

Condiciones de producción y construcción de sentidos en el Carnaval espectáculo de Montevideo: tradición, globalidad y subversión¹

Gianela TURNES²
gianela.turnes@gmail.com

Resumen

Se analiza la actividad del carnaval espectáculo comercial de Montevideo considerando la confluencia de dos de sus aristas más notorias: las condiciones de producción que los involucrados afrontan para participar y la construcción de sentidos que se puede descifrar en los discursos de los actores.

Para ello se observa el Carnaval desde la institucionalidad que rige la fiesta, las decisiones de organización y gestión de la IMM, la participación de la gremial de directores de agrupaciones, las reglas del juego que condicionan el acceso a financiamiento de escenarios y conjuntos.

Se propone identificar las formas en que pueden estar prevaleciendo criterios comerciales alineados con tendencias globales de apropiación mercantil de la cultura en detrimento de otros aspectos propios del carácter subvertidor de lo establecido, característico del carnaval.

En particular, a partir del análisis de la competencia mercantil de los agentes, en pos del afianzamiento de sus espacios de poder en el mercado del carnaval espectáculo, competencia que podría estar siendo ejercida tanto por los escenarios como por las agrupaciones, se formula la pregunta sobre el espacio remanente para la generación de propuestas no guiadas por el afán comercial.

Palabras clave: carnaval espectáculo / mercado / subversión

¹ Trabajo presentado en las XVI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales-UdelaR. Montevideo, 13, 14 y 15 de setiembre de 2017

² Economista y Magíster en Información y Comunicación por la Universidad de la República, Estudiante de Doctorado en Comunicación en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata

Contenido

Resumen	1
Introducción.....	3
i. Marco metodológico.....	3
ii. Contexto económico-político-cultural.....	4
iii. Caracterización sucinta del carnaval espectáculo y de la murga	5
1. El ecosistema del carnaval.....	8
i. La voz de los agentes privados	10
ii. La voz de los gestores de política pública	13
2 .Murga La Mojigata como caso de análisis	14
i. La acción política desde la diferencia.....	15
ii. ¿Subversión de paradigmas en el Concurso Oficial?	17
iii. <i>La Mojigata</i> como intervención.....	19
iv. Más allá de la representación.....	21
v. La activación del público como práctica revulsiva	23
Conclusiones.....	24
Bibliografía.....	26

Introducción

i. Marco metodológico

Este análisis toma como teoría general el Análisis Crítico del Discurso (en adelante ACD), en particular, las concepciones de Norman Fairclough, Teun Van Dijk y Ruth Wodak en su objetivo de investigar analíticamente el discurso para conocer cómo se practican, reproducen y combaten el abuso de poder social, el dominio y la desigualdad a través de los textos (Van Dijk, 1999, pp.23-36). En el micro nivel se aplican las herramientas de la Teoría de la Valoración (*Appraisal Theory*) según la propone P.R.R.White (2000) y del Análisis de la Conversación siguiendo a Tusón Valls (2002) para interpretar el abordaje que algunas notas de prensa y algunos agentes relevantes para el carnaval hacen sobre esta fiesta, sobre la esencia y la evolución de la murga, sobre las instituciones (instituidas e instituyentes) del carnaval y sobre las formas en que las personas viven, se insertan y construyen experiencias en él.

El punto de partida para este análisis de discursos de carnaval supone que la realidad según la percibimos no es una realidad objetiva que admita una definición, descripción o explicación única y verdadera. Por el contrario, puede describirse, interpretarse, comprenderse, y construirse a partir de las representaciones que los seres humanos elaboramos sobre ella. En esas interpretaciones el discurso – y como su sostén, el lenguaje - cumple un rol clave. Halliday señala: “*un texto es un potencial de significado realizado*” (1982, p.144), en el sentido que el hablante selecciona de entre multiplicidad de opciones posibles, de potenciales textos, aquel que efectivamente decide elaborar. Tenemos entonces que un texto puede considerarse como el producto de una elección de su autor que se concreta efectivamente como selección entre un universo potencial amplio de posibles discursos. Y tenemos además unas interpretaciones posibles acerca de ese texto que implican nuevas opciones, selecciones y exclusiones de elementos del contexto. La selección de aquello que se convierte en texto lleva consigo todo lo que fue excluido de esa selección y podría haber estado en ella. En consecuencia, los silencios y omisiones son también significativos para analizar el discurso de los actores.

Siguiendo a Van Dijk las ideologías tienen - además de la tradicional función social de sostén de los intereses de los grupos que es reconocida por los teóricos marxistas - “*la función cognitiva de organizar las representaciones (actitudes, conocimientos) sociales del grupo, y así monitorizar indirectamente las prácticas sociales grupales, y por lo*

tanto también el texto y el habla de sus miembros” (2008, p.208). Esta función de la ideología ofrece líneas de reflexión para interpretar las representaciones sobre lo que significa la murga y el carnaval para los grupos involucrados en él. Van Dijk señala también que las ideologías ofrecen sustento a los juicios sobre lo que está bien y lo que está mal, resultando entonces que los grupos sociales se apropian de valores como la Justicia, la Libertad, la Democracia o la Eficiencia jerarquizándolos y dándoles lugar de acuerdo a sus propios intereses particulares o grupales. Así, Van Dijk compara la valoración que pueden hacer los grupos feministas acerca de la Igualdad – acorde con sus intereses por manifestar y luchar en contra de la desigualdad de género – con las valoraciones de empresas que en lugar de enfatizar sobre la igualdad “*acentuarán la Libertad (de mercado)*” (Ibíd., p.209). Se propone entonces identificar aquellos aspectos ideológicos presentes en los discursos de actores públicos y privados en el carnaval, a partir de una interpretación crítica con instrumentos propios del ACD y de la Teoría de la Valoración y del Análisis de la Conversación. El concepto de ideología que subyace en este análisis trasciende el de ideología dominante, y asume “*que no solo los grupos dominantes, sino también los grupos dominados tienen ideologías que controlan su propia identificación, objetivos y acciones*” (Ibíd., 2008, p.205). Al analizar los espectáculos de murga, los textos de prensa y las respuestas orales a los cuestionarios de las entrevistas realizadas se procurará destacar aquellos aspectos del discurso que resultan relevantes para documentar la relación entre los textos y la noción de ideología adoptada. Se aplican asimismo nociones provenientes del conceptualismo artístico latinoamericano, en particular la categoría *manifiesto artístico* a partir de las miradas de Geymonat (2011) y Cippolini (2016) contextualizadas en el devenir latinoamericano siguiendo a Escobar (1998).

ii. Contexto económico-político-cultural

Uruguay, país pequeño y periférico, con una historia de fuerte dependencia externa, luego de sufrir la dura crisis financiera de 2002, buscó resolver sus problemas económicos diversificando sus productos y mercados de exportación y adoptando la tendencia global de apertura comercial y liberalización financiera (Notaro, 2015). Las políticas económicas y de desarrollo social aplicadas en la última década han sido consideradas exitosas, y hoy sus indicadores de desempeño muestran un país

fortalecido, que aspira a avanzar en sus capacidades productivas, distributivas y en las condiciones para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. No obstante, varios grupos políticos y colectivos sociales señalan la necesidad de avanzar hacia la equidad mejorando la asignación de partidas del presupuesto público, en particular fortaleciendo el gasto en educación, así como la atención a cuestiones ambientales que hoy son eje de contradicciones en relación al modelo productivo en aplicación. Estos cuestionamientos a la conducción del gobierno expresan una contraposición de concepciones al interior de la sociedad en relación con las prioridades que deberían orientar las políticas, y son elementos que previsiblemente surgen en los discursos expuestos en los espectáculos de carnaval. En este contexto de disputa entre concepciones diferentes acerca de la orientación que deben seguir las políticas que conducen al país, el carnaval opera como constructo que es a la vez constitutivo y constituyente en esta tensión. Por una parte vive procesos de transformación a la vez que de afianzamiento de sus prácticas tradicionales, habiendo recibido una tardía absorción como actividad cultural mercantil, fuente de ingresos turísticos, de empleo sazonal capaz de estabilizar economías familiares y de canalización de aspiraciones escénicas de muchos jóvenes inclinados a la danza, el canto, la actuación o la creación textual asociada a los géneros de carnaval. Por otra parte, recoge en los contenidos de sus espectáculos - en distinta medida - los vértices de la disputa de posiciones políticas e ideológicas, que se plasma en diversos cuestionamientos a la vida política y social, reconocidos como esencia de la picaresca que debe guiar sus presentaciones.

iii. Caracterización sucinta del carnaval espectáculo y de la murga

El carnaval espectáculo comercial de Montevideo es una manifestación cultural que se cristaliza en un marco mercantil donde el público paga una entrada (exclusión del consumidor a través del precio, condición natural de los bienes conocidos como privados, a diferencia de los bienes públicos o sociales que deben ser accesibles a toda la comunidad). Por su parte, las agrupaciones venden su espectáculo en los escenarios comerciales privados y en los populares barriales gestionados por las comisiones vecinales. Además, concursan en el *Teatro de Verano Ramón Collazo* donde también perciben ingresos por presentar sus espectáculos. En consecuencia, a la naturaleza cultural de la actividad se agrega su consideración como incipiente sector de actividad económica. Así, el carnaval espectáculo es tratado como atracción turística, y

consecuentemente, como motor de generación de divisas y de desarrollo económico. Él constituye un medio de vida para centenares de personas, y una fuente de generación de rentabilidad para algunas pocas de ellas.

Para participar en el carnaval las agrupaciones deben alinearse a las condiciones que caracterizan a alguna de cinco categorías: murga, parodistas, humoristas, comparsas de negros y lubolos, y revistas. Además, la agrupación debe estar organizada con un director responsable que esté agremiado y cotizando en DAECPU (Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos Populares del Uruguay), debe superar una prueba de admisión, y participar obligatoriamente del Concurso Oficial que evalúa -a través de un jurado- a cada espectáculo y premia económicamente a los conjuntos ganadores, en un proceso cuya televisación en años recientes por la misma empresa a cargo de la transmisión del campeonato de fútbol uruguayo de primera división (Tenfield S.A.) viene construyendo y reafirmando un discurso que progresivamente asimila el concurso de carnaval a una competencia deportiva con ganadores, fuertes inversiones para robustecer los aspectos del espectáculo que son valorados en el concurso (llamados “rubros”) y contratación de técnicos especialistas para su desarrollo, entre otros.

Si se considera su inserción en la vida social, el carnaval es una institución de fuerte arraigo en una parte de la sociedad montevideana. De tradición popular hasta la primera mitad del siglo XX, el carnaval contemporáneo ha sido caracterizado como *pollo desplumado*, en referencia a la pérdida de su carácter de fiesta de “misterio” y “descomedimiento” a favor de su circunscripción como espectáculo, que separa a artistas y espectadores (Vidart, 1997, p.20). Con los movimientos políticos y guerrilleros que resistieron al gobierno de derecha previo a la dictadura, en la década de 1960s, una de las categorías participantes del Concurso Oficial - la murga - se incorporó parcialmente a las nuevas tendencias sociales y culturales que reclamaban cambios políticos. Categorizada en el período previo a 1970 como *murga arcaica*, seguidora de una cosmovisión cíclica asociada a rituales míticos ancestrales capaz de “establecer un paréntesis de ilusión [...] a la dura cotidianidad” (Bayce, 1992 a), es posible reconocer en la década de los años 1970s un giro contundente en algunos discursos de murga, giro que Bayce sintetizó definiendo a la murga de este período concomitante con la dictadura como *murga moderna - murga mensaje*. Por entonces eran ya observables algunos signos de la tendencia - hoy consolidada - de

transformación de la fiesta en carnaval comercial. En ese marco, se instauró dentro de la categoría murga el estilo conocido como *murga-pueblo* (Lamolle, 2005, p.27) o *murga de protesta*. Alineada con una ideología de izquierda, este movimiento se dedicó a criticar al gobierno y la oligarquía y logró seguir presentando sus espectáculos burlando a la censura durante la dictadura (Fornaro, 2007, p.38). Históricamente el proceso que algunas murgas siguieron en dictadura sigue el itinerario señalado por Escobar (1998, p. 20): la metáfora, la crítica oblicua; ella no solo marcó posición política contra la dictadura, también contribuyó a generar una sensibilidad allí donde ella se encontraba entumecida.

Luego de la recuperación del régimen democrático en 1985 la murga retuvo su lugar como baluarte de las posturas críticas al gobierno, donde se sostenía viva una luz para los sueños de transformación social de algunos sectores de la población. No obstante, Bayce vaticinaba en 1992 que una tercera etapa de la historia de la murga se abría al terminar la dictadura: la *murga posmoderna* (Bayce, 1992 a), que propondría una síntesis de lo arcaico y lo moderno a través de una renovación de la tradición.

Luego de la periodización/clasificación de estilos que Bayce propusiera en 1992, dos hechos clave incidieron de forma contundente en el devenir de esta manifestación carnalera: la irrupción de murga joven y el acceso al gobierno del Frente Amplio.

En 1995 la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM) a través de su Departamento de Cultura, en asociación con el Taller Uruguayo de Música Popular (TUMP)³ comenzó a promover la formación de murgas de jóvenes en los barrios. En 1998 el movimiento de murga joven se había expandido y consolidado con la realización del primer Encuentro de Murga Joven (en adelante el *Encuentro*), que se repitió desde entonces año a año creciendo siempre (Fernández y Alfaro, 2009. Pp.124-131). En 2001 por primera vez se produce la participación de una murga proveniente del *Encuentro* – murga *La Mojigata* - en el Concurso Oficial de Agrupaciones de Montevideo, también conocido como *carnaval mayor*. Poco tiempo después otras murgas jóvenes seguirán sus pasos, entre ellas *Agarrate Catalina* (2003) y *Queso Magro* (2005). Estas tres murgas – originalmente murgas jóvenes – se consideran referentes de esta etapa por su

³ El TUMP se autodefine como una “institución cultural sin fines de lucro (registrada en el Ministerio de Educación y Cultura) que tiene como fundamental objetivo el desarrollo y la investigación de una pedagogía basada en la música popular uruguaya con un enfoque multicultural que incorpore a la misma los saberes de todas las músicas del mundo”. Disponible en: <http://www.tump.com.uy/core.php?m=amp&nw=Mjg3>, recuperado en 30/06/2017

participación sostenida en el tiempo, a diferencia de otras como *Demimurga* o *Los Cachila* que si bien fueron también precursoras, tuvieron vida corta en el llamado *carnaval mayor*. En 2001 se inicia un período en que las murgas con espectáculos más reconocidos y valorados provenientes del *Encuentro* se proponen probar suerte en el Concurso Oficial. La renovación de los espectáculos, el empuje en el interés de los espectadores jóvenes por el carnaval, el endurecimiento de la competencia por espacios relevantes en el Concurso Oficial y en las contrataciones que realizan los escenarios, son las dimensiones más visibles de la llegada de las murgas jóvenes al carnaval mayor.

Por otra parte, cuando en 2004 la coalición de partidos políticos que condensaba la ideología de izquierda más representativa en la ciudadanía triunfó en las elecciones nacionales, se registraron algunos debates respecto a las posibilidades de las murgas afianzadas en la identidad de la segunda etapa (*murga moderna*, *murga mensaje* según Bayce, *murga pueblo* según Lamolle), de mantener su identidad como *murgas de protesta* cuando había llegado al gobierno la coalición que esas murgas habían apoyado históricamente. A partir de allí es posible identificar varias líneas u opciones identitarias de las murgas, que predominantemente intentan mantener su perfil crítico sin atacar las decisiones de gobierno y apelando en cambio a cuestionar estereotipos vigentes característicos de la sociedad contemporánea, como el uso abusivo de dispositivos electrónicos de comunicación, la situación de los hijos de padres divorciados, el consumismo exacerbado, la sustentabilidad ambiental, el desarraigo de lo local o simplemente reservan el espacio de crítica para los partidos de oposición.

1. El ecosistema del carnaval

El carnaval montevideano opera con una institucionalidad donde las decisiones centrales se articulan entre el gobierno departamental a través de su Gerencia de Festejos y Espectáculos y la gremial de directores de agrupaciones. Otros actores relevantes del proceso son los propietarios de escenarios comerciales privados (cuya cantidad fluctúa en torno a cinco), las empresas que contratan publicidad en los escenarios y las agrupaciones (y los financian con sus aportes), los componentes y técnicos que ponen en marcha y son las caras visibles de los espectáculos, los trabajadores de actividades conexas (plazas de comidas de los escenarios, cuida coches,

vendedores ambulantes, periodistas de carnaval, etc.), las comisiones barriales que montan escenarios populares subvencionados con el fin de generar ingresos que sustenten la actividad social y cultural del barrio durante el año, el Museo del Carnaval, escenario gestionado por un fideicomiso paraestatal, y el público que sigue, apoya, comenta, critica y aplaude los espectáculos, pagando su entrada para verlos o accediendo a través de la tv.

Dado que los directores de agrupaciones tienen intereses comerciales asociados al carnaval, y trabajan en vínculo estrecho con los propietarios de escenarios que contratan a las agrupaciones, resulta natural asociar su rol con intereses privados comerciales.

Aunque buena parte del discurso prevalente en los espectáculos del carnaval está asociado a posiciones de izquierda y de apoyo a los sectores trabajadores y sus sindicatos, resulta llamativo que no existan agremiaciones de trabajadores de las agrupaciones. Si bien se produjeron años atrás intentos por promover la TACU (Trabajadores Asociados de Carnaval del Uruguay)⁴, no se pudo confirmar su existencia en fecha posterior a 2005. Si a este hecho se agrega la ausencia de transparencia en los contratos a componentes y técnicos de las agrupaciones, así como en los contratos publicitarios que financian los espectáculos, se infiere que el poder de los directores de agrupaciones alcanza tanto a su capacidad de incidencia en las decisiones de organización de la fiesta, como a su poder de negociación al contratar los recursos para poner en escena sus espectáculos. Si a la vez se tiene en cuenta que varios de los propietarios de escenarios privados han participado o participan de la dirección de agrupaciones, es sencillo concluir que existen evidencias de fuerte concentración de poder de decisión en las actividades rentables del carnaval. A modo de ejemplo, la Organización Juan Carlos Muiño que explota comercialmente el escenario del Club Malvín y el de la Rural del Prado ha sido co-propietaria también de parodistas Jacquets; Daniel Carluccio es director responsable de murga Curtidores de Hongos y del escenario Gigante del Buceo.

⁴ Como da cuenta por ejemplo la nota de prensa de 19/03/2004 de la red21: <http://www.lr21.com.uy/trabajo/136126-trabajadores-del-carnaval-formaron-sindicato>

i. La voz de los agentes privados

A partir de información relevada en prensa y en entrevistas a informantes calificados, se analizan a continuación algunos elementos presentes en el carnaval que permiten construir una interpretación acerca de la incidencia de los intereses comerciales de privados en él. A través de entrevista a un miembro de la Comisión Directiva de DAECPU se observan varios aspectos de la forma en que la organización interpreta el carnaval, y consecuentemente, de su acción como agente clave en las decisiones para su desarrollo.

En primer lugar se analiza la actitud hacia la fiesta y su organización: el dirigente de la agrupación de propietarios sostiene la idea de que esa institución es la que organiza y define todos los detalles de la actividad, excepto por la fecha del feriado de carnaval cada año, que difunde la IMM en función del calendario occidental internacional. En ningún momento menciona la disponibilidad de recursos financieros que pone en juego el gobierno departamental: los importes de premios monetarios a los desfiles, al Concurso Oficial, el pago de dos conjuntos por noche a cada escenario popular, todos rubros financiados enteramente por la IMM; tampoco señala la infraestructura material para el desarrollo del concurso (entre otros, el Teatro de Verano Ramón Collazo, propiedad municipal), o el pago de los contratos a los jurados, todos a cargo de la IMM. Por otra parte, el Reglamento que rige el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas 2017, aprobado según Resolución N° 492/16/8000 de la División Cultura de la IMM establece: “*El Carnaval Oficial organizado por la Gerencia de Festejos y Espectáculos del Departamento de Cultura de la Intendencia de Montevideo, en conjunto y acuerdo con Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos y Populares del Uruguay (D.A.E.C.P.U.), comenzará con...*”⁵ Esta disposición en aplicación contradice lo manifestado por el dirigente. Resultan interesantes los vocablos que utiliza el entrevistado para enfatizar la organización por la gremial: “programan”, “sortean”, “digitan” el carnaval. En el uso popular, el término “digitan” suele asociarse a señalar con el dedo en el sentido de elegir personas conocidas o amigas para ocupar cargos o ejecutar acciones en base a ese conocimiento y no a los méritos certificados para ser elegidos. Cabe preguntarse si el uso del término en este caso podría responder a una naturalización de formas de decisión no totalmente reconocidas o concientizadas

⁵ Artículo 1º, disponible en <http://www.montevideo.gub.uy/sites/default/files/biblioteca/reglamentodelconcursooficialdecarnaval2017.pdf>,

que se podrían producir al interior de la gremial. En segundo lugar se destaca la interpretación de la democracia en las decisiones de DAECPU. La institución está compuesta por los directores de agrupaciones, nuestro informante señala que ellas son alrededor de 120, que aportan una anualidad como condición para mantenerse en el padrón social. Sin embargo, los que participan de las Asambleas son aproximadamente la mitad, cifra similar a la de los conjuntos en actividad que participan del concurso oficial. Según surge de la web de DAECPU, la Comisión Directiva está integrada por 13 miembros, y otros 5 integran la Comisión Fiscal. Esto deja a alrededor de 40 directores activos fuera de las decisiones de gestión, pero, según señala nuestro entrevistado, ellos acompañan la gestión de esta Comisión Directiva sustentados en los éxitos logrados en el período de 10 años en el gobierno de la gremial. A la hora de conformar las listas para someter a escrutinio societal la gestión, viene operando – y aparentemente aceptándose con naturalidad- un mecanismo de lista única que puede responder tanto a la confianza en la gestión como a otras razones, por ejemplo, al impedimento a que se proponga una nueva lista. Esta posibilidad tampoco fue considerada por el entrevistado.

Por último, al abordar la posibilidad de obtener la gestión del teatro municipal Ramón Collazo para DAECPU más allá del período de carnaval y a lo largo de todo el año, se observa como elemento destacado el entusiasmo en el tono de voz y en las expresiones del entrevistado. Si bien su entusiasmo colide con lo manifestado en entrevista mantenida con el Gerente de Festejos y Espectáculos que descarta de plano la posibilidad de otorgar a un privado la gestión del teatro municipal, las esperanzas del representante de la gremial parecen centrarse en las gestiones directas que su presidente estaría realizando con una alta autoridad gubernamental, y a las posibilidades de acceder a financiamiento no reintegrable de organismos internacionales. Resulta interesante – aunque no innovador – la naturalidad con que se descuenta la obtención de apoyo gubernamental y del organismo multilateral obviando los objetivos de las decisiones que competen a uno y otro, asociadas con responsabilidades de promoción del interés colectivo en lugar de corporativo.

Otra perspectiva que permite interpretar una voz de los intereses privados se puede extraer de la nota de prensa *Un techo para mi teatro* (La diaria, 21/02/2014), cuando promediaba un carnaval severamente afectado por fenómenos climáticos, que condujeron a suspender varias etapas del Concurso Oficial y varias noches de escenarios

privados al aire libre. En el discurso del entonces Gerente General de DAECPU se señala el objetivo de la gremial de techar el Teatro de Verano Ramón Collazo para evitar suspensiones de fechas del concurso por las pérdidas económicas que ellas conllevan. La mirada del Gerente General resulta interesante respecto a que existen “*dos lados*” en torno a las decisiones de gestión del teatro: la gubernamental y la de DAECPU⁶. Cabe resaltar que el título de la nota analizada es un juego de palabras con el nombre de la organización dedicada al trabajo voluntario de recaudación de fondos para construir viviendas para sectores de bajos ingresos. La comparación resulta graciosa teniendo en cuenta que los beneficiarios del techo que se propone en la nota son los propietarios de las agrupaciones, algunos de ellos con alta capacidad de inversión de capitales para poner en escena sus espectáculos. Es también notorio el hábito discursivo que construye un paralelo entre el carnaval y el fútbol profesional, donde prevalece el criterio de competencia y de espectáculo generador de rentas por encima de otros fines sociales. Al proyectar cómo sería la administración del teatro que ejecutaría la gremial, el gestor señala como una novedad que estaría abierta la posibilidad de realizar espectáculos no carnavaleros durante el año. En realidad estos espectáculos se vienen realizando ya desde hace un buen tiempo. En la cartelera de programación visible en el despacho de la Directora del Teatro consta el detalle de programación para 10 meses al año, y sus actividades habitualmente trascienden a la cultura del carnaval, recibiendo artistas internacionales de gran convocatoria, como Joan Manuel Serrat, Lou Reed, Vicentico, Bryan Adams o Chuck Berry.

Resulta también provocador observar en la nota de prensa que el afán de los directores de agrupaciones para obtener la gestión del teatro con el fin de techarlo recibe opiniones contradictorias de los propios integrantes – e incluso de un director de agrupación. Ellos argumentan que techar el teatro e impedir suspensiones de etapas acortaría el carnaval para los demás escenarios, limitando la cantidad de actuaciones – más allá del concurso - que pueden conseguir los conjuntos y por lo tanto reduciendo las fuentes de ingresos de quienes trabajan en el carnaval.

Las afirmaciones del Presidente de DAECPU que recoge la nota del diario El País del 04/02/2017 *La torta del carnaval* resultan representativas para interpretar la mirada de la gremial acerca de la forma en que debe funcionar el carnaval y a quiénes compete

⁶ La nota expresa: “Explicó que la propuesta está planteada, y que si bien en un principio no tuvieron mucha receptividad en la IM, entiende que ahora existe voluntad política “de los dos lados”.

tomar las decisiones: "*Nosotros (DAECPU) decidimos quién entra y quién no, y somos nosotros quienes queremos que entren nuestros amigos*".

ii. La voz de los gestores de política pública

“La construcción del poder está hoy claramente vinculada a la gestión y, en particular, a la gestión de lo público, entendido como ámbito ineludible de actuación de la ciudadanía” (Uranga, 2016, p.190). Es interesante incorporar al análisis la mirada que la gestión de la Intendencia Municipal de Montevideo aporta sobre el carnaval, a partir de entrevista mantenida con el Gerente de Festejos y Espectáculos, Gerardo Reyes. Desde su perspectiva, la Intendencia se viene ubicando desde hace varios años en el rol de co-gestor de la fiesta, estrechando el espacio de la gremial de directores para tomar decisiones unilateralmente, promoviendo la asignación de recursos financieros hacia los barrios, en un esfuerzo por descentralizar el carnaval y por mantener más escenarios abiertos en el entendido que ellos son los que permiten que las agrupaciones pongan en escena sus espectáculos: si no hay escenarios suficientes, no hay contrataciones suficientes, no se justifica la inversión para “sacar” un conjunto “a la calle”. Esa línea discursiva y de acción fue ya relevada en 2013 en entrevista al entonces Gerente de Eventos Fernando González, con una perspectiva casi perfectamente alineada, respondiendo probablemente a definiciones del partido de gobierno municipal. El planteo de la gestión se presenta focalizado en la acción social, la transparencia, la viabilización de actividades, la eficiencia en la asignación de recursos evitando destinar presupuesto a acciones que no se vuelquen finalmente a la comunidad. En ese sentido, a lo largo de la entrevista estuvo subyacente permanentemente el esfuerzo por neutralizar o limitar las aspiraciones de la gremial por concentrar o mantener espacios de poder a los que sería propensa. No obstante, en todo momento estuvo claro el cuidado por no agredir ni violentar el respeto hacia las contrapartes de la negociación cotidiana. Esto parece responder al enfoque que el Gerente hace de su trabajo, reconociendo que el suyo es un rol donde la capacidad de negociación y la política - en el sentido de hacer posible lo que no lo parece - resultan claves para el éxito de la gestión. Los puntos de vista personales del entrevistado emergieron pocas veces y por lapsos cortos. En general, se mantuvo alineado a un discurso promotor de la gestión que cumple, del trabajo de su equipo y de su partido. Por comparación de sus expresiones sin embargo es fácil observar que al hablar de las reuniones con la Comisión organizadora del

Carnaval de las Promesas (actividad que se realiza en diciembre con agrupaciones juveniles e infantiles) grupo con el que el entrevistado manifestó enfáticamente su confort para trabajar, resaltan las dificultades en la interacción con otros colectivos. Resulta interesante la evasiva del entrevistado a responder acerca de la necesidad de que los trabajadores de los conjuntos del carnaval mayor se sindicalicen. Esto indicaría la posible existencia de elementos a profundizar a futuro sobre el tema, antigua y postergada aspiración de los componentes. En la nota de prensa citada (*La torta del carnaval*) se incluyen declaraciones del periodista radial y televisivo de carnaval Marcelo Fernández señalando esta asimetría notoria en la capacidad de negociación de los componentes. El propio Gerente de Festejos y Espectáculos, cuando señalaba estar hablando a nivel personal ponía en juego situaciones de riesgo que enfrentaba en su pasado como murguista en escenarios que no garantizaban la seguridad física de los artistas. Este tema parece ser un tópico natural a defender a través de una gremial, pero al responder al tema como gestor de política pública su actitud se volvió evasiva.

Por otra parte, en entrevista a autoridad responsable del Teatro de Verano Ramón Collazo, se hizo hincapié en los aspectos culturales, de desarrollo territorial y de seguridad ciudadana de la gestión. En estas dimensiones también es posible identificar una confrontación no con DAECPU por lograr delimitar las acometidas de la gremial cuando se entiende que pueden avasallar los derechos de los ciudadanos. En cuestiones de gestión de espacios en el Teatro, seguridad de peatones, control bromatológico, el discurso de la gestión presenta el rol público como defensor de los derechos de los ciudadanos que son subyugados por intereses comerciales en la acción de los directores privados. Resultó un aspecto muy llamativo de la conversación la dificultad para responder a la consulta acerca del control de la taquilla del teatro durante el carnaval. Hay aquí otro aspecto a profundizar en relación a las condiciones de producción.

2 .Murga La Mojigata como caso de análisis

Se analiza la propuesta estética y política de la murga *La Mojigata* participante del carnaval montevideano en 2017 en el entendido que ella puede ser considerada un corpus donde observar una narrativa con fuerte componente político, con una identidad que ofrece aspectos comparables con el concepto de manifiesto artístico que toma

distancia de objetivos comerciales, siguiendo la definición de Demers y Mc Murray de 1986, que entiende al manifiesto como “*discurso programático que marca una ruptura con lo establecido, ya sea en el campo político o artístico*” (Geymonat, 2011, p.4). Esta agrupación nacida como murga joven en 1999 pasó al *carnaval mayor* en 2001, pocos años antes del triunfo electoral del Frente Amplio. Caracterizada por un perfil propio fácilmente discernible de los demás espectáculos murgueros, se revisan algunos de los aspectos que la identifican y singularizan, en el entendido que ellos permiten debatir acerca del posicionamiento de esta murga como agente transformador, así como situar el rol del conflicto y el cambio social en su propuesta artística.

Se sostiene que esta murga alimenta un posicionamiento crítico como acción estética y política. Si bien el análisis se centra en el espectáculo 2017, un elemento importante del derrotero de la murga es su persistente ubicación en una mirada crítica en torno a algunos aspectos destacables en la sociedad uruguaya, recuperando recurrentemente al transcurrir los años algunos tópicos donde hacer foco como el mismo carnaval, la educación en Uruguay, la cultura, la discriminación, que definen su mirada y observados en su conjunto remiten a la noción de manifiesto artístico, observado desde una perspectiva derivada del concepto de revulsión. La renovación año a año de los espectáculos permite observar aquellas cuestiones donde la murga señala conflictos recurrentes, a la vez que observar otros emergentes en momentos específicos: por ello la aplicación del concepto de *manifiesto* se realiza como una entidad “en construcción” en el entendido que él está vivo y en permanente situación de incompletitud y elaboración.

i. La acción política desde la diferencia

Se sostiene que el perfil diferenciado de murga *La Mojigata* se delinea a contraluz de la mayoría de los otros espectáculos en función de su persistente tono de crítica: a sí misma como murga, al público, a la cultura, a algunas figuras políticas y a ciertos patrones de conducta estereotipados en Uruguay. Esa crítica contrasta con otros estilos de murgas donde se observa por ejemplo la importancia asignada a una fuerte inversión financiera para asegurar valoraciones sobresalientes en el Concurso Oficial (lo que

suele denominarse “cubrir rubros”⁷) desatendiendo en cambio los contenidos políticos – en el sentido de críticos o comprometidos con la realidad en que ellos nacen- de los espectáculos. De esa forma, puede interpretarse que éstos estarían priorizando consideraciones diferentes de aquellas asociadas a la cultura popular inclusiva y subvertidora que está en el origen del carnaval como tradición cultural.

La Mojigata se ha caracterizado por ofrecer espectáculos con una inversión económica modesta, más apoyados en la creatividad que en el lujo de los materiales del vestuario o en el destaque de solistas cuyas voces los convierten en integrantes de alto caché. *La Mojigata* es una murga cooperativa que se organiza a través de comisiones que resuelven tanto los aspectos creativos como de gestión. En 2017 además inauguraron su forma de financiamiento a través del *crowd funding* o micro mecenazgo, modalidad que ella introdujo en el carnaval, y que ya está ampliamente difundida en la producción audiovisual. Financiándose con el aporte de los simpatizantes y amigos de la murga, lograron “*salir*” (montar su espectáculo) sin depender de ninguna empresa auspiciante (el auspicio empresarial es la modalidad que utilizan todos los demás conjuntos para financiar sus espectáculos). Esta identidad única en la organización se refleja también en los espectáculos que ofrece, medidos en los costos de montaje en que incurren, aunque generalmente asegurando giros inesperados y originales. Esta característica diferenciada de la murga condujo a considerarla como referente por su condición interpelante y revulsiva, situada representativamente en uno de los polos que quedan determinados por las fuertes asimetrías del carnaval: sin éxito jamás en el Concurso Oficial, sin financiamiento empresarial, sin grandes públicos seguidores de su propuesta, aunque sí consolidada como un grupo de culto entre el público universitario y los sectores asociados a la cultura y aquellos políticamente más críticos. Murga rechazada tradicionalmente por la mayoría de los comentaristas de carnaval, hoy sin embargo se perciben algunos indicios de que la crítica va acercándose lentamente a valorar su propuesta, indicios visibles a través de los comentarios favorables a sus textos, e incluso apreciando positivamente su interpretación escénica (factor

⁷ Cubrir rubros es una expresión de la jerga carnalera que refiere al esfuerzo de las agrupaciones por anticipar lo que los jurados considerarán un buen desempeño en los rubros valorados en el Concurso, asociado con frecuencia a inversiones financieras de cierto porte. La Mojigata ha sido históricamente cuestionada por su desinterés por lograr buena valoración en el rubro 1 Arreglos corales, voces y musicalidad.

generalmente cuestionado a la murga por su forma de cantar poco afiatada y con volumen poco potente)⁸.

ii. ¿Subversión de paradigmas en el Concurso Oficial?

Se propone a continuación profundizar en la caracterización de algunas tendencias recientes del carnaval uruguayo como prácticas hegemónicas para comparar con ese paradigma la propuesta artística de *La Mojigata*. Consistentemente con la tendencia global de las industrias culturales y su absorción por la esfera mercantil, el carnaval espectáculo ha pasado de ser una manifestación cultural desarrollada en los barrios y para los vecinos de esos barrios, a transformarse en una actividad comercial fuente de ingresos para directores de agrupaciones, propietarios de escenarios privados, emisoras de TV y radio, componentes de las agrupaciones, técnicos especialistas en los rubros del concurso, periodistas de carnaval y trabajadores de productos comercializables en los escenarios (alimentos preparados y bebidas fundamentalmente). En este contexto, los espectáculos se producen y desarrollan en busca del éxito comercial y en la competencia por los premios del Concurso, produciéndose una simbiosis entre rentabilidad económica de las agrupaciones y su ubicación en la compulsa oficial que poco parece compartir con la concepción de arte como acción política. En el carnaval los espectáculos obtienen por parte del mercado un reconocimiento oficializante. Y aquellos que no lo reciben deben acostumbrarse a la idea de no obtener tampoco el reconocimiento en el Concurso. Además, y en línea con la incorporación en años recientes de las transmisiones televisivas del Concurso por un canal de suscripción, aquel ha sido naturalizado como si se tratara de una competencia deportiva en un proceso que establece múltiples paralelismos entre el campeonato de fútbol uruguayo de primera división y el carnaval. Las expresiones futboleras de uso corriente difundidas principalmente a través de la emisora que transmite los dos eventos resultan elocuentes al respecto: *murga campeona* (refiriendo al triunfador del Concurso oficial), *liguilla* (referido a la rueda de ajuste del concurso), *aguante de la hinchada*, entre otras.

Por oposición a esta construcción de subjetividad en torno al carnaval, las llamadas *murgas jóvenes* emergidas del *Encuentro* que promueve el Departamento de Cultura de

⁸ Véase por ejemplo los comentarios de Gabriel Méndez en *La República* del 25/01/2017, Guzmán Ramos en *El país*, 12/02/2017, Marcelo Fernández en *Subrayado* 13/02/2017, disponibles en los sitios web de esos medios de comunicación

la Intendencia Municipal de Montevideo cada año en meses previos al carnaval, suelen buscar expresividades alternativas. En particular, *La Mojigata* nacida como murga joven hoy en el carnaval mayor, cuestiona lo instituido en el carnaval: el derecho de admisión, el partido de gobierno, la insuficiencia de recursos financieros para la educación pública, así como ideas que suelen ser reafirmadas por los medios de comunicación masiva como el concepto de menores infractores, la violencia como principal preocupación de la ciudadanía, los afanes consumistas de la sociedad contemporánea. A la crítica duramente plasmada en los textos la complementa con su actitud desinteresada ante las exigencias del Concurso Oficial, sus ineficiencias de gestión del espectáculo (las decisiones colectivas que se procesan con el tiempo que esa modalidad necesita y no siempre están acordes a los tiempos que la compulsa exige).

A modo de ejemplo de lo postulado arriba se puede observar el cuestionamiento a la propia identidad del carnaval como espectáculo comercial privado:

- “*Ser la fiesta del pueblo, ser la manifestación / que se reserva el derecho de admisión*” (*La Mojigata*, Presentación 2017).
- “*No hay carnaval que no ande mal / Comiendo arroz, vendiendo bacanal*” (*La Mojigata*, Bajada 2005).

Temas reiterados en su repertorio refieren a una concepción de cambio cultural que interpela al público:

- “*Cultura no es un mate, es tu cabeza*”... “*Yo soy tu cultura pueblo, y tu identidad pueblo/ Soy inteligente pueblo tengo creatividad/ Y si no te das cuenta tenés que ir a facultad*” (*La Mojigata*, cuplé de Tinelli, 2006);

al debate sobre la educación:

- “*La maestra de Jaimito lo invitó a su apartamento/ La maestra fue a bañarse Jaimito quedó contento/ Después de algunos minutos, la maestra en un momento/ reflexionó con Jaimito el tema del 6% / Que la educación del pueblo no la arreglarán con cuentos*” (*La Mojigata, ¿qué quiere que canten las murgas?* 2017).

Siguiendo la contraposición que plantea Davis (s/f, p.7) entre *acción* y *contemplación* puede postularse que las contradicciones del carnaval, de la distribución de recursos, del público y sus opciones culturales son señaladas por la murga como acción interpelante, quebrando la separación entre vida y arte.

iii. *La Mojigata* como intervención

Siguiendo la concepción de Uranga (2012, p.5) sobre la categoría *intervención*, no existe disociación entre quien interviene en un contexto social y quien es su objeto de intervención, dada la imbricación de uno en el otro y su mutua construcción desde diferentes modalidades de participación. Podríamos decir que la murga está compuesta por murguistas que son parte del mismo territorio donde la murga canta y expone su espectáculo. Uranga (2012) señala la necesidad de que la participación de quien interviene sea anticipada por la necesaria reflexión diagnóstica acerca de la situación que quien se propone la intervención debe asegurar. Ese diagnóstico puede ser interpretado como el proceso de varios meses de duración en que la murga gesta su espectáculo de carnaval. Ella construye el diagnóstico acerca de aquellas cuestiones a las que se propone cantar en el territorio del carnaval. Ese territorio queda definido para *La Mojigata* como “*la fiesta del pueblo, la manifestación que se reserva el derecho de admisión*”. De ese modo ya en el punto de partida al definir subjetivamente el territorio en que actúa, la murga expresa una mirada crítica acerca de las condiciones de exclusión del espectáculo: quien no paga la entrada no accede. El diagnóstico previo es condición de posibilidad para la práctica en el escenario. En este caso, el espectáculo se construye en torno a ese diagnóstico de mirada cuestionadora que la murga construye. En una interpretación restringida podemos considerar que el escenario de intervención de *La Mojigata* es el público que asiste a los espectáculos de carnaval, produciéndose el diálogo entre el territorio del carnaval y el contexto social en que él se inserta. Sin embargo, si consideramos la interacción discursiva que la murga construye, podemos postular que su acción se dirige a la sociedad entera, y a ella le habla de la categoría *pueblo*. Por ejemplo, en el fragmento: “*Este año el pueblo despertó, ya sabe lo que quiere*” (Presentación 2017 y leitmotiv en todo el espectáculo), establece cuál es el objeto sobre el que canta la murga: *el pueblo*. Este objeto que –siguiendo a Uranga cuando cita a Carballada –se delimita por lo real, lo imaginario y lo simbólico (Carballada 2008, p.80, citado en Uranga 2012) condensa en su interior una larga historia de significaciones en el carnaval uruguayo como territorio al que se dirigían los discursos contestatarios, las búsquedas de identificación de agrupaciones con su público, y más recientemente - a partir de las estéticas de la murga joven que parodian a la murga de protesta - la burla hacia las ridiculizadas “*murgas de combate*”, aludiendo a las “*murgas mensaje*” de Bayce. La murga joven se constituyó así como escenario con

una mirada renovada acerca del territorio del carnaval. En ella, las tramas simbólicas que ha ido construyendo La Mojigata dan cuenta de una manera de entender el territorio del carnaval cargada de tensiones con el constructo tradicional o generalmente aceptado como “el carnaval uruguayo”. El recorte de *La Mojigata* ha sido cuestionado por su forma desavenida de plantarse en el territorio: no se esfuerza por cubrir rubros, no construye un discurso de amor al carnaval, por el contrario, una de sus marcas identitarias es su persistente cuestionamiento al Concurso Oficial, a la mercantilización del carnaval y a las diferencias que se establecen entre el Teatro de Verano, los escenarios comerciales y los escenarios populares.

Murguista 1 - Frente a la pregunta qué le pareció la murga? El pueblo contestó

Murguista 2 - Yo la ví en el Teatro de Verano, ¡muy lindos los gorros en la despedida!

Murguista 3 - Yo la ví en el Velódromo, ¡no sabía que tenían gorros en la despedida!

*Murguista 4 - Yo la ví en el tablado municipal, ¡no sabía que tenían despedida!*⁹

(La Mojigata, Presentación 2017)

La construcción de sentidos de *La Mojigata* no parece apuntar al ejercicio del poder desde las ganancias que pueden ofrecer recetas provechosas y conocidas, que en las murgas pueden verse en planteles de voces potentes y reconocidas por el público, vestuarios de diseño lujoso, textos que se ubican en posiciones equilibradas asegurándose de no desagradar o interpelar al público. Por el contrario, se ubica desde un lugar identificado con los mismos sujetos a los que se dirige: *Y al final esta voz del pueblo se marcha, siendo solo una voz más* (Retirada 2017); y desde allí se critica a sí misma, a la actitud de la familia con sus niños, al sistema educativo:

yo te canto como si fuera un luchador social/ Pero vos sabés muy bien que eso es mentira / Esa mentira vos y yo la debemos sostener pa que siga el carnaval

...

Se miraron frente a frente la familia con la escuela /Se miraron frente a frente la familia con la escuela / El niño de mensajero con el cuaderno viajero

⁹ El Teatro de Verano es la sede donde se desarrolla el Concurso Oficial de agrupaciones, el Velódromo es un escenario comercial, los tablados municipales son iniciativas de vecinos organizados de barrios periféricos que montan un escenario de carnaval con entrada subsidiada, cuentan con apoyo financiero del gobierno departamental. Las agrupaciones tienden a cuidar más las actuaciones en el primero y los segundos, relegando los espacios barriales o dedicándoles menos esmero en la representación.

*¡Quiero brindar por la gente sencilla! / Para educar, pa' eso está la familia/
Vamos a ver, la tarea no es nuestra / Ese deber hacelo con la maestra*

(La Mojigata 2017, fragmentos varios)

iv. Más allá de la representación

En 2017 la murga canta al despertar del pueblo, burlándose de las encuestas de opinión para ironizar acerca de las formas en que algunos medios masivos – probablemente refieran a los noticieros televisivos, aunque nunca está dicho específicamente – manejan las encuestas de opinión, los reportajes al ciudadano en las calles, la opinión pública.

Yo te digo qué es lo que vos pensás, me pagan para eso

...

Porque vamos a decir todo lo que vos pensás /No se trata de dar nuestra opinión

si somos la voz del pueblo te debemos preguntar/Pa' ser fieles a lo que pienses vos

¿En qué momento de la historia en particular/ Considera que el pueblo despertó?

(La Mojigata, Presentación 2017)

Escobar (1998, p.5) resumía cómo los antiguos artistas guaraníes comenzaron su expresión copiando el prototipo colonial y terminaron desmontando el sentido del prototipo. Igualmente *La Mojigata* aprendió a ser murga con los moldes clásicos de la década de los años 1990s, y luego se desprendió de ese corsé para construir su acción estética política a partir del compromiso emancipatorio que la autonomizaba de aquello que le había otorgado su esencia como murga originalmente. Otras murgas jóvenes no lograron – o no se propusieron - desprenderse de aquellos *topoi* o lugares comunes que caracterizan a la murga. Así, puede decirse que *La Mojigata* se ha propuesto trascender tal como lo plantea Escobar (1998, p. 5): “*sacudir la sensibilidad pacata*” buscando una expresividad a partir del cuestionamiento. Si tomamos la comprensión del mismo Escobar acerca del modelo dicotómico moderno, podemos observar disyuntivas modernas en el espectáculo 2017: la contraposición entre lo público y lo privado, el par ideología y gestión, los valores y su ausencia, todos ellos tópicos centrales en el planteo del espectáculo.

-  *Se miraron frente a frente lo público y lo privado/Uno a todos contiene y otro a los que le conviene / Ay qué deshonesto comparar con lo mismo lo que es opuesto*
-  *La ideología y la gestión se miraron frente a frente /Una era equilibrada la otra estaba re caliente/...La gestión se está asustando y/la ideología corre y nunca llega/ Fueron por un hombre nuevo y/lo que trajeron fue un nuevo inversor/Atrás de cada gestión siempre hay una ideología/ Y a mucha revolución la asustó la realidad*
-  *Es nuestro gran problema del siglo XXI/ No busque más valores que no queda ninguno/Lo dicen las señoras, lo dicen los señores/ Los valores de antes eran mucho mejores*

(La Mojigata, 2017, fragmentos varios)

Siguiendo a Escobar se puede postular que las estrategias estéticas de *La Mojigata* disputan los espacios instituidos de la modernidad, desde un lugar próximo a una hibridez de la globalización posmoderna (Ibíd., p.32). Esto se observa naturalmente en una sociedad donde no son visibles manifestaciones puramente locales sino que por el contrario es heredera de una cultura colonial y aluvional europea, de la que sólo se distingue con cierta claridad la identidad afro descendiente. En ese contexto los impulsos de la globalización posmoderna parecen naturalizados y su absorción resulta necesaria para sostener la comunicación con el público. ¿Es posible ignorar la música que escucha, los audiovisuales que mira, las modas que sigue el público en su vida cotidiana? No obstante, puede señalarse que habiéndose adaptado a esta hibridación global, *La Mojigata* no parece disputar con fuerza el espacio instituido de la modernidad representado por el Concurso Oficial: forma parte de él porque es condición de posibilidad para estar presente en el carnaval, pero sus avatares no parecen ser trascendentes para ella, como se verifica con su sostenida indiferencia a las valoraciones del Concurso.

Puede sostenerse que el Manifiesto de oposición es la línea discursiva en el tiempo de esta murga. Sin embargo, es posible distinguir en el espectáculo 2017 algunos incipientes espacios de complicidad con el público, por ejemplo en una búsqueda más clara del humor y reduciendo los espacios para el manifiesto identitario de oposición (Geymonat, p.4).

El *Manifiesto* como agente que muta el canon (Cippolini, 2012, p.3) en *La Mojigata* es un intento constante que siempre choca con lo instituido del concurso, con la indiferencia de jurados, comentaristas y algunos públicos que no atienden ni intentan comprender la propuesta. Desde esta perspectiva esta murga se sitúa como el más fuerte representante de la mutabilidad del canon, o del esfuerzo por lograr su mutación, entendiendo el canon como un paradigma artístico que está vivo, que cambia, enfrentado a un carnaval que se propone apenas renovar esquemas estéticos pero renuncia persistentemente a renovar los patrones ideológicos.

El saqueo del manifiesto (Cippolini, p.5) de *La Mojigata* trae elementos del pensamiento filosófico de este tiempo, que en general es ajeno al carnaval. Así, la provocación al “arte” vigente (Ibíd., p. 6) se observa como un manifiesto que cuestiona lo instituido:

Ay qué soledad, la libertad viene en frasquito / Comenta el Uruguay: mientras sonríe ahoga un grito/ Qué triste que es saber que le mentimos a uno mismo/ Cultura no es un mate, es tu cabeza / No hay mate sin un cebador, no hay tele sin espectador / No hay carnaval que no ande mal, comiendo arroz, vendiendo bacanal/ ¡Cómo demoran las mudanzas, en las cabezas!"

(*La Mojigata*, Bajada, 2005).

v. La activación del público como práctica revulsiva

Se postula que la indiferencia que manifiesta *La Mojigata* hacia la competencia del Concurso Oficial es una forma de construir su Manifiesto estético. Así, se sostiene que esta forma de ubicarse en el carnaval sigue una consigna comparable a la de Edgardo Antonio Vigo cuando – según señala Davis (s/f p.1) proponía recuperar el sentido de los objetos desprendiéndolos de su intencionalidad funcional como tales para empujar al espectador a re valorizarlos desde su intencionalidad estética. Si la funcionalidad sistémica del objeto Concurso Oficial implica adherir a ciertas formas de cantar, de diseñar vestuarios ostentosos, de construir textos efectistas, *La Mojigata* desnuda al objeto de esa funcionalidad para otorgarle la intencionalidad estética de constituirse en una mirada que trasciende el límite de lo aceptado, aceptable y políticamente correcto, cuestionando aquello que la subjetividad del territorio del carnaval acepta como su propia esencia. Así, no esforzarse por alcanzar posiciones de privilegio en el concurso,

no aspirar a convocar a públicos numerosos, no buscar sistemáticamente una complicidad fácil y recurrente con el público (salvo la incipiente excepción señalada en 2017), sino interpelarlo sin descanso, quebrando sistemáticamente los locus de identidad compartida entre público y murga, son la forma de señalamiento y revulsión de *La Mojigata*. Es su forma de deslegitimar el rol del artista de carnaval y de su público. Años atrás *La Mojigata* planteaba esa dicotomía entre público y murga como la dualidad entre los murguistas y la “gente [que está] para aplaudir” (*La Mojigata* 2008, La crisis demográfica). Además de asignar al público un rol meramente legitimador de los espectáculos – asimilable a la noción de público masa desarrollado por la Escuela de Frankfurt -esta expresión destaca la distancia entre público y murga, se esfuerza por marcar que existen dos lados del carnaval que están claramente delimitados, desdibujando el discurso funcional tradicional tantas veces expresado en los espectáculos de otras murgas, como por ejemplo: “murga es pueblo ingenio y risa” (*Milonga Nacional*, retirada 1968), “Araca es la murga compañera de un pueblo que construye su senda verdadera” (*Araca la Cana*, Retirada 1973), “murga del pueblo reina si reina el pueblo que es su esperanza” (*Reina de la Teja*, saludo 1981), “que la Falta no se marcha porque es parte de la gente” (*Falta y Resto*, Retirada 1982).

Esta ruptura a lo instituido que plantea *La Mojigata* da cuenta de una evolución del carnaval que también certifica su vitalidad al pasar el tiempo. Si el carnaval uruguayo ha tenido su panteón de los héroes, hoy mantenerlo vivo puede implicar también romper con esas líneas tradicionales que construyeron un simbolismo murguero representativo de una modernidad de la izquierda uruguaya que hoy probablemente ya no refleje más que a una limitada porción del público.

No, no te puedo decir / Qué estás pensando, amando, sintiendo/ Yo no soy vos

(La Mojigata 2017, Retirada)

Conclusiones

El arte como acción política, como propuesta removedora que desestructura roles, que desborda lo previsible, que interpela al público y lo hace naufragar en el desasosiego congelando una sonrisa que la misma representación acaba de desatar. La murga *La Mojigata* ha ido construyendo su manifiesto estético y político a partir del

cuestionamiento de aquella esencia murguera que le enseñó a ser lo que es. En el escenario (literal y contextual) que esta murga construye y arroja al público, la *transgresión* que parece esencial al carnaval ha ido perdiendo su condición de tal para transformarse en una *progresión* donde el ingenio está dirigido hacia la aceptación dentro de cánones reconocidos, legitimados, afianzados y robustecidos por un mecanismo de selección mercantil, seguidor entusiasta de tendencias globales de mercantilización y apropiación de la cultura como fuente de generación de ingresos, imán que convoca al capital que luego se convierte en instaurador de condiciones de producción que priorizan la productividad de la inversión por encima de otras condiciones.

Desde el lugar que esta murga toma, la crítica a lo instituido es búsqueda de reconocimiento de conflictos, necesidad de cambio social, de renovación y de abandono de esquemas inerciales que no estarían permitiendo desnaturalizar aquellos aspectos de la realidad que la murga se niega a aceptar en la sociedad a la que pertenece. Contraponiéndose a los topoi, señalando mediante una crítica oblicua y metafórica, el *Manifiesto* de la murga – su estatuto artístico identitario - exige al público que se detenga a considerar las inconsistencias del carnaval, de la sociedad, de la asignación y distribución de recursos entre los distintos fines que pugnan por ellos, de la familia, de lo que entendemos por cultura, y más que nada, de lo que es y representa la propia murga.

Las prácticas concretas de esta murga nos proponen, parafraseando a Cimadevilla, una comunicación para el cambio social que no es comunicación para el desarrollo al proponerse consecuencias desestructurantes y no meros discursos optimistas (Cimadevilla 2007, p.5).

Así, *las preguntas más hermosas* que formula la murga solo encontrarán respuesta en cada participante del público que asuma la interpelación que ellas desatan, las busque desde el cuestionamiento, el reconocimiento de contradicciones y la persecución constructiva de alternativas esquivas a lo instituido como camino de transgresión.

Bibliografía

Alfaro, Milita. 2008. *Memorias de la bacanal: vida y milagros del carnaval montevideano (1850 - 1950)*. Montevideo: Banda Oriental

Alonso, Mariela. 2016. “El sistema de las artes y la primera modernidad en América latina: la construcción de un arte nacional”, *Cuaderno de Cátedra*, pp. 42-47.

Bayce, Rafael. 1992a. “Y el pueblo vuelve a soñar”, *Semanario Brecha* 27/03/1992, pp. 16 y 17.

----- 1992b. “Carnaval. Fiesta, fantasía, catarsis, inversión de status, control”, *Cuadernos de Marcha*, Tercera época AÑO VII, N° 69, Marzo de 1992, pp. 13-20.

Chouitem, Dorothée. 2011. *Una nueva politización de la murga. 1981-1984. La reapropiación de una palabra demasiado tiempo confiscada*. Recuperado de: [http://www.encuru.fhuce.edu.uy/index.php?view=article&catid=24%3Anumero-4-seccion-imaginarios-y-critica-cultural&id=62%](http://www.encuru.fhuce.edu.uy/index.php?view=article&catid=24%3Anumero-4-seccion-imaginarios-y-critica-cultural&id=62%3Anumero-4-seccion-imaginarios-y-critica-cultural)

Cimadevilla, Gustavo. 2007. *Estado del arte. Trayectos y grises de las teorías y de las prácticas en comunicación y desarrollo*. Seminario internacional Comunicación y Desarrollo, INTA, Buenos Aires.

Cipollini, Rafael. 2016. “Introducción”. En Ed. Adriana Hidalgo, *Manifiestos argentinos. Políticas de lo visual, 1990-2000*, pp. 7-10.

Cipriani, Carlos. 1994. *A máscara limpia. El Carnaval en la escritura uruguaya de dos siglos. Crónicas, memorias, testimonios*. Montevideo: Banda Oriental

Davis, Fernando s/f *Prácticas “revulsivas”. Edgardo Antonio Vigo en los márgenes del conceptualismo*. Recuperado de: <http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/sistemaeducativo/educacionartistica/34seminarios/htmls/descargas/bibliografia/problematicas-arte/4-Davis.pdf>

Escobar, Ticio. 1998. *Las otras modernidades. Notas sobre la modernidad artística en el cono Sur: el caso paraguayo*. Recuperado de <http://servidor.esteticas.unam.mx/edartedal/PDF/Queretaro/complets/TicioEscobar.PD>

Fernández, Marcelo y Alfaro, Milita. 2009. *Carnaval a dos voces. El fenómeno de la CATALINA y otras polémicas*, Montevideo: Medio & Medio Ed.

Fornaro, Marita. 2007. *Repertorios de la murga hispano uruguaya: del letrista a la academia*. Escuela Universitaria de Música, UdelaR. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2925708.pdf>

- Geymonat, Analía.** 2011. *El manifiesto artístico en Latinoamérica. Su narrativa textual e histórica*. Recuperado de: <http://revistas.unlp.edu.ar/PLR/article/view/341>
- Goodwin, Charles y Duranti, Alessandro.** 1992. *Rethinking context: Language as an interactive phenomenon*, Great Britain: Cambridge University Press.
- Halliday, M.A.K.** 1982. *El lenguaje como semiótica social*, Méjico: FCE.
- Lamolle, Guillermo.** 2005. *Cual retazos de los suelos. Anécdotas, invenciones y meditaciones sobre el carnaval en general y la murga en particular*, Montevideo: Trilce.
- Notaro, Jorge.** 2015. *La economía del Uruguay 1998–2014. Caracterización e hipótesis explicativas*. Recuperado de: www.academia.edu/18641192/La_econom%C3%ADa_del_Uruguay_1998_2014._Caracterizaci%C3%B3n_e_hip%C3%B3tesis_explicativas
- Taylor, Steve y Bogdan, Robert.** 1987. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*, Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.
- Tusón Valls, Amparo.** 2002. “El análisis de la conversación: entre la estructura y el sentido”. En Universidad Autónoma de Barcelona, *Estudios de Sociolingüística* 3(1), 2002, pp. 133-153.
- Uranga, Wáshington.** 2016. *Conocer, transformar, comunicar*. Buenos Aires: Patria Grande
- 2012. *Intervenir. Reflexiones desde la comunicación*. Recuperado de <http://tallerdeprocesos.blogspot.mx/p/materiales.html>.
- Van Dijk, Teun.** 1999. “El Análisis Crítico del Discurso”. En *ANTHROPOS* (Barcelona) 186, septiembre-octubre 1999, pp. 23-36.
- 2008. “Semántica del discurso e ideología”. En *Discurso & Sociedad*. Vol. 2(1) 201-261.
- Vidart, Daniel.** 1997. *El espíritu del carnaval*. Montevideo: Banda Oriental.
- Voloshinov, Valentín.** 1930. *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- White, P.R.R.** 2000. *Overview of Appraisal*. traducción de Elsa Ghio, disponible en <http://www.grammatics.com/appraisal/>

Sitios web consultados:

www.lasmurgas.com

www.subrayado.com

<http://www.elpais.com.uy/que-pasa/manda-fiesta-torta-carnaval.html>

<https://ladiaria.com.uy/articulo/2014/2/un-techo-para-mi-teatro/>

www.larepublica.com