* detenta un control creciente en la definición, interpretación y aplicación del conjunto de leyes regulatorias de las prácticas en su campo, lo que le adjudica la capacidad para establecer los criterios de legitimidad que van a incidir en las prácticas del resto de los agentes. Si pensamos las estrategias del agente en términos de intencionalidad orientada a influir sobre sus interlocutores, el discurso de la revista busca consolidar su posición “en la lucha por el

control de la definición de lo legítimo y de las prácticas” en su espacio social (Costa y Mozejko, 2007: 18).

La marca discursiva de esta estrategia en el caso de *Folklore* es la apelación a lo que lo que el antropólogo Santos Gonçalves (2015) denomina “la retórica de la pérdida”: un esquema narrativo construido sobre la idea de que ciertos elementos del pasado cultural, como en este caso los saberes y costumbres típicos de un pueblo dados en llamar “Folklore”, se convierten en el objeto de deseo cuya autenticidad están llamados a preservar los sujetos de una nación. Desde esta perspectiva, los mecanismos de la industria cultural pueden verse como parte de esa amenaza, en tanto la dinámica reproductiva de los medios masivos de comunicación acarrea el riesgo de afectar la autenticidad de los bienes culturales difundidos. Sin embargo, como difusores y promotores de un mensaje identitario también pueden considerarse aliados para la preservación de dicho patrimonio. La revista *Folklore* como práctica discursiva se da en los límites de esa delgada línea, como terreno propicio para el diálogo y debate entre posiciones y paradigmas antagónicos en torno a la expresión folklórica. La *retórica de la pérdida* es una huella persistente en su heterogéneo discurso; y los impulsos de inclusión y exclusión que se generaron a partir de ella pueden llevarnos a descubrir las estrategias discursivas en juego.

1. Entre lo culto y lo popular, entre la tradición y los éxitos: una historia del campo del folklore

Folklore fue una de las revistas dedicadas a la música popular con mayor alcance en nuestro país. Nació como iniciativa de Alberto Honneger, un ex ferroviario santafesino de ascendencia suiza y aficionado a la “música nativa”. Con el dinero de su indemnización al ser despedido del Ferrocarril Mitre, Honneger fundó junto a su hijo Ricardo una modesta imprenta que con el tiempo cobró importancia. Desde allí concretaron algunos de los proyectos editoriales que hasta el momento no habían sido más que anhelos lejanos (Cavallo, 2013: 24-25).

Utilizamos el término “folklore” como parte de la industria musical siguiendo la propuesta de Ricardo Kaliman y su noción de “Folklore Moderno Argentino” para referirnos con el nombre reconocido y reconocible entre los practicantes activos de la industria cultural¹ a determinado estilo o género dentro de la música popular, sus compositores e intérpretes, que se desarrolla en el circuito de prácticas musicales vinculado a los centros de reunión y difusión como peñas o clubes sociales, y a otros elementos propios de la industria como los medios masivos de comunicación (Kaliman, 2017: 4)².

Pablo Vila (1996) afirma que la música popular impacta sobre la conciencia subjetiva de sus consumidores por ser fuente de discursos que interpelan a los sujetos sociales en la medida en que se ajustan a la propia trama argumental de una narrativa identitaria. En el caso de los discursos del campo del folklore, considerado como expresión musical de la nación, la interpelación es a la identidad colectiva de un pueblo. Claro que no hablamos de identidad como una esencia sino como construcción, situada en el marco de procesos sociales y a cargo de agentes que disputan posiciones en un campo plagado de tensiones.

Claudio Díaz utiliza el concepto bourdiano de “campo” para denominar la “red de relaciones sociales en el marco de las cuales se desarrolla una competencia por la

legitimidad y la consagración”, caracterizada por prácticas específicas, reglas de enunciación determinadas y tensiones constitutivas (Díaz: 2009: 41). El “campo del folklore” articuló las prácticas de agentes muy distintos: compositores, intérpretes, poetas, intelectuales, periodistas, medios de comunicación especializados, productores y empresarios, entre otros implicados en sus disputas constitutivas, por lo que no se podría hablar de una narrativa identitaria única sino de un conjunto de “variaciones sobre el ser nacional” que hallaron eco, en distinta medida, en las páginas de *Folklore*

El nacimiento de la revista se sitúa en un momento de auge del campo. 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. 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. Luego acompañaría el declive del folklore hasta dejar de editarse en 1981 después de 316 números.

Este momento de consolidación del campo tuvo entre sus condiciones de posibilidad el desarrollo de una industria creciente durante los años cuarenta, la generación de puestos de trabajo en los centros urbanos y los procesos de migraciones internas en el país. Como consecuencia de este fenómeno demográfico, las ciudades se llenaron de *provincianos* que venían a trabajar durante la semana y buscaban espacios para recreación durante el tiempo de descanso. Tal como afirma Claudio Díaz siguiendo a Pujol (2009: 86), la nueva clase proletaria del cordón industrial en las ciudades estaba menos vinculada al tango que a las músicas que resonaban desde la diversa y extendida geografía argentina. Florecieron así las peñas y bailes populares como espacio de socialización y circulación vinculada a las prácticas culturales de este segmento de la población, y esa fue la cuna de artistas que comenzaban a ser cada vez más escuchados. El aumento del consumo de esta música popular, de la mano del desarrollo de las tecnologías de reproducción y difusión (florecimiento de la radio, desarrollo de una industria discográfica, entre otras), contribuyó al crecimiento exponencial de este mercado particular de la industria cultural en la Argentina de los años 60 (Pujol, 1999; Kaliman, 2004; Díaz, 2009).

Una figura altamente vinculada a este momento del campo del folklore fue Julio Marbiz, primer director editorial de la revista y mentor de sus contenidos y línea editorial. A comienzos de los años sesenta, Marbiz era un incipiente locutor y productor radial a quien acudieron los Honnegger para dirigir su proyecto. A mediados de la década, ya era reconocido como uno de los empresarios más importantes del folklore en tanto espectáculo masivo.

El origen del campo, sin embargo, se retrotrae a las décadas previas, a inicios del siglo XX. Nació precisamente en el marco del centenario de la Revolución de Mayo, asociado a la necesidad de la oligarquía terrateniente de configurar un proyecto de unidad nacional que hiciera frente a la invasión de ideologías revolucionarias por parte de los obreros inmigrantes organizados y sus cuestionamientos al orden social (Kaliman, 2003: 30-41). Así, los intelectuales del nacionalismo cultural (con representantes como Leopoldo Lugones y Ricardo Rojas) emprendieron la tarea de rescatar al personaje del gaucho y sus costumbres e idiosincrasia, dejando fuera sus connotaciones contestatarias y llenando al significativo de un contenido simbólico e identitario idealizado y a la medida de las clases dominantes por un efecto de *tradicción selectiva*, en términos de Raymond Williams (1994).

Este paradigma, denominado por Claudio Díaz como “Paradigma Clásico” (2009: 117-143), dominó las prácticas dentro del campo durante mucho tiempo, pero fue puesto en tensión, como mencionamos antes, durante su expansión conocida como *boom* del folklore. Este significó el ingreso de nuevos actores que, por un lado implicaban un cuestionamiento al rol del artista tal como se lo había considerado hasta el momento; y por el otro, modificaban la dinámica de producción artística y específicamente musical. Todo ello impactó en el sistema de valoración de los artistas modificando algunas de las definiciones históricas como la noción clásica de Folklore en tanto manifestaciones anónimas, colectivas, de transmisión generacional y tradición oral; y reconfigurando el sistema de consagración a la luz del problema de la autenticidad y la legitimidad. Las páginas de la revista *Folklore* (1961-1981) no fueron ajenas a los debates de su tiempo.

2. Un impulso de inclusión: las portadas como instancia de consagración.

El estudio del discurso de revistas nos permite un acceso a los debates y tensiones que caracterizaron determinado momento de la sociedad. Su tiempo siempre es el presente y pierden sentido si no se las concibe insertas en dicho marco. Ese anclaje en el ethos epocal las convierte en documentos de cultura — en palabras de Walter Benjamin—, que permiten indagar sobre un determinado estado del campo. Por eso podemos decir que las revistas tienen un carácter efímero que las condena a una vida que es a la vez corta pero sin embargo intensa. Las vuelve un objeto caduco con el paso del tiempo, pero en el que pueden observarse las huellas que dejaron las circunstancias que rodearon su aparición. Es justamente allí donde radica el carácter político de todo proyecto editorial (Beigel, 2003). Como en todo discurso, el de las revistas en especial nos exige para su abordaje un análisis que entienda como fundamental la relación con el marco en que se inscribe, con las condiciones de producción de su discurso.

Durante sus veinte años de vida, las páginas de *Folklore* albergaron piezas de diferentes géneros periodísticos y no periodísticos, empleando estilos de escritura diversos, y abordando una variedad de temas en sus contenidos. Aparecen y desaparecen, a lo largo de sus números, secciones como “Grandes éxitos del folklore”, “La Ciencia del Folklore”, entrevistas a los artistas, crónicas periodísticas de los festivales, consejos para la mujer, humor, entretenimiento para niños, noticias y sucesos, entre otras misceláneas. En este esfuerzo por construir un espacio de confluencia de elementos heterogéneos como si se tratara de un todo homogéneo aparece una huella discursiva que llamaremos *impulso o movimiento de inclusión*.

Una selección representativa de sus portadas³ puede ser el acceso para analizar esta huella discursiva. En ellas la revista habilitó un espacio de consagración en un campo particularmente atravesado por disputas y tensiones que se habían agudizado para la época del *boom*. Si la expansión del campo implicó el ingreso de nuevos criterios de valoración como alternativa a los que lo habían hegemonizado desde su inicio, en las portadas de *Folklore* hubo espacio para la legitimación de los artistas avalados por cada uno de ellos. Más aún, en ellas se contribuyó a construir estos criterios diversos pero logrando un efecto homogeneizador y borrando las contradicciones aparentes. Para analizarlas desde la propuesta socio discursiva de Costa y Mozejko (2001), es necesario hacer foco en los elementos para textuales que nos brindan las portadas, con aportes de la semiótica estructural como soporte instrumental;

pero más allá de las isotopías, secuencias narrativas y sistemas actanciales como propiedades internas del discurso (Greimas y Courtes, 1982), buscamos un salto a sus condiciones de producción.

Al tomar por ejemplo la portada nº 1 de *Folklore* (ver lámina 1) encontramos el retrato de Waldo de los Ríos, nombre artístico de un joven compositor y pianista de formación en música clásica y dedicado a orquestrar obras del cancionero popular. De los Ríos fue alumno de Alberto Evaristo Ginastera, considerado como uno de los principales representantes del nacionalismo académico junto a Carlos Guastavino. Esta vertiente de la música erudita se caracterizaba por la incorporación de motivos tradicionales y costumbristas a sus composiciones. En este sentido, las partituras que se ven en primer plano por el ángulo contrapicado de la fotografía no aparecen allí por casualidad. Construyen una narrativa acerca de la identidad, origen y competencias del artista que reproducen lo que Fischerman (2004) denomina el efecto Beethoven: la pretensión de ciertos ideales como complejidad y abstracción como principios para considerar una música como “de calidad”. De este modo nos permiten abordar un criterio de valoración del artista de folklore construido en torno a la disputa entre la música popular y la llamada “música culta”.

Esta forma de considerar la calidad de una música que se pretende culta como superior a las expresiones populares, fue una carta de presentación de algunos artistas y una estrategia en la disputa por posiciones en el campo. Podemos pensar en dos hitos claves en la valoración de las expresiones folklóricas como patrimonio artístico vinculado a su circulación en ámbitos de la música culta: uno, durante la emergencia del campo a comienzos del siglo XX, es la presentación del espectáculo de danzas y músicas tradicionales a cargo del recopilador Andrés Chazarreta en el teatro porteño Politeama, el 16 de marzo de 1921 que contó además con una crítica muy positiva en diario *La Nación*, firmada por Ricardo Rojas. Un hecho anecdótico de dicha presentación, narrado por el musicólogo Carlos Vega en sus “apuntes...”. Otro hito, en este caso durante el auge del campo y que de alguna manera refleja la crisis del paradigma clásico en su necesidad de legitimación, es la edición del disco “Coronación del folklore”. El mismo fue una iniciativa del sello discográfico *Phillips* en 1963, y en él se combina este criterio de erudición con otros criterios que estaban surgiendo a partir del *boom del folklore* (Díaz, 2009: 145-147).

Siguiendo con las recurrencias dentro de la diversidad señalada anteriormente, un conjunto amplio de portadas están protagonizadas por las típicas agrupaciones tradicionalistas que remiten a las distintas provincias de nuestro país: los de Salta, los de Córdoba, Los Manseros Santiagueños, Los Gauchos de Güemes, entre otros. Se trata de fotografías en entornos rurales o coloniales de planos generales, donde pueden apreciarse las vestimentas gauchas del tipo de las utilizadas por las academias y ballets, y los instrumentos típicos para la interpretación de música nativa (Ver láminas 2, 3, 4 y 5). Como vimos antes, se trata de los criterios forjados por los intelectuales del nacionalismo cultural durante la emergencia del campo. La exaltación de los paisajes telúricos y el alarde del “manejo de las artes olvidadas” fomentaron la construcción de una idea de esencia nacional con reminiscencias tradicionalistas, en una estética que dominó los modos de decir y hacer folklore en el campo durante mucho tiempo.

Pero como dijimos antes, nuevos criterios de valoración surgieron con la ampliación del campo y la incorporación de agentes asociados a la industria cultural y el mercado del espectáculo. Los récords de ventas, los aplausos y ovación en los festivales, los rankings de más pedidos en la radio se convirtieron en un indicador del éxito

alcanzado por los artistas, y el éxito como aceptación social del público masivo a su vez fue incorporado como criterio de valoración de las prácticas y expresiones artísticas influyendo en la posición a la que los agentes podían aspirar. Se conformó de ese modo una suerte de estética de *starsystem*, al estilo de Hollywood, que en Argentina concentró especialmente a las estrellas del cine y de la TV, muchas de ellas provenientes del campo de la música popular. Según Alina Mazzaferro (2018) fue la expansión de las industrias cinematográfica y radial la que permitió la consolidación de un sistema de celebridades que continuó creciendo sin pausa desde los años 30 en adelante.

Según la autora, el nacimiento de una “cultura de la celebridad” en la Argentina estuvo vinculada al surgimiento del cine sonoro y el paso a la pantalla grande por parte de los artistas de tango, que llevaron consigo a sus audiencias y las convirtieron en público masivo del nuevo cine. En el campo del folklore pueden verse replicados algunos de sus efectos. Uno de los más importantes impactó en el modo de hacer periodismo. Se multiplicaron las revistas especializadas en el mundo del espectáculo y cobraron protagonismo ciertos géneros como la biografía o las entrevistas intimistas. En ellos, la relación entre lo íntimo y lo público se desdibuja buscando acercar al artista a sus seguidores.

Folklore adoptó ese estilo y asentó sobre sus reglas discursivas la idea de una autenticidad basada en la correspondencia entre el artista y el personaje construido en los dispositivos de enunciación durante su performance en los escenarios y en las apariciones públicas, es decir, entre el agente social y el sujeto de enunciación. El efecto buscado era interpelar a su público generando una cercanía entre los lectores y las "estrellas del folklore" que los identificara e hiciera creíbles las imágenes proyectadas por cada artista. De allí que las portadas construidas en torno a este criterio de valoración representan escenas de su vida privada, en la intimidad de su hogar o en contextos urbanos fácilmente reconocibles, con vestimenta a la moda y sonrisas a cámara en una gestualidad que se pretende espontánea y relajada (Láminas 6, 7 y 8). El periodismo del *starsystem* convirtió al campo del folklore en un campo del espectáculo más, y la disputa por los lectores se dio a través de herramientas discursivas efectivas para "enganchar" a los lectores, aunque adaptadas a la especificidad del mundo del folklore: polémicas en torno a separaciones de grupos, conflictos en el detrás de escena de los festivales más concurridos, amoríos protagonizados por los artistas, entre otros temas.

Finalmente un último criterio de valoración es el del vanguardismo estético e ideológico. Hablamos de las expresiones artísticas que nacieron al calor del clima ideológico de la época durante los años 60, no solo en nuestro país sino también en Chile, Uruguay, Brasil aunque cada uno con sus particularidades. En el caso de Argentina nos referimos principalmente al colectivo de músicos y poetas mendocinos autodenominados movimiento “Nuevo Cancionero”, quienes dieron a conocer sus ideas mediante un manifiesto publicado en el año 1963. La propuesta de estos artistas, entre quienes se destacan el poeta Armando Tejada Gómez, la cantora popular Mercedes Sosa, los músicos Oscar Matus y Tito Francia, resultó catalizadora de expresiones anteriores y ganó nuevas adhesiones durante el tiempo posterior a su surgimiento.

Este movimiento surgió como una necesidad de resignificar el folklore en el marco de las disputas que implicó la expansión del campo. Desde su posición, cuestionaban lo asfixiante del tradicionalismo más conservador; pero al mismo tiempo criticaban a los que consideraban como “mercaderes del folklore”, los agentes vinculados a la industria y mercado. Se pensaban a sí mismos como vanguardia política

y cultural; proponían renovar ideológica y estéticamente los fundamentos clásicos y tradicionalistas del folklore para orientarlo a una “toma de conciencia del pueblo argentino” (Díaz, 2009: 191-243). Desde lo estético, tendieron a modernizar el género mediante un uso novedoso de arreglos, armonías, timbres y sonoridades. Y en las letras se observa una intención de abordar la cuestión social: en el paisaje rural aparece el hombre pero es un hombre explotado, víctima de las injusticias de un sistema que estos artistas denuncian.

Para rastrear el criterio de valoración que se desprende de este paradigma “renovador” podemos encontrar en las portadas a algunos de sus representantes como Mercedes Sosa así como algunos de los artistas que, sin llegar a formar parte del movimiento, compartían la manera de entender el lugar del artista como protagonista de las luchas populares contra la injusticia social. Entonces tenemos a Cafrune o incluso a Atahualpa Yupanqui -a quien los integrantes de este movimiento reconocen como un padre textual. En las fotografías, las miradas dirigidas al horizonte, la profundidad del semblante remiten a ciertas narrativas donde aparece la reflexión crítica sobre la realidad y la construcción de utopías (*ver láminas 9, 10 y 11*).

Los criterios de valoración diversos que pudimos observar en las portadas, son criterios socialmente construidos en el marco de la red de relaciones sociales en que se inscriben: el criterio de la erudición/purismo estético; el criterio de valor social otorgado por las ventas de discos y entradas, la masividad del artista; el criterio del valor patrimonial, ligado al origen del término folklore, como recuperación de la identidad original de la nación. También la valoración de las resistencias y la fundación de nuevas identidades más amplias en consonancia con la realidad política mundial del momento.

Lo llamativo es que a lo largo de los veinte años de la publicación pueden hallarse en *Folklore* huellas de todos los criterios que disputan en el campo. Sus portadas promocionan a los artistas de los diversos paradigmas sin distinción. Los diferentes criterios de valoración conviven no solo a lo largo de las 316 portadas sino incluso en cada una de ellas aunque siempre aparecen bajo la ilusión de un todo unificado gracias a las marcas identitarias de la revista. La tipografía, la estructura reticular y disposición de los elementos aunque más puntualmente el nombre de esta publicación, son marcas de un impulso de inclusión de todas las expresiones a un fenómeno identitario que borra las diferencias entre los que somos y nos sentimos argentinos.

Pero ¿Qué se oculta detrás de este impulso de inclusión? Esta pregunta comienza a responderse si observamos hacia dentro de la revista, especialmente en ciertos artículos que presentan un movimiento opuesto, como un impulso de exclusión. Aunque el corazón de sus páginas está ocupado por un panorama de la actualidad del campo con crónicas, reseñas y entrevistas vinculados a los artistas del momento, siempre hay espacio para la reflexión con fines didácticos a cargo de especialistas que, desde distintos enfoques, aportan una mirada autorizada sobre el “Folklore” y sus derivaciones. Se trata de *folklorólogos*, especialistas invitados como colaboradores que en sus columnas desarrollan taxonomías y definiciones que delimitan lo que es y lo que no es “Folklore”.

3. Un impulso de exclusión: Los *Folklorólogos* o la palabra autorizada.

Existe una polémica constante desde el origen del campo -entendiéndolo una vez más como sistema de relaciones sociales entre agentes que da lugar a un espacio de producción discursiva determinado- acerca del alcance del término “Folklore”. Más allá de su aceptado origen etimológico anglosajón que indica el “saber del pueblo”, las discusiones radican en el problema de la autenticidad de las expresiones llamadas folklóricas. Desde que existe un área de estudios que aborda al “Folklore” como objeto, los especialistas han estado dedicados a delimitar y restringir las prácticas que pueden ser entendidas bajo dicho concepto.

La revista *Folklore* presenta las marcas discursivas de construcción de estos enunciadores especializados como autoridades en la materia. Los *folklorólogos*, y su definición de “Folklore” como toda práctica o costumbre popular de carácter oral, anónima, colectiva y tradicional, aparecen en la revista en secciones fijas o artículos sueltos, como un impulso de exclusión. Su función era diferenciar las prácticas aceptadas y legitimadas frente a las expresiones de “farsantes” y “oportunistas”.

Un ejemplo de esto es el artículo titulado “¿*Folklore*...? ¡¿*Folkloristas*...?!”, en el ejemplar nº 280, firmado por las autoridades del Instituto de Investigaciones y Divulgación del Folklore Cuyano. En este trabajo, los autores se dedican a diferenciar entre los artistas que pueden ser catalogados como “folkloristas” y los “artistas de proyección folklórica”; donde los primeros son aquellos recopiladores dedicados a recoger el material folklórico tradicional y los segundos (aunque ambas tareas pueden superponerse) se dedican a componer y prestigiar el folklore de un país “contribuyendo a que trascienda a planos más difundidos y universales” siempre con respeto, demostrando conocimiento directo de las fuentes originales y documentación veraz para ser considerados legítimos. Sin embargo, son categóricos a la hora de alertar a los “distráidos” para que no confundan a estos artistas con aquel individuo que “se limita 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” (*Ver lámina 12*). Reparar en esto es interesante si pensamos que la inmensa mayoría de los que ocupaban las portadas podrían haber caído en esta última caracterización.

Incluir la voz de los folklorólogos en la revista contribuyó a reafirmar o consolidar su propia posición como instancia de consagración para el resto de los agentes del campo y sus prácticas. Por ello la estrategia discursiva de construcción del enunciador como una voz autorizada es constante y se da de diversas maneras.

Por un lado, la encontramos en la voz de otros enunciadores, en los recuadros titulados “*Los expertos opinan sobre nuestro folklorólogo*” donde numerosos expertos de otras latitudes avalaron la legitimidad del musicólogo Carlos Vega (1898-1966), colaborador fijo de la revista. Algunos de ellos fueron: Kurt Pahlen, compositor y escritor austríaco; Mario de Andrade, poeta, ensayista y musicólogo brasileño; Dionisio Rodolfo Bernal, escritor, musicólogo y diplomático peruano, Pablo Garrido, violinista e investigador musical chileno, entre otros (*ver lámina 13*).

Vega estaba a cargo de esta sección originalmente llamada “*Conciencia Folklórica*”, la cual reunió ensayos de otros reconocidos estudiosos del tema, como Félix Coluccio (1911-2005) o León Benarós (1915-2012), todos ellos pertenecientes a la generación de Augusto Raúl Cortazar (1910-1974), con quien compartieron su enfoque y preocupación por delimitar el estudio sistemático de los asuntos del Folklore. La

sección incluyó artículos por entregas como “*Los instrumentos musicales*”, “*Panorama Histórico Folklórico de cada región argentina*”, “*Diccionario Folklórico Argentino*” o los “*Apuntes para la historia del movimiento tradicionalista argentino*” donde los autores desplegaba los resultados obtenidos a partir de la aplicación de métodos científicos de estudio y observación del campo.

Otra manera de construir la autoridad del enunciador puede encontrarse en la tarea antropológica que detentan ciertos colaboradores de *Folklore*. Su aporte a la causa radica en dar voz a los iniciadores, portadores de la verdadera autenticidad, con el objetivo de “no dejarlos caer en el olvido”, tal como lo explicitan en sus notas. “*Los precursores*”, bajo la firma del polifacético escritor, músico e historiador León Benarós (ver lámina 14); y “*La música nativa y sus creadores*”, de Hamlet Lima Quintana; se encuentran en esta línea. Ambos textos, publicados en el ejemplar número 100, se proponen trazar una genealogía del campo y presentan un completo registro fotográfico de aquellos considerados como las fuentes originales de la música nativa.

Por último, el despliegue de un innegable virtuosismo en el estilo de escritura en clave poética fue otra estrategia discursiva para construirse como enunciadorees con más autoridad en el tema que si se tratara de un simple cronista o entrevistador de espectáculos. Tal es el caso de Atahualpa Yupanqui, quien publicó por entregas exclusivas para *Folklore* desde el número 20 al 57 “*El canto del viento*”, donde dejó testimonio de recuerdos de su propia infancia, personajes y anécdotas en un compendio que se transformaría posteriormente en un libro autobiográfico. Otro ejemplo son los artículos firmados por Jaime Dávalos, poeta y músico, quien fuera invitado a participar desde el primer ejemplar de la revista, con una reseña sobre la baguala en un registro más poético que científico aún cuando era incluida en la sección de Carlos Vega mencionada más arriba. Al analizar este artículo no debe omitirse el dato de la firma manuscrita que figura a pie de página (ver lámina 15), que refuerza la auto referencia la propia pluma y estilo como los de un poeta consagrado.

La mayor cantidad de colaboraciones en esta línea pertenecen a especialistas de disciplinas como historia, sociología, antropología u otras, que por lo general también se desempeñaban como artistas de proyección folklórica, integrando agrupaciones. Como vimos, la palabra de poetas y compositores reconocidos por su trayectoria en el campo también estaba autorizada. Así, ya fuera en clave poética o más académica estos artículos introducían una pausa reflexiva en el ritmo vertiginoso del resto de la publicación.

La palabra legitimada de los especialistas genera un efecto ambiguo. Por un lado tiende a consolidar a la revista como instancia de consagración central en el campo. Pero por otro lado, excluye del concepto de “Folklore” casi todo lo que la revista difunde, que quedaría enmarcado en la “proyección folklórica”.

¿Cómo se soluciona esta tensión? Justamente porque se equilibra con el otro impulso, el de inclusión, que proviene de otro aspecto de las condiciones sociales de producción. El folklore (en este caso sin distinguir “Folklore” de “proyección folklórica”) compite con otras formas de música popular (especialmente el avance del *rock* entre los jóvenes) que los integrantes del campo perciben como “peligro”. Así entendido, este impulso de inclusión sería un intento de preservar el lugar que ocupa la música nativa dentro del campo más amplio de las músicas populares.

Conclusiones: La *retórica de la pérdida* como estrategia discursiva de legitimación

Recapitulando lo dicho hasta ahora, hemos encontrado en las portadas de *Folklore* un reflejo de lo que llamamos el impulso de inclusión de todos los artistas bajo el ala grande de la música nacional -el folklore argentino-, rubricando éxitos y consagrando artistas para fortalecer el campo. Pero en sus páginas, las secciones y espacios reservadas a los *folklorólogos* llevan ese impulso en sentido contrario: excluyendo, limitando, restringiendo las expresiones a lo que se admite como prácticas folklóricas auténticas, asentadas bajo criterios científicistas y construcciones teóricas, para catalogarlas como legítimas o inauténticas. ¿Qué hizo posible que en el dispositivo de enunciación de la revista *Folklore* convivieran estos movimientos contradictorios?

Como respuesta preliminar a estas cuestiones a la luz de lo observado, podríamos pensar que ambos impulsos son huellas de una misma estrategia discursiva: la construcción de una narrativa identitaria basada en los peligros y amenazas a las que se somete la herencia cultural de una nación como consecuencia del paso del tiempo, y de los que debe ser preservada. Santos Gonçalves (2015) refiere como *retórica de la pérdida* a este tipo de construcción de discursos nacionalistas de protección del patrimonio.

El autor retoma la propuesta que nos brinda François Hartog desde su estudio de la historia⁴ para analizar cómo juega la experiencia del tiempo en las configuraciones identitarias de las naciones de América Latina. Según Santos Gonçalves, en esta región la relación entre las temporalidades pasado-presente-futuro es 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”⁵ (Santos Gonçalves, 2015: 218-219).

Sin dudas esta mirada está presente en los artículos de los *Folklorólogos*, quienes construyen un lugar de autoridad como enunciadorees dedicados a preservar al “Folklore” como objeto de sus estudios rigurosos. Desde este lugar se justifica una exclusión como la “*museificación*” de un repertorio, bajo el efecto denominado como *folklorismo* por De Certeau (1999), que consiste en convertir a la cultura popular en objeto de ciencia a cargo de eruditos, bibliófilos y coleccionistas mediante una imagen del “buen salvaje” como forma *museificada* donde lo popular está asociado a lo natural, espontáneo, verdadero.

Una revista como *Folklore*, perteneciente al circuito comercial de la industria cultural podría ser vista como una amenaza. Pero también por el contrario, podría ser tomada como una forma de reconfiguración de ese legado en los términos que promueve Anthony Smith (1998). Para este autor, el conjunto de recuerdos, símbolos, valores y mitos que representan la identidad nacional también implica los procesos de “transmisión, reinterpretación y reconstrucción” de este patrimonio en las generaciones sucesivas mediante su capacidad de inspirar la acción colectiva “en beneficio de un legado étnico considerado como propio porque se prolonga desde los antepasados que lo establecieron y sus descendientes que lo llevaron adelante”.

Incluir todas las expresiones folclóricas como parte de una misma genealogía de la tradición nacional permitió proteger y fortalecer el lugar del folklore en relación al resto de las expresiones musicales populares. Si los bienes culturales asociados al

folklore de un pueblo -entre los que se encuentra la música nacional- son considerados como patrimonio identitario en riesgo de ser olvidadas como consecuencia del surgimiento de expresiones novedosas y foráneas que llegan de la mano de los adelantos tecnológicos propios de la modernidad, combatir su olvido implica también fortalecer este espacio de producción y circulación albergando a todas las variantes y borrando sus contradicciones.

Tal como sostiene Claudio Díaz,

“Más allá de esas contradicciones, la sección que escribía Vega, junto a los aportes de Coluccio, Berruti, Benarós, etcétera) generaba un efecto legitimador y, (...) contribuía a la construcción de una genealogía del campo que permitía enlazar el canto de Yupanqui con las recopilaciones de Chazarreta, y todo el conjunto con el circo ciollo, la poesía gauchesca, el Romanticismo, etcétera. De ahí que en la retórica de las editoriales de la revista, en la presentación de las notas sobre festivales y peñas, sea tan recurrente la idea de un pueblo que se ‘reencuentra’ con sus tradiciones” (Díaz, 2009: 108).

Así, mediante la folklorización de lo popular, es decir su transformación en tradición en términos de Tania Garcia da Costa (2010, 9) los agentes discursivos estaban desplegando una estrategia discursiva de legitimación para posicionarse (o afianzar su posición) en un campo convulsionado por las tensiones derivadas de su expansión. Si la revista *Folklore* pudo mantenerse como una instancia de consagración del campo fue en gran parte por interpelar a un enunciatario interesado en asumir un rol activo en la cruzada de defensa del patrimonio nacional. Esto lo llevaría a seguir consumiendo no sólo la revista, sino también los discos y conciertos de los artistas promocionados por ella; y la programación de radio y TV que desde ella se difunde: en otras palabras, a movilizar el mercado de una industria que se asentaba no sólo sobre la valoración de los artistas sino especialmente sobre la construcción de criterios para valorar a esos artistas.

Constituirse como reservorio de un tesoro nacional vivo, “detentor de un importante patrimonio cultural intangible” (Hartog, 2013: 200) fue la estrategia asumida por *Folklore* para legitimar su propia voz en el campo y evadir las contradicciones que acarrea el hecho de pertenecer a la estructura moderna de los medios de comunicación masiva sin dejar de alertar frente a la amenaza que la modernidad, los mecanismos mercantiles de la industria cultural y el mundo del espectáculo suponían para la conservación del “Folklore”, como símbolo de la identidad y la cultura nacionales.

Notas:

1. El autor emplea el término “industria” como una modalidad contemporánea de la sociología de la cultura; no de modo peyorativo sino para referirse a un modo de organización económica de ciertas prácticas.
2. A lo largo de este trabajo la palabra folklore –sin mayúsculas– hará referencia a la práctica de los agentes del campo, mientras que “Folklore” –encomillado y con mayúsculas– se referirá al objeto y disciplina de los folklorólogos. Para diferenciarlos del nombre de la revista, resaltaremos a éste mediante la tipografía itálica.
3. La selección incluye las portadas de 32 ejemplares de la revista tomados de diez en diez desde su primer número hasta el último (Nº 316).
4. François Hartog (2013) propone la noción de regímenes de historicidad para dar cuenta de las distintas formas en que las sociedades desarrollan su experiencia del tiempo y cómo éstas se reflejan en la producción historiográfica de una cultura
5. Para futuros trabajos sería interesante evaluar la presencia del componente esencialista de la identidad en los movimientos que cuestionaron desde la izquierda al conservadurismo cultural, en el caso del campo del folklore argentino hablamos del Movimiento del Nuevo Cancionero (Argentina) que promovió, desde su propia perspectiva de tradición utópica/marxista, un retorno a los orígenes: a Latinoamérica como la verdadera nación, la de los excluidos. Cabría entonces preguntarse si en ellos la categoría de “retórica de la pérdida” siguió funcionando, y con qué connotaciones operó en las nuevas coyunturas.

Referencias Bibliográficas

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.

Bourdieu, Pierre. y Wacquant, Lóic (1995) *Respuestas: Por una antropología reflexiva*. Grijalbo, México.

Cavallo, Milagros. (2013) *La revista Folklore: boom folklórico, nacionalismo y dictadura (1961-1981)* Universidad Torcuato Di Tella, Buenos Aires <http://repositorio.utdt.edu/handle/utdt/1539>

Costa, Ricardo y Mozejko, Teresa. (2001) *El discurso como práctica: Lugares desde donde se escribe la historia*. Homo Sapiens Editores, Santa Fe.

----- (2002) “Producción discursiva: Diversidad de sujetos” en *Lugares del decir. Competencia social y estrategias discursivas*. Homo Sapiens Editores, Santa Fe.

De Certeau, Michel (1999) "La belleza del muerto", en *La cultura plural*. Nueva Visión, Buenos Aires.

Garcia, Tania da Costa (2010) “Folclorização do Popular, uma operação de resistência a mundialização da cultura”. En Revista *ArtCultura*, Nº 12. Universidade Federal de Uberlândia, pp. 80-92.

----- (2013) “História e música: consenso, polémicas e desafios” en Lemos França, Susani Silveira. *Questões que incomodam ao historiador*. Alameda, São Paulo.

----- (2017) “A folclorização do samba carioca: memória, história e identidade” em Revista *ArtCultura*, volº 19, Nº 34. Universidade Federal de Uberlândia, pp. 57-70.

Greimas, A.J. y Courtés, J (1982) *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid: Gredas (Biblioteca románica hispánica, V. Diccionarios, 1 O). Versión española de Enrique Bailón Aguirre y Hermis Campodónico de la edición francesa de 1979.

Díaz, Claudio (2009) *Variaciones sobre el Ser Nacional. Una aproximación socio discursiva al folklore argentino*. Ediciones Recoveco, Córdoba.

González, Juan Pablo (2001) “Musicología popular en América Latina. Síntesis de sus logros, problemas y desafíos” en *Revista Musical Chilena*. ISSN 0716-2790, Vol. 55, Nº 195, p. 38-64. Santiago de Chile.

Halwachs, Maurice (2002) “Fragmentos de La Memoria Colectiva” (trad. Aguilar Díaz, Miguel Ángel) en *Athenea digital: Revista de pensamiento e investigación social*. [On line], nº 2, pp. 103-113. Disponible en <https://atheneadigital.net/article/view/n2-halwachs>

Hartog, François (2013) *Regimes de Historicidade. Presentismo e experiência do tempo*. Editora Autêntica, Belo Horizonte.

Kaliman, Ricardo (2004) *Alhajita es tu canto. El capital simbólico de Atahualpa Yupanqui*. Comunicarte, Córdoba.

Mazzaferro, A. (2015) *La cultura de la celebridad. Una historia del starsystem en la Argentina*. Buenos Aires Eudeba

Pujol, S. (1999). *Historia del baile. De la milonga a la disco*. Emecé, Buenos Aires.

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 Uruguayas y Latinoamericana, FHCE, Udelar, Lugar y pp

Santos Gonçalves, Jose Reginaldo (2015) “O mal-estar no patrimônio: identidade, tempo e destruição” *Revista Estudos Históricas*, vol. 28, nº 55. Rio de Janeiro, pp. 211-228.

Smith, Anthony (1998) “Conmemorando a los muertos, inspirando a los vivos. Mapas, recuerdos y moralejas en la creación de las identidades nacionales.” En *Revista Mexicana de Sociología*, vol.60, nº 1. Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 61-80.

Vila, Pablo. (1996) “Identidades narrativas y música. Una primera propuesta para entender sus relaciones” en *Revista Transcultural de Música*. [On line], nº 2 disponible en <http://www.sibetrans.com/trans/a288/identidades-narrativas-y-musica-una-primer-propuesta-para-entender-sus-relaciones>.

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

Anexo (Láminas de la revista *Folklore*)

Lámina 1: Revista *Folklore* N° 1 (Jul. 1961)

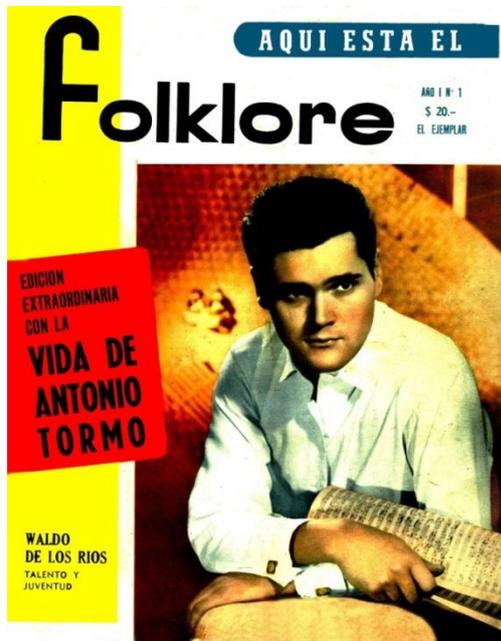


Lámina 3: Revista *Folklore* N° 30 (Nov. 1962)

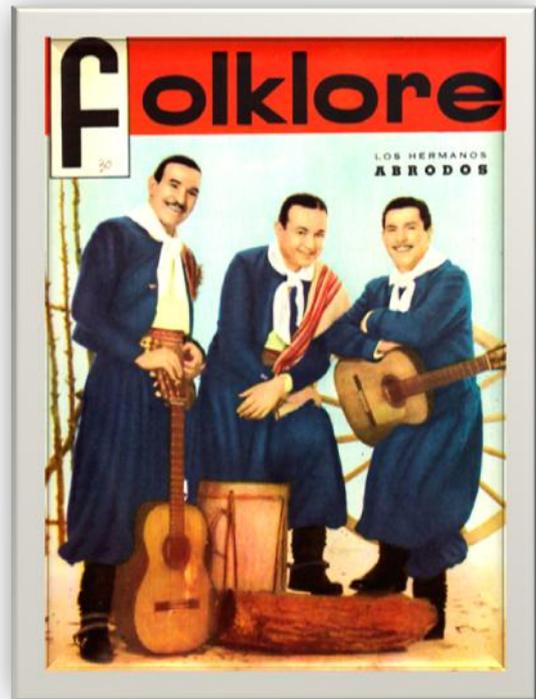


Lámina 2: Revista *Folklore* N° 60 (Feb. 1964)



Lámina 4: Revista *Folklore* N° 190 (Oct. 1970)



Lámina 5: Revista *Folklore* N° 240 (Dic. 1974)



Lámina 7: Revista *Folklore* N° 84 (Ene. 1965)



Lámina 6: Revista *Folklore* N° 70 (Jun. 1964)

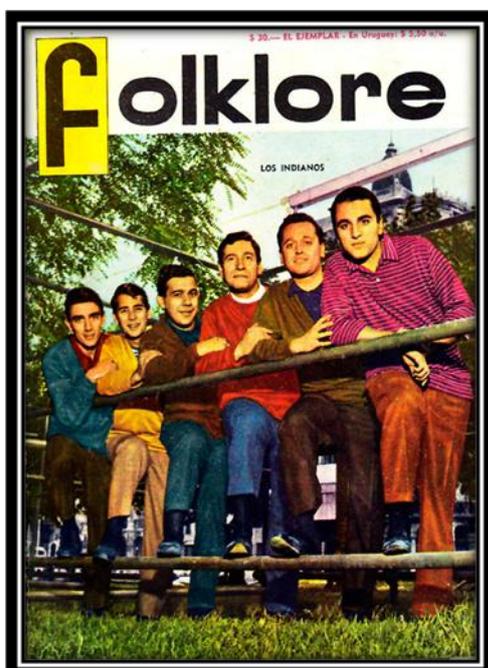


Lámina 8: Revista *Folklore* N° 140 (Feb. 1967)



Lámina 11: N° 200 Atahualpa Yupanqui (Ago. 1971)

Lámina 9: N° 153 Mercedes Sosa (Mar. 1968)

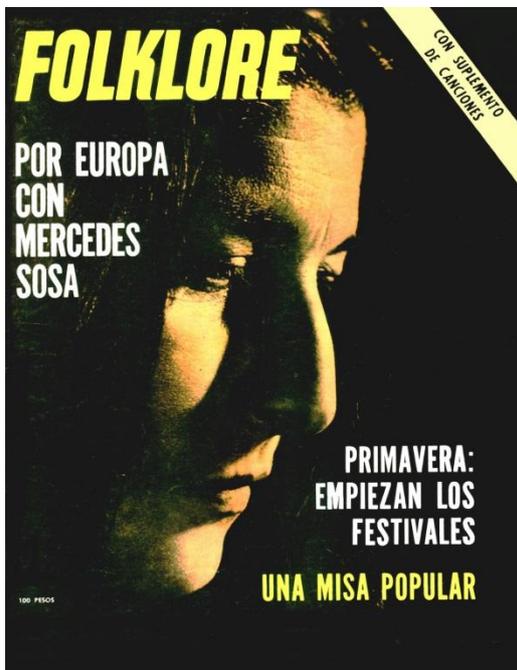
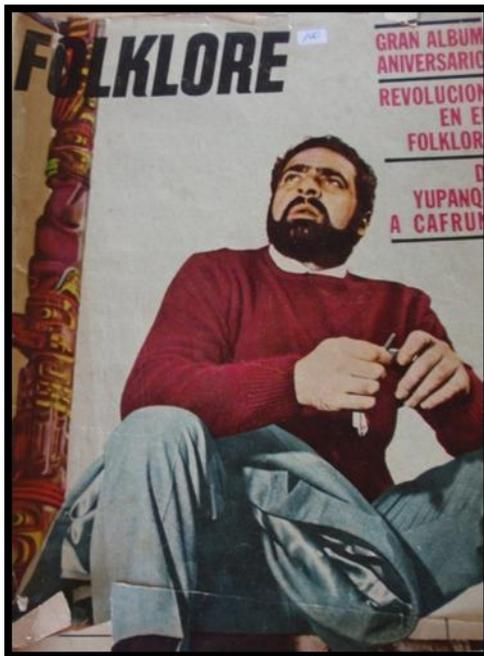


Lámina 10: N° 100 Jorge Cafrune (Ago. 1965)



¿FOLKLORE...?

¡¿FOLKLORISTAS...?!

Una vastísima bibliografía, desdichadamente poco consultada por los "folkloristas", trata el tema en el país y en el mundo, desde que surgieron los métodos de ordenación y clasificación propios.

Citarla es, casi invariablemente, una invitación al laberinto: de Corso a Cortázar, de Pinon a Vega, de Machado y Alvarez a Coluccio, de Carvalho Neto a Vivante, el espectro es tan amplio como múltiples son los matices tanto por los diversos enfoques, como por la variedad de gimnasias que coinciden en el Folklore —antropología, etnografía, historia, geografía, arqueología, sociología, psicología etc.—, y como por los distintos asuntos comprendidos por el saber tradicional y popular: música, danza, vivienda, medios de transporte, alimentación, vestido, medicina, superstición, paremias, experiencias lúdicas... Sólo el estudio sistemático permite, existiendo tanto material, evitar confusiones.

De allí que reservemos con placer este espacio para la publicación de un breve, clarificador trabajo del Instituto de Investigaciones y Divulgación del Folklore Cuyano, firmado por su presidente, Alberto Rodríguez, y su Secretaria General Elena M. Macía, trabajo que tiene el nada desdeñable mérito de ser didáctico. Es hermoso sospechar que será útil, en particular, para ciertos "folkloristas".

M. S.

UNA NOTA DE ALBERTO RODRIGUEZ - ELENA M. DE MACIA

LA CIENCIA DEL FOLKLORE

LOS INSTRUMENTOS MUSICALES

CAPITULO XVIII

POR CARLOS VEGA



EN EL BRASIL OPINAN SOBRE NUESTRO MUSICOLGO

"Obra de extraordinaria importancia es la iniciada ahora por Carlos Vega sobre "La Música Popular Argentina"... No hay quien pueda ignorar el nombre de Carlos Vega en la musicología folklórica." Mario de Andrade, en la revista *Planalto*, Sao Paulo, Enero 15 de 1942.

EL ERKE

ES inconcebible para la mentalidad occidental moderna la idea de estos gigantescos instrumentos que lanzan al cielo sus seis o siete metros de tubo apenas sostenidos en alto por un ejecutante de pulmones férreos; y sin embargo se encuentran hasta hoy en varios continentes, y en la Argentina los tenemos entre los araucanos, con el nombre de *trutruca*, y entre los nativos del noroeste argentino con el de *corneta* o *erke*. Nada compensa el extraordinario esfuerzo que demanda; nada, excepto su gran fuerza mágica. Así vemos cómo hay instrumentos cuya finalidad principal no es de orden musical. Por añadidura hay que tener cuidado con el erke: nos aseguraron los serranos e Jujuy que el erke debe tocarse en invierno, porque si se toca en verano "llama a las heladas" con el perjuicio consiguiente.

El erke es un aerófono en que los labios del ejecutante vibran al producir el soplo en la embocadura. Es una trompa natural, sin agujeros para

LOS PRECURSORES

**DEBE RECORDARSE A LOS QUE, ABRIENDO PICADAS EN LA
INCOMPRESION O EL DESDEN DE MUCHOS, HICIERON POSIBLE
EL ACTUAL FLORECIMIENTO DE LA CANCION FOLKLORICA**

por LEON BENAROS



DESDE hace algo más de quince años, un fenómeno nuevo se viene observando en Buenos Aires. Ha desaparecido lo que podríamos llamar, sin exagerar un punto, el pudor o quizá el desdén de lo criollo. Tiempo atrás, una niña que pasease por las calles del centro llevando una guitarra inspiraría un movimiento de sorpresa y tal vez de burla. El que se hubiese atrevido a ofrecer un número folklórico en una confitería del centro recibiría seguramente la negativa quizá ofendida del propietario. Un particular concepto de la elegancia, del "buen tono", cerraba las puertas a los intérpretes del folklore, cuyos ponchos o botas no tenían derecho —según el criterio en boga— a hollar las alfombras rojas de los lugares elegantes. Buenos Aires —imprescindible e ineludible centro difusor y proyectivo de toda manifestación cultural— fruncía las narices cuando se hablaba de folklore. Los folkloristas eran los mendicantes del número artístico, cultores de un arte relegado a muy modesto término en los programas. Se requería de una vocación heroica para continuar apegado a las cosas y canciones de la tierra, sobreviviendo apenas de ese arte, que penosamente pretendía convertirse, al propio tiempo, en legítimo medio de vida. Seguramente, no era éste el criterio del pueblo —generoso en todos los ámbitos de la República— pero inspiraba, sin duda, la actitud de empresarios y directores de espectáculos. El folklore para ellos, no era elegante ni era negocio... Desde 1931, el impacto de Chazarreta en la ciudad conmovió a los insensibles con una ola de auténtica y fresca manifestación folklórica. Pero la aleccionadora experiencia fue

Acciones como ésta, depositarias del nuevo estilo, traza-
rán una vía a una generación en posesión, las
costuras, los cueros, las tradiciones, las raíces, todo
el vasto acervo de la cultura popular. Con viola o guitarra
o sólo con la voz, estas "viejas de cuento" fueron las
transmisoras de los mejores valores del folklore (F. Riggi)

Escribe Jaime Dávalos

LA BAGUALA

AQUI ESTA EL FOLKLORE tendrá el privilegio de prestigiar cada número con colaboraciones especiales de un importante poeta saltino. Jaime Dávalos. Su nombre nos exime de todo comentario. Su obra es la mejor tarjeta de presentación. Su personalidad nos llevará de la mano para descubrir "cosas de nuestro país" que desconoce la "gente de nuestro país". La gente de nuestro tiempo está ansiosa por recibir mensajes serios y calificados. Jaime Dávalos está capacitado para crearlos.



CUANDO se la ha oído una vez, nunca más se la puede olvidar. Es el canto solitario, la más genuina y auténtica voz del paisaje, el grito puro del hombre del monte, del puestero que por las serranías boscosas de Salta canta inmerso en sus desolaciones verdes, entre el monte agazapado, imprevisible, traicionero, feroz. Es el grito ventral de un alma que empieza a oírse, acompañarse con el canto, con ese canto bárbaro en que las palabras de la copla se desarticulan en sílabos estrados, hasta que de su mensaje poético queda sólo un doloroso desgarramiento que el eco hace todavía más íntimo. No es la vidala, no es el huaino, ni la tonada chayera con su forma convencional, con los "remates" o "estribillos" alternados que le dan al cantor tiempo para pensar otra copla que trae a la rueda de cantores donde cada uno trata de yapar así "coplas al canto". No es expresión y hacer de conjunto, sino la queja honda (¿cantejondo?...) y solitaria en que el peón, el gaucho, el hachador, el puestero o el arriero, dejan que el alma busque consuelo respirando coplas, encuentre alivio lamentándose, se despene comulgando con su natural elemento, el aire, teñido de corazón, sucio de humanidad, poblado de espíritus, densamente grávido de misterio; el aire animado que rodea al hombre de la selva.

La baguala es por excelencia el canto libre, sin ley, sin cánones, sin pauta. El canto bagual en que la voz cae hasta la ronca tonalidad del barro o sube erizada de agudos sonidos "de cabeza" como le llama el pueblo al canto en falsete, al canto del hueso que intenta a través de los montes, venciendo leguas, atravesar el alba, la noche o el crepúsculo llevando el sentimiento amoroso del hombre sólo hasta el oído de la mujer siempre lejana, escamoteada, detrás de la mujer presente que con pasión de tierra está tendida en la mansedumbre del amor.

En la ciudad sólo puede oírse el cantar para afuera, a menos que el vino nos lleve a los "boliches" orilleros, donde suele el criollo dejar escapar la baguala cuando ya el trago les entra hasta "los bujes", han perdido el pudor y "le sale el indio", ya que el alcohol es el único que consigue remostarles el fondo, hacerlos cantar entre la gente. Entonces, triunfando sobre el vocerío y los reniegos amistosos, sobre las confidencias ofensivas, más allá del contrapunto provocador, cuando la luz del vino se apaga en la mojada profundidad de la mesa y el hombre asume el peso de toda su alma, de su vida toda, cuando el tiempo escucha arrinconado, la baguala se deja oír y es como un hilillo de sangre sonora paladeada, íntima, devaneo eterno de la melancolía, voz mestiza, raíz de grito, lamento del indio sojuzgado; nostalgia del español atravesado por la paloma, la cruz y la saeta.

Lentamente, las radioemisoras, las difusoras mercantiles, editoriales de discos, imponen la monstruosa capacidad de monotización de la ciudad y se adentran en el corazón de las selvas. Taja el hacha y tras su cuña entra la felicidad automática y almanaguera del mundo cosmopolita abriéndose mercado, ahuyentando los duendes y los engendros fantasmales de lo desconocido, al punto de que cada día resulta más difícil escuchar a un auténtico cantor de baguala, sorprenderlo, mejor dicho, porque la versión histriónica es siempre de segunda mano, viciada de efectismo, rebuscada y farsante.

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 reunidas 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 mi parte —en mis penetraciones tierra adentro como topógrafo, hachador y minero—, sólo pude oír de lejos a ese fantasma, al cantor de baguala, que suele ser generalmente un ser insospechable, "un hombrequito", alguien que jamás se nos ocurriría capaz de tener esa voz, de sacar ese grito que debe estremecerle agriamente los colmillos a medida que va tomando forma en la boca. Por eso di en pensar en El Nombrador, en alguien que detrás del hombre canta, que se erce en el hombre y luego se va. Aquel regador que pala al hombro vemos sobre los defleados raudales del agua tendiendo el riego en un alfilar 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 solo puede cantar así cuando canta para oírse, para acompañar su desolada existencia, recatado, tímido, sensible, asustadizo, la baguala resulta la expresión íntimísima de su alma.

Jaime Dávalos