

# Revista *Causas* *y Azares*

La evocación de la  
tradición en el campo de  
Comunicación y Cultura

51

***Sebastián Stra***

---

sebastianmstra@gmail.com - Universidad Nacional de Rosario

---

**La Trama de la Comunicación** - Volumen 28 Número 2 - julio a diciembre de 2024  
ISSN 2314-2634 (en línea) / P. 051-082

*Revista Causas y Azares. La evocación de la tradición en el campo de Comunicación y Cultura*  
*Sebastián Stra.*

# Revista *Causas y Azares*

## La evocación de la tradición en el campo de Comunicación y Cultura

### Sumario:

*Causas y Azares* fue una revista editada por docentes e investigadores vinculados a la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Circuló en los años 90 y sobre todo dirigió sus indagaciones a aportes vinculados con el campo de la Comunicación y la Cultura.

En el presente artículo la tomaremos como objeto de estudio, comprendiéndola como material discursivo efectivamente producido y resultante de múltiples y complejos procesos que pueden focalizarse desde la historia del campo de Comunicación y Cultura en Argentina, más específicamente en los estudios sobre recepción.

En esa línea, nos propondremos avanzar sobre las formas en que dicha revista se establece discursivamente en relación con sus tradiciones anteriores en el mencionado campo de estudios. Entendemos que esta recuperación de la tradición no solo está presente en los artículos publicados, sino en el nombre y slogan de la revista, en el diseño y fundamentalmente en las entrevistas, reseñas y traducciones de los siete números publicados.

### Descriptor:

comunicación, cultura, recepción, revistas, tradición

*Revista Causas y Azares. La evocación de la tradición en el campo de Comunicación y Cultura*

*Academic journal Causas y Azares. The evocation of tradition in Communication and Culture research*

Páginas 051 a 082 en **La Trama de la Comunicación**, Volumen 28 Número 2, julio a diciembre de 2024 - ISSN 2314-2634 (en línea)

# Academic journal *Causas y Azares* The evocation of tradition in Communication and Culture research

## Summary

*Causas y Azares* was an academic journal published by teachers and researchers linked to the Communication Sciences Department of the Faculty of Social Sciences of the University of Buenos Aires. It circulated in the 90s and above all directed its investigations to contributions linked to the knowledge of Communication and Culture.

In this article we will take it as an object of study, understanding it as discursive material actually produced and resulting from multiple and complex processes that can be focused on from the history of the science of Communication and Culture in Argentina, more specifically in studies on reception. In this direction, we will propose to advance the ways in which said journal is discursively established in relation to its previous traditions in the aforementioned field of studies. We understand that this recovery of tradition is not only present in the published articles, but in the name and slogan of the journal, in the design and fundamentally in the interviews, reviews and translations of the seven published issues.

## Describers:

communication, culture, reception, journals, tradition

*Revista Causas y Azares. La evocación de la tradición en el campo de Comunicación y Cultura*

*Academic journal Causas y Azares. The evocation of tradition in Communication and Culture research*

Páginas 051 a 082 en **La Trama de la Comunicación**, Volumen 28 Número 2, julio a diciembre de 2024 - ISSN 2314-2634 (en línea)

## Introducción

Los avances que presentamos en este artículo conforman una de las líneas de indagación del Proyecto de Investigación “Epistemologías de la Comunicación: desafíos actuales en los procesos de mediatización”, radicado en el Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (UNR). Dicho proyecto, dirigido por Mariana Maestri, tiene como objetivo principal realizar una revisión y actualización de las producciones teóricas vinculadas al ámbito de la comunicación.

En esta comunicación en particular tomaremos como objeto de análisis a la Revista *Causas y Azares*, entendida como material discursivo efectivamente producido y resultante de múltiples y complejos procesos que pueden focalizarse desde la historia del campo de Comunicación y Cultura en Argentina, más específicamente en los estudios sobre recepción.

*Causas y Azares* fue una revista editada por docentes e investigadores vinculados a la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Circuló en los años 90 y sobre todo dirigió sus indagaciones a aportes vinculados con el campo de la Comunicación y la Cultura. Su último número fue publicado en el invierno de 1998.

Puntualmente nos proponemos avanzar sobre las formas en que dicha revista se establece discursivamente en relación con sus tradiciones anteriores en el mencionado campo de estudios. Entendemos que esta recuperación de la tradición no solo está presente en los artículos publicados, sino en el nombre y slogan de la revista, en el diseño y fundamentalmente en las entrevis-

tas<sup>1</sup>, reseñas y traducciones<sup>2</sup> de los siete números publicados.

Y sobre esta forma de recuperar la tradición que pretendemos describir surgen algunos interrogantes que podrían guiar esta indagación: ¿cómo adquieren espacio esas evocaciones?, ¿se pueden buscar en *Causas y Azares* pervivencias de otras publicaciones conformantes del campo de estudios de la comunicación?<sup>3</sup>, ¿retoma esas publicaciones anteriores por igual, o se posiciona?, ¿reaparecen en diálogo, en debate, en disputa?

En la tarea de acercarnos a las condiciones de producción del Discurso en cuestión y a partir de las preguntas que nombramos anteriormente, podríamos inducir al menos dos amplios tipos de huellas: una que mencionaremos como contemporáneas y que remiten a invocaciones, temáticas, metáforas referidas al momento del campo académico e intelectual que hicimos referencia (es decir, mediados y fines de los años noventa en la Argentina) y otras, que podríamos entender como históricas, y que remiten a la reconstrucción de la tradición que la revista pretende realizar, incluso como una estrategia de contacto y de definición de su lectorado.

Entendemos también que en el análisis de *Causas y Azares* de-

1 Sobre las entrevistas presentes en diversas publicaciones, Alexandra Pita y María del Carmen Grillo plantean que dicha práctica “pretende establecer a través de esta participación simbólica una vinculación imaginaria con fines legitimatorios para establecer una genealogía intelectual” (Pita y Grillo, 2013: 188).

2 Las traducciones hablarían de un tipo de posicionamiento de la revista en relación al campo disciplinar en el que pretende intervenir. En este marco y pensando en la recuperación que plantea *Causas y Azares* por ejemplo de un autor como Stuart Hall, nos parece interesante la definición de Beatriz Sarlo: “La importancia de la política de traducciones está directamente vinculada con la conciencia, que tienen las revistas latinoamericanas, de participar en un campo cultural periférico” (Sarlo, 1992: 13).

3 Más allá de la descripción planteada en el presente artículo, el proyecto de tesis de doctorado en Comunicación Social (UNR) del cual el mismo es consecuencia plantea un estudio de tipo comparativo entre la revista *Causas y Azares* y la revista Comunicación y Cultura.

bemos tener en cuenta dos dimensiones pertinentes: primero, la diferencia entre línea editorial y escrituras particulares, recordando que la mayoría de los artículos de la revista llevan la firma del autor o la autora<sup>4</sup>. Y en segundo lugar: las diferentes materialidades e instancias de circulación del mismo Discurso, primero en su formato papel original como libro, luego en diversos extractos fotocopiados que posiblemente indiquen otros “usos” y, finalmente, en su versión digitalizada en línea. Esto implica, entre otras cosas, una dificultad en la definición del carácter temporal en la conformación de un lectorado, quizás más clara en las publicaciones en papel, pero que perdería su carácter de posible contrato, en términos de Verón, en la recirculación constante de sus archivos.

Para continuar, nos parece adecuado diferenciar el estudio re-visteril de aquellos vinculados a las obras en formato libro, desde el punto de vista de que la revista supone una intervención mucho más cercana en la coyuntura de época. Es Beatriz Sarlo quien define esto en su estudio sobre las prácticas de publicación y las redes intelectuales:

*«“Publiquemos una revista” quiere decir “una revista es necesaria” por razones diferentes a la necesidad que los intelectuales descubren en los libros; se piensa que la revista hace posible intervenciones exigidas por la coyuntura, mientras que los libros juegan habitualmente su destino en el mediano o el largo plazo» (Sarlo, 1992: 9).*

---

4 “El análisis de los discursos mediatizados requiere un modelo teórico-metodológico que permita explicar el proceso de significación que tiene lugar no gracias a la actividad de un sujeto individual, sino a partir de organismos colectivos mucho más complejos. Desde este punto de vista, las estrategias discursivas organizan el texto mismo más allá de las intenciones del o los actores que lo formulan” (Raimondo Anselmino, 2010: 18).

El análisis de la cultura revisteril en la Argentina tiene sus orígenes en el siglo XIX, cuando su estudio y el tipo de producción que estas implicaban comienza a diferenciarse de la naturaleza de la prensa diaria, pero también de la publicación de libros (Artundo, 2010).

Más específicamente relacionado a nuestra indagación, la edición de revistas del tipo intelectual está enmarcada en un paradigma de práctica cultural que se encuentra en tensión y diálogo con la cultura libresca y la cultura mediática. Y también entre la intención individual y la grupal. Esto lo veremos en los tipos de registro de escritura presentes en la revista analizada y la presencia o no de las autorías individuales.

## Causas y Azares: Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis

La revista *Causas y Azares* contó con siete ediciones en formato libro publicadas en la primavera de 1994, otoño de 1995, primavera de 1995, invierno de 1996, otoño de 1997, primavera de 1997 e invierno de 1998. Hasta el quinto número el grupo editor estuvo conformado por Carlos Mangone, Mariano Mestman, Alejandro Grimson y Ernesto Lamas. En los números 6 y 7 Carlos Mangone y Mariano Mestman figuran como editores responsables y el grupo editor fue compuesto por Cora Gamarnik, Alejandro Grimson, Ernesto Lamas, Ana Longoni, Carlos Mangone, Guillermo Mastrini, Silvia Méndez, Mariano Mestman y Carlos Rodríguez Esperón. En todas las ediciones el diseño de tapa estuvo a cargo de Claudia Bulaievsky. Las mismas plantean una fisonomía homogénea con una serie de gráficos que sirven como fondo de los espacios tipográficos, donde aparecen el nombre de la revista, un slogan que se repite en todas las ediciones, los principales contenidos del número y finalmente un taco con el número de la edición, la fecha de publicación y el precio. Los

colores predominantes varían según cada edición.

Desde esta reflexión exploratoria y provisional podríamos decir que el slogan presente en las tapas, -“Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis”-, funciona como un llamado a la interdiscursividad, citando a tres revistas fundantes del campo de la comunicación en América Latina como: *Lenguajes*, editada por Juan Carlos Indart, Oscar Steimberg, Oscar Traversa y Eliseo Verón y publicada entre 1974 y 1980; *Comunicación y Cultura*, fundada por Héctor Schmucler, Armand Mattelart y Hugo Assmann y publicada desde el 73 hasta el 85. Y, finalmente, la revista *Crisis*, fundada en mayo de 1973, por Federico Vogelius como director ejecutivo, Eduardo Galeano como director editorial y Julia Constenla como secretaria de redacción y a la cual luego se sumaría Aníbal Ford.

Siguiendo los términos de Verón (1993 y 2004), el slogan presente en la superficie textual de la tapa de las siete ediciones de la revista puede remitir a múltiples operaciones -que podrían reconstruirse a través de sus marcas-: la recuperación de la tradición de las tres revistas que conformaron al campo de estudios de la comunicación ensaya un conjunto de interlocutores válidos apelados<sup>5</sup>.

---

5 Nos parece adecuado partir de la premisa metodológica de tener en consideración que toda construcción conceptual conserva un vínculo con los posicionamientos históricos y políticos de su tiempo y es, a la vez, objeto de un amplio campo de efectos de lectura posteriores, que lo reubican según las formas de la tradición selectiva. De hecho, este concepto de Raymond Williams (2014) puede funcionar como una forma de invención argumental para leer las referencias presentes en el slogan de *Causas y Azares*. Entender a la tradición selectiva como un compuesto de codificaciones que tiene un funcionamiento dado por los condicionamientos coyunturales del momento en el que tiene lugar la composición de la tradición (Stra, 2021). La revista no plantea desde su slogan de tapa una ruptura, sino justamente, una continuidad con la tradición. Tradición que selecciona y especifica desde su primer contacto con un presunto enunciatario, que debería poder “leer” esa operación enunciativa, es decir, conocer, al menos por la cercanía de esos nombres, una parte considerable del campo de la Comunicación y la Cultura en Argentina.

El diálogo presente entre las tres publicaciones citadas sólo es posible a través de remitir a la propia *Causas y Azares* como un condensador, aunque dichas revistas revistieron intereses conceptuales, metodológicos y políticos dispares y contrarios entre sí. El artículo “(la)” que vincula a “crisis” marca que no solo se refiere a la revista que integró Aníbal Ford, sino también a la recuperación del presente (mediados de la década de los 90) como un tiempo conflictivo, caótico y de marcada incertidumbre social, económica, cultural y educativa. Allí observamos aquello que señalamos un poco más atrás: conviven en la superficie del Discurso al menos dos tipos de marcas puntuales: las históricas (referenciadas a recuperar ciertas tradiciones, indicando genealogías posibles) y las contemporáneas, que dan cuenta de huellas propias del momento histórico en que el Discurso tuvo lugar.

En referencia a la intertextualidad buscada en el lema de la revista, podemos compartir aquello que Verón plantea en relación a ciertos títulos: “El título es por sí mismo un llamado a los recuerdos culturales del lector, su funcionamiento estriba en la hipótesis de un saber que comparten el productor y el consumidor del texto” (Verón, 2004: 106). Y como plantea el mismo autor, hay un efecto ideológico en la “inclusión” de un lectorado en cierta complejidad, pero también los hay -quizás de manera más pronunciada- en la “exclusión” de quienes no poseen el bagaje cultural necesario para identificar las referencias.

Otra dimensión interdiscursiva a considerar es la relación entre el tipo discursivo de la prensa gráfica y el tipo discursivo de la revista intelectual y académica<sup>6</sup>. Lo decimos porque se percibe

---

6 En el caso de las recuperaciones que hibridan tipos discursivos externos al texto académico, intelectual y ensayístico como las tendencias a introducir formatos y gramáticas periodísticas o artísticas, deberíamos considerar la distinción Enunciado/Enunciación, es decir lo que se dice y las modalidades del decir. Estas últimas “constituyen el dispositivo de enunciación” (Verón, 2004: 173). Para recuperar esta marca podemos pensar como caso el Cuaderno “Dictadura, comunicación y sociedad: a 20 años del golpe militar”, del Número 4 de *Causas y Azares*, que contiene textos e ilustraciones de León Ferrari.

en la superficie material de *Causas y Azares* un conjunto de recursos propios del discurso de la prensa gráfica como fotografías, ilustraciones, caricaturas, imágenes de obras de arte y publicidades. Estas últimas sobre todo de revistas culturales, de cine, intelectuales o académicas, editoriales, libros, librerías y hasta talones de descuento.

En este caso, tendríamos que considerar la naturaleza de las imágenes presentes en la publicación. Podríamos conjeturar que en *Causas y Azares* el uso de la imagen en tapa es mayoritariamente conceptual, correspondiendo a un fondo difuso, pisado por los texto de presentación, slogan y contenido; mientras que las imágenes fotográficas del interior en su mayoría podrían correlacionarse con aquello que Verón (2004) llama “testimonial” (las fotos de los entrevistados, de portadas de libros, de jornadas o congresos), es decir ligadas a una intención de ampliar la información contenida en el texto.

Las siete ediciones comienzan con un texto editorial, firmado por *Causas y Azares*, que en general presenta el número y realiza comentarios sobre sus temáticas dominantes. Luego le sigue una entrevista, que en todos los casos recupera voces autorizadas dentro del campo de Comunicación y Cultura, generando, tal como el slogan lo anticipa, un diálogo con la tradición de las décadas del 60, 70 y 80. Así en el número 1 se entrevista a Héctor Schmucler, en el 2 a Néstor García Canclini, en el 3 a Eliseo Verón, en el 4 a Armand Mattelart, en la quinta edición el entrevistado es Aníbal Ford, en la sexta es Beatriz Sarlo, mientras en la séptima y última *Causas y Azares* se entrevista a Pierre Bourdieu.

Luego de las entrevistas, las ediciones presentan cuadernos temáticos<sup>7</sup>, donde se incluyen artículos escritos originalmente para

---

Estas obras se van alternando en el interior de la revista con escritos de Carlos Mangone, Juan Fariña, Carlos Gutiérrez, Beba C. Balvé, María Gabriela Mizraje, Cristina Carnevale y María Graciela Rodríguez.

7 La presencia de los “Cuadernos” remite a una genealogía incluso anterior a

**La Trama de la Comunicación** - Volumen 28 Número 2 - julio a diciembre de 2024

ISSN 2314-2634 (en línea) / P. 051-082

Revista *Causas y Azares*

*La evocación de la tradición en el campo de Comunicación y Cultura*  
Sebastián Stra.

la revista, traducciones, entrevistas e informes sobre congresos o jornadas. La primera edición de la revista tiene como temática del cuaderno a los Estudios Culturales Ingleses e incluye el clásico trabajo de Stuart Hall “Estudios Culturales: dos paradigmas”, traducido originalmente por la revista “Hueso Húmero” (Lima, Perú) en 1984. Pero según los avatares propios de los tiempos de la publicación, el número de “Cuadernos” puede cambiar. La segunda presenta dos: el Cuaderno 1 se trata de un informe del VIII Encuentro de FELAFACS en Cali de 1994 y el Cuaderno 2, que se publica bajo el título “Antropología y Comunicación”. La *Causas y Azares* 3 vuelve a tener un solo cuaderno, titulado “Ciencias de la Comunicación en la UBA: entre la formación y la crisis del mercado”. El cuarto número contiene nuevamente dos cuadernos: el primero es un conjunto de reflexiones sobre dictadura, comunicación y sociedad a 20 años del golpe cívico militar y el segundo contiene artículos de las Primeras Jornadas de Investigadores Jóvenes en Comunicación. La quinta edición también tiene dos cuadernos: el primero sobre nacionalidad y etnicidad, y el segundo bajo el título “Las artes plásticas y la izquierda en las primeras décadas del siglo XX”. La número 6 tendrá un solo cuaderno sobre América Latina y el cine. Finalmente, en la séptima revista el cuaderno se hibrida con la entrevista central, realizada a Pierre Bourdieu, agregando artículos sobre su obra.

Luego de estas secciones, que se mantienen en general sin alteración según los números, siguen algunas que van cambiando con el transcurso de las ediciones: lecturas, otras entrevistas, análisis críticos, reconstrucciones, apartados sobre comunicación alternativa, ensayos, polémicas, informes, agenda, textos, debates y un espacio para referencias bibliográficas recientemente editadas.

las revistas mencionadas en el slogan, que vincula a *Causas y Azares* con los tradicionales Cuadernos de Pasado y Presente. Revista Trimestral de Ideología y Cultura, que comienzan a aparecer en 1968 con el intento de intervenir en ciertos debates del marxismo de la época (Cortés, 2014).

Siguiendo los caminos marcados por Paolo Fabri (2000) no podríamos considerar a *Causas y Azares* como un signo que indique un estado del campo de la comunicación en un momento determinado, ya que esto sería marcar como entidades diferenciadas un signo que está en lugar de algo y una realidad que se podría corresponder a ese elemento aislado. Más bien la revista formaría parte de un complejo sistema interdiscursivo que se compone de un emplazamiento como materialidad significativa que configura una polisemia discursiva.

Entonces, no entendemos a nuestro objeto como un “objeto/cosa” aislado del signo, sino como parte de una red a reconstruir como Discurso. Tomando una definición de Fabri que nos parece podría aclarar esta intención: “Podemos crear universos de sentido particulares para reconstruir en su interior unas organizaciones específicas de sentido, de funcionamientos de significado, sin pretender con ello reconstruir, al menos de momento, generalizaciones que sean válidas en última instancia” (Fabri, 2000: 41).

Sólo para organizar las dimensiones temporales de un análisis que nos permita visualizar un ordenamiento (arbitrario) lineal de las etapas a través de las cuales se pensaron los estudios sobre audiencias o más bien sobre las actividades de las audiencias en el campo de Comunicación y Cultura argentino, podemos conjeturar tres grandes períodos que recortamos por décadas:

Los años 60 y 70 con cierta predominancia en pensar la actividad de los receptores como cultura popular, que podría indicar la marca de una enunciación más vinculada a la tensión política y que construiría la imagen de un destinatario indeterminado.

Los 80 y la atención puesta en definir a las audiencias que serían no solo la forma de recuperar un contexto global de análisis y las transformaciones técnicas, sino también los indicios de la institucionalización del campo de los estudios de la comunicación y la emergencia de un destinatario con una creciente especialización.

Y, finalmente, los años 90, donde empezarían a aparecer tér-

minos como usuarios, consumo, navegaciones, que podrían ser el correlato investigativo del síntoma que marcó el paso de la centralidad televisiva a la emergencia incipiente de Internet y la configuración de la imagen de un destinatario especializado.

Decimos nuevamente que se trata de una operatoria que podría marcar cierto ordenamiento metodológico, más cercana a una ficción epistémica que a una formal historización del campo, con el objetivo de circunscribir un flujo discursivo en la conformación del Objeto. Con esta finalidad recuperamos la lectura de Gastón Cingolani y Mariano Fernández:

*“El Objeto es el elemento que explicita el dispositivo epistemológico. En primer lugar, asume el rol de invariante inicial en la construcción de la escena analizada. Si se analiza cómo un Discurso es resultante de un proceso de asignación de sentido, que se reconstruye por comparación con (otros discursos presentes entre) sus Condiciones (de producción, de reconocimiento), es necesariamente en función de un tercer elemento que esa comparación se hace posible. Ese tercero es el Objeto, que permite calcular las permanencias y las mutaciones, las constancias y las oscilaciones” (Cingolani y Fernández, 2018: 156).*

## El campo de Comunicación y Cultura y la cuestión de los efectos

En este apartado nos proponemos repasar una parte de la bibliografía existente sobre el campo de estudios al que hacemos referencia. Sobre esta literatura y a modo de resumen, podríamos nombrar el trabajo de Jorge Rivera de 1987, un extenso y pionero recorrido sobre las distintas vertientes del campo y que a su vez funciona como una suerte de libro fundante de las formas de historizar el campo de la comunicación en Argentina. Más recientes a nuestro tiempo, resultan de gran valor las genealogías sobre los

**La Trama de la Comunicación** - Volumen 28 Número 2 - julio a diciembre de 2024

ISSN 2314-2634 (en línea) / P. 051-082

Revista Causas y Azares

*La evocación de la tradición en el campo de Comunicación y Cultura*  
Sebastián Stra.

estudios de recepción realizadas por Alejandro Grimson y Mirta Varela (2002, 1999), sobre todo en el estudio de lo televisivo. En un nivel más regional el trabajo de Jesús Martín-Barbero (2002), *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, traza un amplio mapa desde el surgimiento de los estudios sobre Comunicación y Cultura en Latinoamérica, que el autor fecha en los años 60.

Resuenen más cercanos los trabajos de Ricardo Diviani (2019) y Mariano Zarowsky (2017). El primero conformando un novedoso estudio sobre las publicaciones centrales del campo en los 60 y 70: *Comunicación y Cultura y la revista Lenguajes y el denominado pensamiento “nacional y popular peronista”*, representado por Jorge Rivera, Aníbal Ford, Eduardo Romano y Heriberto Muraro; y el segundo presentando un itinerario de los intelectuales de la comunicación en el período 1956-1985, con un análisis profundo que los sitúa incluso dentro de la historia reciente del campo intelectual argentino. Por supuesto, que en el marco de la historia intelectual, fundamentalmente de la revista *Comunicación y Cultura*, creemos imprescindible recuperar el libro de Víctor Lenarduzzi (1998) *Comunicación y Cultura. Itinerarios, ideas y pasiones*.

Por otro lado, la investigadora Natalia Vinelli (2006) recupera los estudios de recepción presentes en las revistas *Lenguajes, Comunicación y Cultura* y *Crisis* durante la década del 70. En una línea vinculada, se encuentran los trabajos sobre lo popular en la obra de Rivera, Romano y Ford de Natalia Barrio (2014).

En el marco del estudio sobre lo popular como objeto de saberes, pero indagando a fondo gran parte de la producción que podríamos pensar como constitutiva del campo amplio de los estudios de la comunicación en América Latina, Pablo Alabarces en *Pospopulares: las culturas populares después de la hibridación* (2021), ofrece un mapa que parte de los primeros ochentas y llega hasta nuestra contemporaneidad. En esta línea, pero reducido al campo argentino, son de gran valor los trabajos de María Gra-

ciela Rodríguez (2015, 2015b, 2017, 2019) sobre la reelaboración de los EE.CC en “versión argentina”.

Estos textos suman a los efectos de lectura iniciados por Beatriz Sarlo (1979) y Carlos Altamirano (1981). También, y en esta línea, las relecturas de los estudios culturales en Latinoamérica por Mattelart y Neveu (2004) ya son un clásico de referencia para pensar las vinculaciones entre Comunicación y Cultura.

Para el puntual estudio del campo de la comunicación y las teorías ocupadas de la recepción en América Latina un importante texto que condensa muchos de los estudios realizados en Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, México, Ecuador y demás países del subcontinente es el volumen *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas a futuro*, publicado en 2022 bajo la coordinación de Nilda Jacks.

En relación a un aspecto más vinculado al archivo, podemos citar el exhaustivo abordaje que realiza Víctor Lenarduzzi (2014) sobre las publicaciones de la revista *Comunicación y Cultura* entre 1973 y 1985. Momento de quiebre, entendemos, porque recupera los primeros años de nuestro recorte y su antecedente más inmediato.

Las investigaciones de María Cristina Mata (1991) y sobre todo de Florencia Saintout y Natalia Ferrante (2006), sobre la institucionalización en Argentina de los estudios de recepción en la década del 80', se suman al extenso recorrido de indagaciones sobre las temáticas afines a nuestra investigación. Aquí comienza a inscribirse un momento donde las teorías comunicacionales per se forman parte de la nomenclatura de manera específica, a diferencia de los estudios de las décadas anteriores en donde las teorías circunvalaban un campo mucho más amplio e inespecífico.

En un texto paradigmático que nuclea las intenciones de la segunda época de la revista *Comunicación y Cultura*, Héctor Schmucler equipara la comunicación, a través de la cultura, con un

sentido transferible a la vida cotidiana<sup>8</sup>. Corría el año 1984 y el autor entendía que la comunicación debía ser “un objetivo a lograr”, en tanto construcción de un objeto de estudio. Se comienzan a perfilar límites de elaboración de campos que estaban más difusos en el trabajo intelectual de las décadas previas. Dos años después, en 1986 se fundaba la carrera de Ciencias de la Comunicación en la UBA; en 1984 la Escuela Superior de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de la Plata, luego carrera de Periodismo y Comunicación, elegía director, por primera vez en la historia<sup>9</sup>. En Rosario, la carrera de Comunicación Social aventaja en antigüedad a la de la UBA, ya que se funda en 1973, pero con el antecedente previo de la Licenciatura en Periodismo y Ciencias de la Información creada en 1966 en el ámbito de la Facultad de Humanidades de la Universidad Católica Argentina (Diviani, 2019). En 1972, también tempranamente, se funda la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de Córdoba. Proyectos académicos que en su mayoría se ven traumáticamente afectados por la última dictadura cívico-militar en nuestro país y que terminan de consolidarse recién a mediados de los '80.

Ya en los '90, con el campo académico afianzado, al menos en relación a la enseñanza y la investigación, el eje central de las investigaciones sobre comunicación de masas está marcado por la idea de Mercado y de Ciudadanos, posiblemente perdiendo la densidad crítica que supo tener en las décadas anteriores, según

---

8 Podemos notar, aún sin leerlo en el texto de forma directa, que muchas de las posturas del intelectual argentino conservan cierta proximidad con el Williams (2003) de *La larga revolución*. Sobre todo, en la idea de pensar que la comunicación es una dimensión constitutiva de los procesos culturales. Y que esos procesos deben leerse a través de la experiencia común, es decir de la vida cotidiana y en comunidad.

9 Aunque la carrera tiene una historia mucho más larga con su primer antecedente en la fundación de la Escuela Superior de Periodismo de La Plata en 1934, por parte del Círculo de Periodistas de la Provincia de Buenos Aires.

el diagnóstico planteado por Schmucler. También, en línea con la idea de consumidor aparece la figura del “usuario”, que “resemantiza, recicla, reacomoda, rechaza; ejerce el zapping (no sólo con la televisión), se reapropia de los objetos ofrecidos por los otros” (Schmucler, 1997: 158). En ese sentido, y para sumarle complejidad a nuestra hipótesis inicial, no solo hay una marcada diferencia en el estudio de lo popular y el contacto de las audiencias con los medios entre las décadas del 60 y 70 con respecto a las de los 80 y 90, sino también que entre estas dos últimas décadas existe una amplia gama de matices que las diferencian entre sí.

En cierto sentido, en otra instancia de presentación de avances, sería pertinente sumar al corpus un estudio sobre la institucionalización de la enseñanza de la comunicación en Argentina, teniendo en consideración de que *Causas y Azares* es una revista publicada por un grupo editor de docentes e investigadores vinculados a la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.

### ***Causas y Azares: entre la academia, el trabajo intelectual y la crítica cultural***

Antes de continuar, quizás sea oportuno introducir la consideración de lo que Verón (2004) llama “tres macroconceptos”, que nos permitirán cierta organización analítica. Nos referimos a tipo, género y estrategia.

Verón entiende por tipo discursivo a aquello que se puede definir como “estructuras institucionales complejas que constituyen sus soportes organizacionales y, por el otro, a relaciones sociales cristalizadas de ofertas/expectativas que son los correlatos de estas estructuras institucionales” (2004: 195). En la revista *Causas y Azares*, el tipo de discurso intelectual, científico y académico tiene sus estructuras complejas en el marco de la institución universitaria en donde tiene lugar, su deriva editorial y en los tra-

**La Trama de la Comunicación** - Volumen 28 Número 2 - julio a diciembre de 2024

ISSN 2314-2634 (en línea) / P. 051-082

Revista *Causas y Azares*

*La evocación de la tradición en el campo de Comunicación y Cultura*  
Sebastián Stra.

yectos de investigación que se interpelan en la publicación: estatal, privado, intermedio, en donde las relaciones sociales pueden describir el grado de interdiscursividad de los textos publicados y sus posibles efectos de lectura en la definición de un tipo de lectorado.

El otro “macroconcepto” que nos interesaba recuperar era el de género. Más allá de lo que se entiende como Género-P<sup>10</sup>, nos detenemos en lo que Verón llama Géneros-L, definidos como “cierta disposición de la materia lingüística”, por ejemplo: entrevistas, reportajes, artículos, editoriales, papers, reseñas, avances de investigación, etc. Dentro de la condición discursiva material de la revista, nuestro Género-P, trabajamos con muchos Géneros-L y a su vez: “un mismo tipo de discurso puede reconocerse en la forma de diversos géneros-L” (2004: 196) y “un mismo género puede aparecer en diferentes tipos de discurso” (2004: 197).

No obstante, para Verón será la estrategia la que nos permita percibir las variaciones entre “representantes” de un Género-P, por ejemplo dos revistas de publicación en papel<sup>11</sup>.

En el caso de las revistas de tipo intelectual o académico podemos decir que, a diferencia de la prensa u otro tipo de producto mediático, no está presente la competencia directa de Géneros-P

---

10 Entendiendo el Género (P) producto como un texto que tiene un soporte, se puede almacenar, etc. Se caracteriza por su constitución material (Cingolani, 2023).

11 Sobre esta cuestión, sostiene el autor:

“Para nosotros, el análisis del discurso consiste en la identificación, dentro de la superficie discursiva, de las huellas que remiten a las condiciones de producción de los discursos. Estas huellas son el soporte de operaciones que uno debe reconstituir, operaciones que toman la forma de reglas de engendramiento de estos discursos. Yo llamo gramática de producción a un conjunto de este tipo de reglas que definen las condiciones restrictivas del engendramiento de un tipo o de un género-P. Ahora bien, en la superficie discursiva, todas las huellas están, por así decirlo, en un mismo nivel: ¿cómo distinguir lo que corresponde al tipo de lo que corresponde al soporte tecnológico, al género-P, a la estrategia? En la respuesta a esta pregunta se pone en juego toda la pertinencia del análisis” (Verón, 2004: 201).

en términos de Mercado. Creemos, igualmente, que eso no quita que se puedan rastrear las estrategias en el Discurso; analizando ciertas marcas enunciativas, de construcción de un lectorado potencial y (sobre todo en el género-L editorial) del intento de instalación de un contrato de lectura; siempre considerando el desfase temporal de las publicaciones analizadas.

Podemos, entonces, entender que el Reconocimiento en nuestro tipo de Discurso está marcado por aquello que Verón llama “retoma intertextual productiva”, que podría ser el horizonte de expectativa del consumo de una revista intelectual. Según el planteo del autor citado: “Los fenómenos de retoma interdiscursiva que nos permiten estudiar el reconocimiento dentro de una práctica discursiva dada (científica, política, literaria, etc.) son del orden de la regulación endógena, dentro del sistema productivo de la ciencia” (Verón, 2004: 208). Intentamos traer aquí la posibilidad de que las retomas propias de la revista de la década de los noventa impliquen algún nivel de correspondencia con el campo de Comunicación y Cultura. Entonces, una posible búsqueda será la de intentar encontrar las operaciones de singularidad de *Causas y Azares* con relación a las publicaciones evocadas (puntos de vista, confrontaciones, diferenciaciones, cambios de clave, refutaciones, re-interpretaciones, incluso relecturas).

Y este tipo de retoma intertextual productiva no solo puede darse en la dimensión argumentativa del tipo de discurso intelectual, sino en otra serie de géneros incluidos en el Género-P. En el cuarto número de la revista es entrevistado Armand Mattelart, uno de los fundadores de Comunicación y Cultura. El título de dicha entrevista es “Intelectuales, comunicación y cultura: entre la gerencia global y la recuperación de la crítica”. La operación clave, desde nuestro punto de vista, podría ser la proposición “entre”, que indicaría la perspectiva de lectura contemporánea de *Causas y Azares*, es decir la “huella contemporánea”. El mediar entre la gerencia global como un sistema cultural, que atañe, por supuesto, a la producción intelectual y una “huella histórica”

que es aquello que la revista pretende retomar desde sus páginas, es decir: “la recuperación de la crítica”.

Ya en 1996, año de publicación del ejemplar, Mattelart denunciaba que muchos de los conceptos adoptados por la teoría provienen de la lógica económica. Por la concepción del sector “gerencial” de la sociedad. Este fenómeno nocional -por ejemplo el caso de la idea de “globalización”- está anclado a una exhaustiva desregulación de los sistemas de comunicación. Dicho matrimonio supone lo que el autor llama “desregulación conceptual”, poniendo el acento en la relación del “flujo financiero” con el “flujo mediático”.

Uno de los tópicos, mencionado anteriormente, y que esta entrevista nos permite visualizar, es el paso de una concepción fuertemente crítica pero optimista sobre la actividad de las clases populares en relación a los medios a la cuestión de los usos e itinerarios individualizados: “El problema de las Ciencias Sociales críticas es el triunfalismo; durante décadas creímos en el triunfo de la clase obrera a nivel mundial, hoy ese triunfalismo se reproduce en relación con la capacidad que tiene la gente para resistir” (Mattelart, 9: 1996).

Por otra parte; ante la consulta sobre Para leer al Pato Donald y referenciando, sin mencionarlas, a las críticas que un autor como Verón, desde las páginas de Lenguajes, le propinó al libro (Diviani, 2019); sostiene el lugar de ese texto bajo “los estudios de recepción”, más allá de reconocer su carácter “panfletario”: “es un trabajo que ya había interiorizado la cuestión de la recepción. En este periodo, la cuestión principal no era tanto el consumo sino la producción de una alternativa” (Mattelart, 1996: 12, 13). Allí aclara que el contexto de producción del libro está integrado por una “demanda” de los obreros de la imprenta gubernamental chilena ante las avanzadas contra el gobierno de Unidad Popular, que se veía reflejado incluso en las historietas. Entonces, de esa demanda surgen un conjunto de talleres con el objetivo de discutir sobre los productos culturales de circulación

masiva. Aparece una noción aquí muy prototípica de los estudios de Comunicación y Cultura de los 70, que es la noción de dependencia.

Mattelart explica, en un pasaje de la entrevista, esta transición conceptual;

*“Si antes era fácil identificar ciertos productos que provocaban o incitaban a la dependencia cultural, si era fácil señalarlos como la causa de esa dependencia, era porque pensábamos los medios en términos de causa-efecto, mientras que hoy es difícil seguir pensando de esta manera. Ahora tenemos que situarnos en una posición mucho más modesta que la de los años sesenta y setenta, cuando el problema era -sobre todo a través del estructuralismo- reconstruir las totalidades, y el modelo causa-efecto era una manera de construir esas totalidades. Las sociedades actuales son trabajadas por lógicas globales que quieren penetrar cada vez más intersticios de nuestras vidas, lo que se llama el proceso de mercadeo de la sociedad” (Ibídem, 1996: 14).*

Decíamos, entonces, que pueden existir, en el caso de la entrevista a Mattelart, una serie de recursos, compuestos por estrategias que a su vez remiten a gramáticas particulares de producción. Pero para continuar, creemos necesario definir aquello que se entiende como “operación”. Gastón Cingolani la menciona como “la configuración misma de una significación a nivel mental, donde «mental» implica afectos, sentimientos, acciones intencionales o no, y reglas instituidas por convención o por hábito” (Cingolani, 2011: 84). Ahora bien, más allá de la definición misma. Una pregunta más instrumental para nuestro trabajo podría ser ¿cómo llegamos a dichas operaciones?:

*“como no tenemos acceso inmediato a las operaciones, sino mediado por los rasgos perceptibles en la superficie de un*

*discurso (marcas o marcadores), lo que hacemos siempre frente a un discurso es un trabajo mental de construcción o re-construcción de esas operaciones” (Ibídem, 2011: 85).*

Es decir, que el trabajo intelectual estará orientado a interpretar, de manera indiciaria, los rasgos o marcas que componen un Discurso: “cada marcador es la huella de una operación” (2011: 85).

En el concepto que Mattelart denomina “la inteligencia política del mundo” podemos encontrar la huella de una retoma de aquella vieja polémica entre Lenguajes y los autores que integraban Comunicación y Cultura. Como ya hemos visto brevemente, una de las observaciones veronianas que recaía sobre este autor tenía que ver con el carácter poco científico de las argumentaciones de *Cómo leer al Pato Donald*. En las páginas de *Causas y Azares*, más de 20 años después, Mattelart comentará:

*“En aquel momento, cuando comenzamos a contraatacar estas concepciones que venían de los Estados Unidos, las concepciones del funcionalismo americano, nos importaban bastante poco las disciplinas, la ciencia. Lo que nos importaba antes que nada era tratar de explicar hacia dónde iban nuestras sociedades, esto era la inteligencia política del mundo” (Mattelart, 1996: 15).*

Ya en la edición número 3 de *Causas y Azares*, Verón se había referido al libro de Mattelart, sosteniendo la crítica emprendida en *Lenguajes*:

*“Daba la impresión de que Mattelart se había dado un objeto específico, mediático, el Pato Donald, y tenía el aire de ser una investigación sobre algo. Yo creo que no lo era, que es un libro lleno de estereotipos ideológicos. No había descripción del objeto. Había, en cambio, una concepción tan rudimen-*

*taria de lo que es la historieta y el humor, que nos pareció necesario señalarlo” (Verón, 1995: 12).*

Estudiamos las operaciones en producción del Discurso *Causas y Azares*, entendiendo también que forman parte de un amplio conjunto posible de operaciones en reconocimiento de otros discursos. En el caso del intercambio anterior, de una polémica vinculada al campo de análisis de los productos mediáticos de los setenta. Pero siempre considerando que solo podemos conocerlas como modalizadores extra textuales del Discurso. Es decir como Condiciones de Producción.

Por ejemplo, podemos tomar el caso de las operaciones de atribuciones. La editorial de presentación del primer número de la revista lleva el siguiente título: “Interrupciones en la comunicación y en la cultura: ni somos luddistas, ni tenemos la televisión de adorno”. Aquí podemos rastrear las marcas de este tipo de operaciones, si consideramos que el enunciado podría conllevar la negación de ciertas características sobre la noción de tecnología que se opta por afirmar (a través de la expresión del “no somos”) en la revista. Y considerando que la técnica o tecnología solo es una presuposición de la lectura del término “luddistas”. Se monta un dispositivo personalizante de petición de principios, convirtiéndose en una operación de declamación, propia del tipo discursivo editorial de una revista intelectual o académica<sup>12</sup>.

Podríamos decir que se trata de una meta operación marcada por la conjunción copulativa “ni”, que sugiere el supuesto de que las dos características enunciadas: “luddistas” o “tener la televisión de adorno” son contrapuestas. Es decir, que se enuncia una toma de posición intermedia. El “ni” excluye esas dos formas de

---

12El género editorial nos permite percibir las operaciones de instalación de debates y temas en la agenda académica. En este caso puntual, la pregunta por la dimensión técnica de los fenómenos mediatizados.

leer, comprender, actuar y entender a la técnica (y más puntualmente aquella relacionada con los medios de comunicación de masas y la naciente Internet). Es decir, excluye, pero a la vez contrapone una demonización de la tecnología con el hecho de naturalizarla. Pensamos en este ejercicio siempre manteniendo esa tensión irreconciliable y perpetua entre Producción y Reconocimiento. Como lo plantea Cingolani: “Nada garantiza cómo será «leído» esto en recepción. Pero esos marcadores son la huella de las operaciones de sentido en producción” (Cingolani, 2011: 96).

Dicha escritura editorial, firmada sin nombres propios bajo la nominación de la revista, proyecta un vuelo generalizado de las teorías del campo de la Comunicación y Cultura hasta el momento de su publicación (1994). Y en su primer apartado se va modalizando esa versión sobre la técnica enunciada en el título, pero con el énfasis puesto en la “recepción”.

Una primera etapa, señalada en los años 60 y 70, marcaría una perspectiva fuertemente crítica con el acento puesto en las propiedades de producción de aquellas instituciones que intervenían en la producción de mensajes masivos:

*“Las teorías que analizaban los problemas de la comunicación y la cultura después de haber develado la estructura de los medios, pivotaron en los contenidos de los mensajes, en las intenciones de la emisión, en las determinaciones ideológicas. Las conclusiones más importantes consolidaron una mirada crítica del funcionamiento de los medios masivos, sobre sus efectos culturales y acerca del margen de libertad de las prácticas de recepción” (Causas y Azares, 1994: 1).*

Allí el cuestionamiento al poder de los media estaba restringido a la actividad política expresa: “Se podría decir que la existencia de miles de cuadros políticos, sociales, y políticos culturales eran

la posibilidad de cuestionar de manera central a los medios masivos realmente existentes” (Ibídem, 1994: 1). Pero, luego tiene lugar en el campo de Comunicación y Cultura algo que los autores llaman la “revisión teórica, ideológica y fundamental política” de la mencionada etapa y que conllevó la “revalorización del lugar de la recepción”. El contexto de producción de esta especie de “segundo momento” es diametralmente opuesto al primero: apertura institucional de las universidades y centros de estudio, florecimiento democrático y transformación tecnológica que implicó la videograbación, la apertura de la grilla con la TV por cable, el uso del control remoto y el afianzamiento de la televisión como medio hegemónico.

Ahora bien, la cuestión crítica a este segundo momento de los estudios de Comunicación y Cultura en América Latina, esa intención de no tener la “televisión de adorno”, está dada por la percepción de cierto olvido de las condiciones extra-discursivas (diríamos político culturales) que implicó la desconfianza inicial. Un olvido de las condiciones de materialización de ese fulgor por la recepción:

*“El descubrimiento de que los receptores no se identificaban ajustadamente con los mensajes -al poner en juego sus experiencias culturales populares, cotidianas y privadas para el consumo de lo masivo- como pretendían las teorías críticas anteriores, dejaba muchas veces de lado que esos mismos medios actuaban sobre un campo arrasado de aquellos cuadros sociales, políticos y políticos culturales. En cierta manera, el análisis de la cultura masiva se hacía por fuera del marco político en el cual funcionaba” (Ibídem, 1994: 1).*

En cierta forma, “Ludditas” y “televisión de adorno” recupera la polarización realizada en los sesenta por Umberto Eco entre “apocalípticos” e “integrados”. En su constante tensión con las tradiciones, *Causas y Azares*, desde el tipo de escritura editorial,

pretende escapar a esas dicotomías. El lenguaje por excelencia donde se pretende, desde el análisis, evitar ese nivel de polémica es la televisión. Ya situándose de lleno en el clima intelectual de los noventa, se enuncia:

*«Más acorde con el menemato, hoy la televisión es observada como la sustitución (¿favorable?) de los espacios políticos tradicionales. Esto que podría ser una “correcta” descripción de lo real parece influido por el peso de los reality shows, de la participación en encuestas callejeras y contestadores telefónicos, sin preguntarse acerca de lo que la gente (el nuevo término que condensa y disuelve clase, pueblo, ciudadano, consumidor, usuario) dice, qué códigos utiliza, qué objetivos existenciales pone en juego en la representación que le ofrece la televisión» (Ibídem, 1994: 2).*

No solo se presenta la potencia de lo televisivo en el análisis cultural, sino también la reconstrucción de un clima de época en donde se disuelven algunas dimensiones nocionales y condensan otras (sobre todo clase y pueblo, como ya lo ha comentado Alabarces en Pospopulares) en la palabra “gente”. Aquí se percibe cierta alusión a procesos mediáticos políticos como los que se jugaron en representaciones por ejemplo de los procesos privatizadores de principios de los noventa y las relación de la “gente” con los servicios a privatizar, como en el caso del paso de ENTEL a las empresas Bell y Telefónica<sup>13</sup>.

En este marco, la principal crítica que pretende introducir *Causas y Azares* al debate está justamente referida al campo intelectual de su tiempo, percibida en la “despolitización de la práctica de los intelectuales”, que se incorporan paulatinamente

---

13 Aquí se refleja la publicitada efectividad del paso del sistema de comunicaciones telefónicas del sector público al sector privado en un programa característico de la televisión de los noventa como Hora Clave de Mariano Grondona: <https://www.youtube.com/watch?v=SWrQallgM8M>

a la política cultural de los medios. Y sobre todo, quizás, en la disolución de la percepción de los espacios de poder. Aquí entra en juego el Mercado como el articulador de esta disolución y la universidad forma parte de esa crisis. Y es en este punto, consideramos, donde la revista se autoproclama como portadora de la densidad crítica y autónoma del campo de la Comunicación y la Cultura: “Por tener una menor tradición universitaria y no gozar de sólidas estructuras corporativas, los estudios sistemáticos de la comunicación y la cultura se ubican en un amplio margen en el territorio de las ciencias sociales (Ibídem, 1994; 4).

Como enunciador, entonces, *Causas y Azares* no solo intenta escapar a la dicotomía “luddismo” o “integrados” sino también a aquella que diferencia discursos instituidos e instituyentes en el intento de “tratar de recuperar el dinamismo de la crítica cultural dentro y fuera de las instituciones” (Ibídem, 1994: 4).

## Comentarios finales

Si entendemos a la revista como un género (P)roducto, hay Condiciones de Producción, -siempre construyendo a nuestro objeto de estudio como Discurso-, que la pueden ubicar dentro de un sistema en donde ocupa un lugar o subclase que se pueda emparentar o integrar a otras revista del campo de la comunicación, que incluso son interpeladas desde el slogan. Pero este sistema excede a las revistas puramente académicas, vinculadas a la historia intelectual o de las ideas e inserta a nuestro Objeto en una red posiblemente más amplia, donde se cruzan diversas tradiciones periodísticas, literarias y críticas. Sugerimos aquí poner atención a la advertencia de Verón (1993) de no considerar a las distinciones entre un conjunto discursivo y sus condiciones de producción como una “distinción ontológica entre realidad cualitativamente diversas” (1993: 128), sino más bien como una necesidad metodológica, considerando a la interdiscursividad como unidad de análisis y al Discurso como un campo de efectos posibles.

## Bibliografía

- Alabarces, P. (2021). *Pospopulares. Las culturas populares después de la hibridación*. México, Buenos Aires: Calas. Unsam.
- Altamirano, C. (1981). "Raymond Williams: proposiciones para una teoría social de la cultura". *Punto de Vista*, 11, marzo-junio 1981. Buenos Aires.
- Artundo, P. M. (2010). "Reflexiones en torno a un nuevo objeto de estudio: las revistas" [En línea] en IX Congreso Argentino de Hispanistas, 27 al 30 de abril de 2010, La Plata. El hispanismo ante el bicentenario. Disponible en Memoria Académica: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.1028/ev.1028.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1028/ev.1028.pdf)
- Barrio, N. (2014). "Estudio sobre una genealogía de las matrices históricas populares. Tres intelectuales en diálogo con lo popular". En revista *Questión*, Vol. 1, N.º 42 (abril-junio 2014). La Plata: UNLP.
- *Causas y Azares*. Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis (1994). Año 1, número 1, primavera de 1994. Bs. As: Ediciones El Cielo por Asalto.
- *Causas y Azares*. Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis (1995). Año 2, número 2, otoño de 1995. Bs. As: S/E.
- *Causas y Azares*. Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis (1995). Año 2, número 3, primavera de 1995. Bs. As: S/E.
- *Causas y Azares*. Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis (1996). Año 3, número 4, invierno de 1996. Bs. As: S/E.
- *Causas y Azares*. Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis (1997). Año 4, número 5, otoño de 1997. Bs. As: S/E.
- *Causas y Azares*. Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis (1997). Año 4, número 6, primavera de 1997. Bs. As: S/E.
- *Causas y Azares*. Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis (1998).

Año 5, número 7, invierno de 1998. Bs. As: S/E.

- Cigolani, G. (2011). “Entre lenguaje y comunicación: ¿Por qué interesa estudiar la enunciación?”, en Cuaderno de cátedra : comunicación y cultura cátedra I / Gastón Cingolani ... [et.al.]. - 1a ed. - La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Cingolani, G. (2023). Notas de clase. Seminario Introducción al análisis del discurso desde la sociosemiótica del Doctorado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario. Inédito.
- Cingolani, G, Fernández, M. (2018). “Objeto, objetos, corpus, sistemas. Lo que se deshace y lo que hacemos cuando analizamos discursividad en la crisis de mediatizaciones contemporánea” en Biselli, R.; Maestri, M. La mediatización contemporánea y el desafío del big data. Rosario: UNR Editora.
- Cortes, M. (2014). “Marx siempre contemporáneo. Las operaciones de lectura de Pasado y Presente”, en Dossier 50 años de pasado y presente: Historia, perspectivas y legados. Universidad Nacional de Quilmes. Departamento de Ciencias Sociales. Centro de Historia Intelectual: Prismas.
- Diviani, R. (2019). Semiólogos, críticos y “populistas”: La investigación sobre comunicación, cultura y lenguajes en los años 60 y 70 del siglo XX. UNR Editora: Rosario.
- Fabri, P. (2000). El giro semiótico. Barcelona: Gedisa.
- Grimson, A. y Varela, M. (1999). Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión. Buenos Aires: Eudeba.
- Grimson, A. y Varela, M. (2002). “Culturas populares, recepción y política. Genealogía de los estudios de comunicación y cultura en Argentina”. Caracas: CLACSO y CEAP, FACES.
- Jacks, N. (Coord., ed.). (2022). Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al

- futuro. Quito: Editorial Quipus, CIESPAL.
- Lenarduzzi, V. (2014). "Comunicación y cultura: un archivo". En *Oficios Terrestres Año 20 - Vol. 30 - N.º 30* Enero-Junio 2014. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
  - Martín-Barbero, J. (2002). *Oficio del cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: Fondo de Cultura Económica.
  - Mata, M.C. (1991). "Radio: memorias de la recepción aproximaciones a la identidad de los sectores populares". S/L, S/E.
  - Mattelart, A., Neveu, E. (2004). *Introducción a los Estudios Culturales*. Buenos Aires: Paidós.
  - Pita, A., Grillo, M.C. (2013). "Revistas culturales y redes intelectuales: una aproximación metodológica", en *Temas de Nuestra América, Revista de Estudios Latinoamerican*, N° 54. Costa Rica: Instituto de Estudios Latinoamericanos (IDELA), Universidad Nacional.
  - Raimondo Anselmino, N. (2010). «El ocaso del modelo intencional, la noción de "estrategia discursiva" desde la sociosemiótica», en *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm 111. Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.
  - Rivera, J. (1987). *La investigación en comunicación social en Argentina*. Buenos Aires: Puntosur.
  - Rodríguez, M.G. (2019). "Convergencia, divergencia y vitalidad. Comunicación y Estudios Culturales en Argentina". En *Ciências Sociais Unisinos*. 55(2):193-203, maio/agosto 2019. Unisinos - doi: 10.4013/csu.2019.55.2.05
  - Rodríguez, M. G. (2015). "Cultura popular. Travesías y avatares de un concepto". En *Plaza Pública. Revista de Trabajo Social*. Tandil: FCH – UNCPBA.
  - Rodríguez, M. G. (2015b). "Estudios Culturales en versión argentina". En *Intervenciones en estudios culturales*. Colombia: Pontificia Universidad

- Javeriana.
- Rodríguez, M. G. (2017). “La vida cotidiana de la clase trabajadora desde un punto de vista cultural. A sesenta años de la primera edición de The Uses of Literacy de Richard Hoggart” en Rey Desnudo, 5(10). Buenos Aires.
  - Saintout, F. Ferrante, N. (2006). “Los estudios de recepción en Argentina hoy: rupturas, continuidades y nuevos objetos”. En Diálogos de la comunicación, N° 73, 2006. Perú: FELAFACS.
  - Sarlo, B. (1992). “Intelectuales y revistas: razones de una práctica”. En América: Cahiers du CRICCAL, n°9-10, 1992. Le discours culturel dans les revues latino-américaines, 1940-1970. pp. 9-16;
  - Sarlo, B. (1979). “Raymond Williams y Richard Hoggart: sobre cultura y sociedad” en Revista Punto de Vista, año 2, N° 6. Buenos Aires.
  - Schmucler, H. (1984). “Un proyecto de comunicación/ cultura”, en Comunicación y Cultura en América Latina 12, Agosto /1984. México.
  - Schmucler, H. (1997). Memoria de la comunicación. Buenos Aires: Biblos.
  - Stra, S. (2021). “Pandemia y tradición: ¿Es posible mirar hacia el futuro?”. En Revista Temas y Debates. Número Especial Pandemia Fase 1: Entre la perplejidad y el temor. Rosario: UNR.
  - Traversa, O. (2019) “Historia de los medios / Historia de la mediatización: el papel de Eliseo Verón” en LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada. Año XI, #20, Buenos Aires.
  - Varela, M. (2009). “La dinámica del cambio en los medios. El miraba televisión, YouTube”. Publicado en Posgrado en Educación, Imágenes y Medios. FLACSO Cohorte 2009-2010.
  - Verón, E. (2004). Fragmentos de un tejido. Barcelona: Gedisa.
  - Verón, E. (1993). La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa.
  - Vinelli, N. A. (2006). “Argentina: miradas sobre la recepción en los setenta”. En revista Question/Cuestión, 1(12). La Plata: UNLP.

- Williams, R. (2011). Televisión: tecnología y forma cultural. Buenos Aires: Paidós.
- Williams, R. (2014). Tragedia moderna. Buenos Aires: Edhasa.
- Zarowsky, M. (2017). Los estudios en comunicación en la Argentina. Ideas, intelectuales, tradiciones político-culturales (1956-1985). Bs. As: Eudeba.

### **Datos del autor:**

Nombre: Sebastián Stra.  
Áreas de investigación o interés: Epistemología de la Comunicación, Estudios Culturales, Historia Intelectual.  
Filiación institucional: Universidad Nacional de Rosario  
Correo electrónico: sebastianmstra@gmail.com  
Orcid: 0000-0002-0449-4912

**Recibido: 24/07/2024**

**Aceptado: 28/07/2024**