

**UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA**  
**Tesis Licenciatura en Sociología**

**Andamiaje económico de las murgas uruguayas en el  
contexto del concurso oficial de agrupaciones carnavalescas**

**María Eugenia Rodríguez Montossi**

**2008**

# Índice

---

---

1. Introducción	3
2. Marco Teórico	4
<b>2.1 Concepto de Cultura</b>	4
2.1.1 <i>Concepto Sociológico de cultura</i>	4
2.1.2 <i>Concepto Antropológico de cultura</i>	5
<b>2.2 La cultura según Malinowski</b>	5
<b>2.3 Una mirada desde Geertz</b>	6
<b>2.4 Concepto de Murga</b>	7
2.4.1 <i>Durkheim: la división social del trabajo murguero</i>	7
2.4.2 <i>Parsons: la comunicación del afecto.</i>	8
2.4.3 <i>E. Goffman: La fachada del murguista.</i>	9
2.4.4 <i>Adorno y Horkheimer: "Industria cultural"</i>	10
2.4.5 <i>W. Benjamín: El aura de la obra de arte</i>	11
2.4.6 <i>Las artes después de 1950: posmodernidad y después</i>	12
<b>2.5 Cambios en la murga</b>	13
2.5.1 <i>Cambios tecnológicos.</i>	13
2.5.2 <i>Rubros: ¿medios para el espectáculo, o un fin en sí mismo?</i>	14
<b>2.6 "La murga"</b>	15
<b>2.7 Tipologías de Murga</b>	21
3. Diseño metodológico	22
<b>3.1 Primera fase: observación participante</b>	22
<b>3.2 Segunda fase: entrevista semi-estructurada</b>	22
<b>3.3 Tercera fase: análisis de contenido de datos secundarios</b>	23
<b>3.4 Evaluación de las técnicas utilizadas y del corpus obtenido</b>	23
4. Objetivos de la Investigación	25
5. Andamiaje económico del mundo murguero ( <b>Análisis</b> )	26
<b>5.1. Profesionalización de la murga.</b>	26
<b>5.2 Tablados</b>	29
<b>5.3 Publicidad</b>	31
<b>5.4 Grabación de los espectáculos y Marchandising murguero.</b>	32
<b>5.5 Prensa</b>	33
<b>5.6 Televisación del Carnaval</b>	33
<b>5.7 Actividad de la murga durante el año</b>	35
6. Conclusiones	37
7. Bibliografía	44
8. Anexo	46

## 1. Introducción.

---

*¿Por qué la murga como objeto de investigación de un trabajo académico?*

Tenemos que entender a la murga como un fenómeno típicamente uruguayo y “uruguayizante”.

La rica historia de la murga inmersa en el carnaval, ha constituido un espejo de la propia historia del Uruguay; ha ido acompañando todos los procesos sociales, políticos y económicos del país, sirviendo de esta manera de espejo societal. Esto no constituye un elemento menor, ya que, en una lógica de retroalimentación, los cambios en la sociedad han generado cambios en la forma de hacer y concebir la murga. A su vez, es un fenómeno en el que muchas personas son partícipes, tanto desde la producción y realización de las obras que se muestran en los distintos escenarios, como en forma de público, durante el agitado mes de febrero y en las distintas oportunidades en las que las murgas se muestran durante el año.

Una particularidad fundamental del fenómeno, es que no se da en ningún otro país. La “murga”, en la forma que se manifiesta en Uruguay, no existe en otra parte del mundo, salvo en los casos en que uruguayos residentes en otros países se organizan para realizar esta actividad.

Ésta, ya es una razón válida para estudiar el fenómeno en forma más científica. Si bien hay mucho material periodístico referente al tema, es necesario tratarlo con mayor profundidad.

Es interesante aproximarse a este fenómeno desde una postura académica, para dar cuenta de las transformaciones que viene sufriendo notoriamente en cuanto a su forma de producir arte. Las participaciones de las murgas integrantes del “Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas” dejan entrever un trabajo cada vez más profesional que logra productos más elaborados, próximos a un verdadero show. La incorporación de tecnología, la “profesionalización” y el parecido actual del carnaval a la lógica empresarial, hacen pertinente la observación de estos cambios.

Esta manifestación artística adquirió mucha fuerza en los últimos años. Por un lado por parte del público, que cada vez se observa en mayor cantidad; y por otro, desde los medios de comunicación, que le dan amplia participación en las programaciones actuales, tanto en medios radiales como televisivos.

Al considerar este fenómeno, una de las formas de expresión más importantes en nuestra cultura nacional, creo relevante indagar en su evolución, en sus cambios.

Por lo tanto, se intentará profundizar en la profesionalización y tecnologización del espectáculo murguero, y al mismo tiempo aportar una imagen del mercado en el que se mueven comercialmente las murgas.

## **2. Marco Teórico.**

---

El tema propuesto será analizado en función de los conceptos que nos brindan algunos de los autores estudiados durante la carrera.

### **2.1 Concepto de cultura.**

Cultura es una de las palabras más utilizadas en el mundo. Tanto en el ámbito académico, como cotidiano, las personas echan mano a este significante, para referir a un gigantesco abanico de significados. En las líneas siguientes, se intentará describir la posición de los artistas en las formas sociales contemporáneas, a partir de algunas pocas, aunque importantes concepciones de la cultura.

Sobre un mismo objeto existen diferentes interpretaciones. Cada significante tiene su propio significado, pero en este caso no hablamos solo de una lógica *kantiana*, donde el conocimiento obedece a las categorías cognitivas del sujeto; sino, más bien, a disciplinas con perspectivas diferentes que se diferencian y complementan al mismo tiempo, encontrando la zona de solapamiento en el objeto. La cultura admite así, visiones diferentes, desde la sociología, la antropología, la historia, en fin, todas las ciencias humanas y sociales, tienden a adoptar la cultura como objeto de estudio.

Y esto puede ser producto de la complejidad del ser humano, entendido como portador de la cultura y como investigador de lo que él mismo porta: “la maldición de las ciencias sociales es la de ocuparse de objetos que hablan” (Bourdieu, P; 1988) y “desde Sigmund Freud a Marcel Mauss, desde W. Reich a J.P. Sartre, han considerado que hay que aprehender al ser humano como totalidad, como complejidad” (Araujo, AM; 2002: 17). Queda reflejada por un lado la complejidad del ser humano y, además, que el sujeto es el objeto a la vez, lo que demuestra la complejidad de las diferentes perspectivas de posibles abordajes existentes.

Simmel nos provee de una idea de cultura, en la cual, la objetividad y la subjetividad de las formas culturales, forman sus dos caras inseparables y en constante reformulación de sus puentes. Los creadores culturales se relacionan con su creación en términos de aporte a un acervo que le es externo y ciertamente inabarcable. La cultura tiene, en su instancia objetiva, la tendencia a auto realizarse en sus propias lógicas, hecho contradictorio con la máxima *simmeliana* que postula la realización a través de la cultura de “una presuposición metafísica de nuestro ser práctico y afectivo”: el auto cultivo. Aquí la posibilidad de tragedia.

#### **2.1.1 Concepto sociológico de cultura.**

Georg Simmel, realiza el cuestionamiento propiamente humano de que el hecho natural es el que comienza “el proceso sin fin entre el sujeto y el objeto” (Simmel, 1898: 204) que tiene una segunda instancia al interior del espíritu donde las figuras creadas continúan existiendo en una peculiar autonomía, con independencia del alma creadora... Se plantea a su vez un problema que se expresa en términos de riesgo evolutivo: la *tragedia de la cultura*.

La *vida* (única forma de existencia con noción propia de futuro) vive su tragedia si no logra cumplir con “una presuposición metafísica de nuestro ser práctico y afectivo” (Simmel, 1898: 205), que no es una idea ingenua de realización personal sin contaminación social, sino el apoyarse en los medios culturales para que el “alma llegue a sí misma”.

Las fricciones entre la interioridad del sujeto y el mundo exterior alcanzan una concentración única en la cultura. Desde que el hombre es para sí mismo un objeto a través del Yo, éste es su centro con pretensiones autosuficientes. De todas formas, esto

no puede consumarse sino por la inserción en esquemas externos (los círculos sociales). El hecho cultural “presupone un paralelismo o una adaptación recíproca de ambas partes” (Simmel, 1898: 222). Así la idea de cultura contempla un proceso dinámico: “Un gran número de las acciones esenciales humanas decisivas construyen puentes inacabables, y si acabados, destruidos siempre de nuevo, entre el sujeto y el objeto en general” (Simmel, 1898: 208). **El tornarse-objetivo de los sujetos y el tornarse-subjetivo de los objetos es el acontecimiento específico del proceso cultural.**

Las dos caras del proceso que dan lugar a la cultura son: el sujeto vivo y finito, y la coagulación externa de su fluir vital. Aparece así una posible oposición entre la vida vibrante y creadora y su producto fijo, idealmente definitivo; “como si la movilidad productora del alma muriera en su propio producto”. Esta factible discrepancia es racionalizada y amortiguada por el hecho de que en su crear teórico o práctico, el hombre visualiza sus “contenidos anímicos como un cosmos -autónomo- del espíritu objetivado (que se inserta en) un orden de valores objetivo, que no fluye” (Simmel, 1898: 209).

La cultura es siempre síntesis de sus dos caras. Existe una polaridad entre la evaluación desde la vida subjetivamente movida y la acentuación radical del valor que se ha tornado objetivo; la cultura lleva adelante su unidad a través de ambas. Así no existe ningún valor cultural “si este desarrollo parcial (no) eleva al mismo tiempo nuestro Yo-global a un escalón más próximo a su unidad y perfección” (Simmel, 1898: 213). En esta idea puede situarse el centro del concepto de **tragedia de la cultura: cuando la inercia del objeto obstaculiza la función de autorrealización de las subjetividades pululantes en su forma.**

Existe tragedia de la cultura, cuando el “producto” inicial se convierte en un obstáculo para la creación de un nuevo producto; cuando el tornarse subjetivo de los objetos impide que los sujetos forjen una nueva objetividad. Si el producto objetivado se impone de tal manera que no permite la creación por parte de los sujetos de algo nuevo, podemos hablar de “tragedia de la cultura”. Si las nuevas murgas, quisieran imponer nuevas formas de “hacer” murga, y fueran excluidas o directamente no aceptadas en el Concurso de Carnaval, estaríamos frente a un ejemplo de “tragedia”.

La lógica cultural del objeto, posee una evolutividad inmanente que la “aleja tanto de su origen como de su fin”. Así, “el hombre se convierte ahora en mero portador de la coerción con que esta lógica domina los desarrollos y los continúa como en la tangente de la vía por la que regresarían de nuevo al desarrollo cultural del hombre viviente. Ésta es la auténtica tragedia de la cultura” (Simmel, 1898: 227).

### **2.1.2 Concepto Antropológico de cultura.**

El abordaje Antropológico estudia, por un lado, a la cultura como construcción necesaria para la satisfacción de necesidades (Malinowski). La cultura está determinada por una expresión mística que es diferencial de acuerdo al contexto socio económico. En la Antropología, la cultura no solo es un concepto, sino que es también una causa, es un “por qué del hecho y de la posibilidad de tragedia”. Esto último lo estudia desde el análisis interpretativo causal, desde una perspectiva cualitativa.

Por otro lado, “la cultura consiste en estructuras de significación socialmente establecidas..., la finalidad de la Antropología es ampliar el discurso humano” (Geertz; 1973:27). Geertz, propone un estudio de la cultura que supere el esteticismo de la misma. A esta definición de un proceso, se le complementa el análisis de Malinowski de la cultura, desde donde se puede Interpretar que todo lo que produzca el hombre debe entenderse como cultura, pero desde el punto de partida de que “el hombre tiene, primero y ante todo, que satisfacer las necesidades de su organismo” (Malinowski; 1944: 51).

Podemos decir entonces, que las ciencias sociales tienden a entender la cultura de diversas maneras, pero siempre como el espacio de coagulación comunicativa y

expresiva de los sujetos. El énfasis de la problematización sociológica de la cultura está en su función normativa y contenedora de las construcciones simbólicas de los sujetos.

## **2.2 La cultura según Malinowski.**

Malinowski nos exhorta a tomar el objeto como una transformación de materias primas, que conducen a un producto global, en este caso llamado "murga". Este producto no toma un camino unívoco, y puede transformarse en enemigo del que lo produjo. De alguna manera, se reconoce la independencia de las formas culturales respecto de sus creadores subjetivos originales, manifiesta en las formulaciones de Simmel y Parsons, entre otros.

La murga es consciente de que se puede transformar en *materia prima enemiga*. Ésta es la razón por la cual el libreto de la murga es recurrente con respecto al pasado, demostrando en sus facetas más tradicionales su nostalgia hacia ese tiempo "pasado y mejor". Malinowski reconoce que la cultura *puede* ser enemiga, pero que esto no siempre sucede. No toda transformación de la murga debe ser tomada como un aumento de la posibilidad de tragedia, sino que debe interpretarse en el contexto de la idea de que para mantenerse como fenómeno sociocultural debe ser dinámico: "lo material de la cultura debe ser renovado y mantenido en condiciones de uso" (Malinowski; 1944: 50). Esto es aún más afirmativo pensando en la dependencia que tiene la murga con respecto a la estructura económica, lo que indicaría -según Malinowski- que si la transformación es tragedia, en todo caso estaría justificada.

Malinowski asegura que nuevas necesidades producen una transformación de la cultura, y que ésta a su vez lleva a un cambio social. Esto puede ser relativo en la murga; ésta va transformándose, como otros estilos. Produce cambios, pero hay que ver si han sido cambios funcionales o disfuncionales para sus intereses. Pues el género murguero ha captado aparentemente gente de otros estratos sociales que históricamente no se identificaban con ella.

La murga, -retomando la discusión inicial- además de ser un satisfactor de necesidades secundarias (salvo en los casos en que la murga permite a través de la remuneración la satisfacción de necesidades primarias), podría verse como un mundo secundario donde los hombres se congregan en torno a valores tradicionales y donde hay una relación definida con el ambiente al que pertenecen.

"La cultura institucional es un compuesto integrado de instituciones en parte coordinadas y en parte autónomas" (Malinowski; 1944:54). La murga, como una cultura específica, es una síntesis de instituciones. Hay una *comunidad de sangre*, o sea, grupos con una solidaridad mecánica; una *contigüidad en el espacio* (cooperación entre los individuos) y *actividades especializadas* (solidaridad orgánica o diferenciación de funciones). De forma más latente, la función de formación de opinión pública ejercida por las murgas desde los tablados, también tiene un interesante impacto político.

## **2.3 Una mirada desde Geertz.**

La murga, como fenómeno identitario, nos especifica y nos diferencia; es un espacio y un tiempo resignificados; y se compone de un sentido místico otorgado por la sociedad. La murga como tradición, es una exaltación del "yo ideal", una manera de magnificar y ritualizar el fenómeno, que nos distingue y nos identifica como nación.

Es un componente global, que resulta de una sumatoria de partes mistificadas. Por ejemplo, el tablado representa toda una estructura de significación, que se estereotipa y también se conforma como conciencia colectiva.

La murga, es un fenómeno real y puro, cargado de sentido y envoltura mística. La tradición es construcción de significantes, que buscan un lugar abstracto social con el cual el individuo se *referencia* y se siente *perteneciente* a esta tradición (Merton).

Este fenómeno rechaza la imitación y se apodera de la originalidad, y para esto, se establecen reglas y rituales. Las reglas, el jurado y la competencia en sí, resultan obligatorias si se quiere que la murga como identidad adquiera un estatus comparativo y singular que en otro contexto no tendría.

Hay reglas que determinan un ganador y jerarquizan las posiciones finales, generando como efecto el estatus de una murga; pero no un estatus intrínseco, sino construido, inventado e imaginado por medio de una reflexión sobre sí misma.

La murga, sus elementos, y su estructura, reflejan -también- una pertenencia y una referencia de grupo. Como forma de exaltación de ese "yo ideal", y como forma de diferenciarse a la interna entre las murgas, cada una de ellas marca un estilo propio que puede interpretarse como una sub-identidad dentro de una identidad global, que puede ser permanente, modificada o sustituida. Es un todo formado por partes dependientes y complementarias: tablado, canto, baile, vestimenta, maquillaje; una sumatoria de vehículos conductores de significación, según diría Sorokin (1960), que logran objetivar la murga como un fenómeno socio-cultural, y conducen a una globalidad interpretada.

La antropología de Geertz, propone una perspectiva diferente para abordar el tema murga. Debemos alcanzar grados de "descripción densa", sabiendo que el extremo es imposible por características implícitas a nuestra disciplina; es necesario "encontrar una jerarquía estratificada de estructuras significantes atendiendo a las cuales se producen, se perciben y se interpretan los hechos" (Geertz; 1973: 22). Esto debe guiar un estudio de la murga, pero sin olvidar el método sociológico, ya que la descripción densa es etnografía; un método a seguir, buscando su nivel de adaptabilidad a la sociología y al objeto de estudio.

Se deberán hacer interpretaciones de las interpretaciones de los sujetos del objeto de estudio; realizar interpretaciones de segundo grado, pero sin olvidar que somos partícipes de esta cultura, lo que lleva a la necesidad de buscar una cierta distancia de nosotros y de nuestras interpretaciones de primer grado. Debemos buscar desentrañar estructuras de significación; encontrar el sentido de la murga en sí misma, para luego observar su impacto en la sociedad, más allá de su envoltura mística que engloba y da sentido a este fenómeno. No se debe estructurar la murga únicamente dentro de categorías conceptuales previas. No solo hay que desestructurar estructuras de significación, sino también hay que desestructurar el concepto de cultura, buscando desde el inicio un amplio espectro que la abarque para así entender la significación del discurso humano. Se le pueden atribuir causas a una cultura, pero causas relativas y no absolutas. La murga debe ser estudiada a partir del aislamiento de sus elementos, para luego buscar sus interrelaciones y entenderla como un todo, pero siempre después de un proceso de desestructuración.

## **2.4 Concepto de murga.**

No hay duda de que la murga habita en Uruguay, por lo menos desde una perspectiva uruguaya. Más allá de su importación histórica desde España y su existencia en otros países, lo que un uruguayo entiende hoy por murga está fuertemente ligado con su expresión uruguaya.

La murga uruguaya es una expresión cultural única, que no reconoce vanguardias extranacionales y se siente piedra angular de la identidad nacional. La mayoría de los abordajes académicos de este fenómeno la han relacionado con la cultura popular, y su propio discurso e historia la relacionan con ese concepto tan propio de la modernidad. El nexo de la murga con lo popular, es parte central de su identidad como forma cultural.

### ***2.4.1 Durkheim: la división social del trabajo murguero.***

La murga es un género musical que, institucionalizado por su historia, se presenta ante la sociedad como una representación colectiva que si "son exteriores a las

conciencias individuales, es porque ellas no provienen de los individuos aisladamente, sino en su conjunto...” (Durkheim; 1985:119). En términos de Parsons se trataría de un simbolismo de la comunidad, o sea, de un rasgo constituyente de la identidad nacional.

La murga se le presenta al individuo como un fenómeno exterior y coercitivo, entendida ésta como una estructura, que genera que el individuo pueda sentir una fuerte identificación con éste género musical característico de su sociedad. Obviando el gusto o disgusto del individuo por el estilo murguero, hay un mundo social preexistente a cualquier persona física; a ésta le resulta difícil modificarlo, pues ha sido determinado socialmente por él. Todo esto lleva al individuo a identificarse (o no) con la murga como un fenómeno de su espacio social. La murga, junto a otras representaciones colectivas que se complementan, permite una vida colectiva dentro de márgenes sociales especificados.

Esta tendencia queda demostrada en las giras murgueras por el exterior que son demandadas por colonias uruguayas que re-significan un estilo que les es propio y los representa como uruguayos en un contexto de nacionalidad forzada.

Esta representación colectiva está instalada en rituales que permanecen, desaparecen y se modifican. Puede decirse que, como propiedad global, los rituales – básicamente los que obedecen al carácter social en general- son los más estáticos; en cambio los más dinámicos son los que cada murga establece para diferenciarse/ identificarse. Esto último es lo que genera que cada murga sea como es; fiel a su estilo, aunque diversa de otros.

La murga como fenómeno global parece haber mantenido sus rituales generales en una tendencia histórica que comprenden una zona de solapamiento común a todas las murgas.

Los rituales son “maneras de obrar que nacen solamente en el seno de grupos reunidos y que están destinados a suscitar, mantener o renovar ciertos estados mentales de esos grupos” (Durkheim; 1912: 41). Estos rituales demuestran de alguna manera la cohesión de grupo, donde existen relaciones intensas en grupos relativamente pequeños; están presentes tanto en la murga como en el público. En las murgas existen rituales antes, durante y después de la actuación.

Siguiendo a Spencer, podríamos decir que la murga es un fenómeno que ha sufrido una evolución de lo uniforme a lo heterogéneo, en base a su conformación. Pero esto último no quiere decir que la murga haya perdido su aspecto de solidaridad mecánica, que tiene como característica: “el desarrollo de las individualidades, el tamaño reducido del grupo y la homogeneidad de las circunstancias externas, todo contribuye a reducir al mínimo las diferencias y las variaciones. En el grupo hay generalmente una uniformidad intelectual y moral...Todo es común a todos” (Durkheim; 1912: 34). En la murga hay un sentimiento común de grupo, es un grupo pequeño y comparten un mismo objetivo, lo que lleva a una mayor intensidad de las relaciones sociales internas. Pero con esto no basta para interpretar la complejidad que ha adquirido la murga. No solo existe similitud de tareas entre los componentes sino una complementación de actividades que forman el todo de un producto; las tareas se articulan en beneficio del mismo. Podemos introducir el concepto de “división del trabajo” de Durkheim (1893), ya que existe diferenciación de esferas, tanto entre los murguistas, como entre los asistentes del espectáculo murguero. La murga en escena, se conforma por un director escénico, un coro y una batería. Fuera de escena, y principalmente en la preparación del espectáculo, también participan personas fundamentales: letristas, arregladores musicales y corales, maquilladores, vestuaristas, iluminadores, escenógrafos, utileros, etc.

Todas estas esferas, producto de una especialización y complejización de actividades, complementándose, forman una globalidad llamada murga. Esta forma cultural ha vivido en los últimos años procesos que han especificado su objetivación-subjetivación; procesos de evolución, de cambio.

### **2.4.2 Parsons: la comunicación del afecto.**

Los símbolos expresivos son la parte de la tradición cultural que constituyen la pauta cultural de acción expresiva (gratificaciones inmediatas por sobre instrumentales y evaluativas). La acción expresiva ocupa un lugar paralelo al tipo instrumental. Su aspecto normativo, genera normas apreciativas que son sus principios ordenadores; así como la investigación (actividad instrumental) puede llegar a tener su foco sobre las pautas cognitivas y las creencias, los sistemas expresivos pueden ser foco en un mismo sentido (instrumental) de la "creación artística". De todas formas, sólo una pequeña parte del simbolismo expresivo de una cultura, es producto de una creación artística.

La relación entre los sistemas de simbolismo expresivo y el sistema social, está en la función triple que cumplen los símbolos expresivos: comunican significados catéticos; proveen regulación normativa a la interacción; y son objetos directos para la gratificación de necesidades relevantes.

Existen tres tipos básicos de simbolismo expresivo a nivel de las colectividades: a) símbolos compartidos por las sub-unidades sin que implique un lazo de solidaridad ("estilo común"); b) simbolismos de la comunidad como tal, que puede ser "puramente expresivo" o c) de acento evaluativo.

La primacía afectiva es característica de estos fenómenos que se forman en el seno de la estructura de los sistemas sociales; llegan a compartirse colectivamente, obteniendo una importante institucionalización de su simbolismo afectivo. En esta idea, se apoya la idea parsoniana de ritual.

Los cambios ocurridos en el fenómeno murga, su profesionalización e inserción en la "industria cultural", pueden tener como consecuencia la predominancia de pautas de orientación evaluativas y/o instrumentales por sobre las expresivas. Las murgas trabajan duro para conseguir una buena evaluación, tanto del jurado, como de la prensa y el público. Sería interesante observar más adelante, cómo las murgas conjugan la importancia de lo expresivo y lo evaluativo en cada espectáculo.

### **2.4.3 E. Goffman: La fachada del murguista.**

Erving Goffman plantea en su texto, la forma en que los individuos se presentan en la vida cotidiana, y cómo deben tomar distintas apariencias para enfrentarse a diversas situaciones diariamente.

El murguista debe adoptar cierta apariencia en el momento de desarrollar su actividad frente al público; ésta, es completamente distinta al resto de las apariencias que su rutina diaria le exige. Es la presentación de un 'yo' específico, de uno de los roles que desempeña cada individuo.

La "fachada" "es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación" (Goffman, 1957: 34) En el caso del murguista, ésta es totalmente intencional; es completamente consciente de que está actuando, tiene un libreto que respetar.

Parte de la "fachada" es el "medio", que proporciona el escenario para que el individuo desarrolle su actuación. En el caso del murguista, este "medio" es cualquier escenario designado para la presentación de la murga. Tiene la particularidad de que es montado con este único fin y en una determinada época del año (a excepción del Teatro de Verano)

De la misma manera que el autor toma el término "medio" para referirse a las partes escénicas de la dotación expresiva, toma también el término "fachada personal" para referirse a los elementos que identifican íntimamente al actuante. El individuo se caracteriza por tener cierta edad, sexo, tamaño, etc., pero cuando se disfraza de murguista, se lo identifica más bien por su vestido, sus expresiones faciales y sus gestos corporales. Antes de presentarse en escena, el murguista modifica esta "fachada personal" agregándole un disfraz y maquillaje que lo dejan prácticamente irreconocible;

deja de tener sus características anteriores para ser uno más de los tantos “murguistas”. Esta transformación lleva horas de trabajo, tanto de maquillaje como de ensayo de los nuevos gestos corporales y expresiones faciales a aplicar en la actuación.

Esta “fachada personal”, se divide a su vez en “apariencia” y “modales”. La “apariencia se refiere a aquellos estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del status social del actuante. Estos estímulos también nos informan acerca del estado ritual temporario del individuo, es decir, si se ocupa en ese momento de alguna actividad social formal, trabajo o recreación informal...” (Goffman, 1957: 36) indica qué actividad está realizando el actuante en el momento que la adopta. Los “modales”, “se refieren a aquellos estímulos que funcionan en el momento de advertirnos acerca del rol de interacción que el actuante esperará desempeñar en la situación que se avecina” (Goffman, 1957: 36)

Debe existir cierta coherencia entre el “medio”, la “apariencia”, y los “modales”; cuando esto no ocurre, llevamos nuestra atención a las excepciones; cuando esa coherencia falta, Goffman habla de “disrupciones en la presentación”.

Por otro lado, el autor define como “establecimiento social”, a “todo lugar rodeado de barreras establecidas para la percepción, en el cual se desarrolla de modo regular un tipo determinado de actividad” (Goffman, 1957: 254). Según esto, podríamos ver al “tablado” como un establecimiento social, ya que podemos percibir con claridad quiénes concurren al mismo, cuál es su apariencia, qué actividad desarrollan, etc.

Refiriéndose a la presentación en público, el autor plantea que se debe “moldear y modificar una actuación para adecuarla a la comprensión y expectativas de la sociedad en la cual se presenta” (Goffman, 1957: 46). Cuando una murga ensaya sobre un libreto y crea la puesta en escena para el mismo, hace ajustes y modificaciones para ser mejor comprendido (y aceptado) por el público. Se debe tener en cuenta la diversidad del mismo; un espectáculo debe ser atractivo para todos los sectores sociales a los que va dirigido, y a su vez, no se debe perder de vista lo esperado por el jurado que en definitiva es el que califica.

El murguista ensaya durante meses un libreto y lo perfecciona hasta el cansancio. Esta tarea se desarrolla en diferentes locales de ensayo. Más tarde, en ese mismo lugar, y para cada presentación, adopta la “fachada personal” de murguista; se maquilla y luego completa su aspecto con su traje y sombrero. Podríamos definir lo anterior como el “backstage” (Goffman) de la actuación. Luego, en lo que sería el “frontstage” (Goffman), el murguista se enfrenta al público en los diferentes escenarios, para mostrar su trabajo de tanto tiempo, y de esta manera ser evaluado tanto por el público como por el jurado.

Cuando el murguista presenta su actuación frente a otros individuos, muestra sólo el producto final. Será juzgado por algo que ya fue “terminado, pulido y empaquetado” (Goffman, 1957: 55) Los errores son corregidos antes de actuar frente al público. La murga ensaya durante largo tiempo, para pulir cada uno de los elementos que componen su actuación.

Hay que tener en cuenta que en la presentación frente al público (“frontstage”), se agregan muchos elementos que colaboran con el espectáculo en general: luces, humo, escenografía, audio, amplificación, etc. Esto influye en la visión del mismo por parte del auditorio.

Según los conceptos que proporciona Goffman, deberíamos tomar la actuación del murguista como una actuación “industriosamente armada”, y construida expresamente; no es un producto involuntario ni una respuesta espontánea.

#### **2.4.4 Adorno y Horkheimer: “Industria cultural”.**

“La tesis sociológica según la cual la pérdida de apoyo en la religión objetiva, la disolución de los últimos residuos precapitalistas, la diferenciación técnica y social y la extrema especialización han dado lugar a un caos cultural, se ve diariamente desmentida en los hechos. La cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza (...)

Cada sector está armonizado en sí mismo y todos entre ellos.” (Adorno y Horkheimer; 1969:165)

Adorno y Horkheimer nos permiten abordar la temática desde el concepto de “Industria cultural”, el cual plantean, “se ha desarrollado con el primado del efecto, del logro tangible, del detalle técnico sobre la obra, que una vez era la portadora de la idea y fue liquidada con ésta.” (Adorno y Horkheimer; 1969:170)

La murga puede observarse hoy, en contraposición con lo que fue la murga en sus orígenes. Muchos fueron los cambios que se dieron en el fenómeno debido al tiempo transcurrido. Los autores plantean que la necesidad de nuevos efectos, aumenta la autoridad de lo tradicional. Lo que aparece como nuevo, está marcado por un sello y siempre demuestra ser a primera vista, aprobado y reconocido.

En la producción de esta manifestación artística, todos los cambios se dan sobre una base ya institucionalizada por los años, que puede llevar a que no se cuestionen mayormente los cambios propuestos. Algunas murgas incorporan novedades, otras, suplantando con éstas lo convencional, pero siempre manteniendo la estructura de la murga.

La “Industria cultural” llevó a cabo la transposición del arte en la esfera del consumo, y mejoró la confección de las mercancías. “Cuanto más total ha llegado a ser, cuanto más despiadadamente ha obligado a todo el que queda fuera de juego o a quebrar o a entrar en la corporación, tanto más fina y elevada se ha vuelto.”(Adorno y Horkheimer; 1969:179).

Esto es interesante, para observar cómo algunas murgas parecerían quedar excluidas por no poder afrontar las demandas del mercado, y en este caso, no poder competir con las murgas participantes del Concurso mejor calificadas y con más recursos tanto artísticos como económicos. La “Industria cultural”, obliga a las murgas a incorporar sus propios requisitos, ya que de lo contrario las expulsa de la posibilidad de manifestarse artísticamente; estas murgas desaparecen por falta de oportunidades.

Son varias las formas en las que se puede apreciar la intención de la murga como espectáculo artístico, de volverse cada vez más una “mercancía”. Las producciones son aprovechadas al máximo en cuanto a oportunidades de comercialización. Cuando la pretensión de explotación del arte se va haciendo total, se empieza a observar un desplazamiento en la estructura económica interna de las mercancías culturales.

“El arte es una especie de mercancía, preparada, registrada, asimilada a la producción industrial, adquirible y fungible; pero esta especie de mercancía, que vivía del hecho de ser vendida y de ser, sin embargo, esencialmente invendible, se convierte hipócritamente en lo invendible de verdad, tan pronto como el negocio no solo es su intención sino su mismo principio” (Adorno y Horkheimer; 1969:203)

La “Industria cultural”, según los autores, lleva a que las obras de arte sean inculcadas al público a precios reducidos, haciéndola accesible a la mayor parte de la población y no únicamente a una élite. De esta manera consideran que se da un desmoronamiento de la cultura, haciendo posible la desconfianza por parte de los consumidores hacia la cultura industrializada como fraude.

Por otro lado plantean cómo la publicidad ha entrado en el “estilo” de la industria cultural. Ésta legitima los productos que expone; las personas confían más en lo que conocen por este medio que en lo que les es desconocido. Muchas empresas eligen el fenómeno de la murga para mostrar sus productos a través del espacio publicitario que éstas ofrecen, posiblemente por su necesidad de costear las innovaciones que la misma “Industria cultural” exige.

#### **2.4.5 W. Benjamín: El aura de la obra de arte.**

El hecho de que las obras de arte puedan ser reproducidas técnicamente, genera varias consecuencias que W. Benjamín se encarga de expresar en uno de sus textos.

Cualquiera sea la forma de arte de que se esté hablando, tiene una peculiaridad que es su “aquí y ahora”. Para este autor, incluso en la mejor reproducción falta esto tan importante que es su existencia irrepetible.

“El aquí y ahora del original constituye el concepto de su autenticidad” (Benjamín, W; 1936:21). Cuando una obra de arte es reproducida técnicamente lo que se pierde es su “aura”, ya que la técnica reproductiva puede desvincular lo reproducido del ámbito de la tradición y del aura.

Cuando estas reproducciones aumentan en cantidad, se pasa de una presencia irrepetible a una presencia masiva. Lo que el autor plantea es que cada vez es mayor la necesidad de adueñarse de los objetos por parte de la copia, de la reproducción; hay necesidad de acercarse “espacial y humanamente las cosas”. Ya no alcanza con disfrutar de un espectáculo de murga en algún escenario, también es necesario llevarlo a casa en un CD o un DVD, en donde cada consumidor decide el cuándo y el cómo lo va a apreciar, aunque ya no en su escenario habitual.

El valor de la obra artística se funda en el contexto en el que tuvo su valor útil original. Cuando las obras se separan del regazo ritual, aumentan las probabilidades de su propia exhibición. Cuando el murguista no presenta su actuación directamente al público, lo hace por medio de todo un mecanismo, ya sea la televisión, la radio, el CD o el DVD. En estos casos, el consumidor se contacta con la murga a través de un aparato. Deja de percibir el “aura” de la obra y accede a ella en forma si se quiere impersonal. De esta manera, la reproductibilidad técnica genera una relación diferente de la masa con el arte.

La consecuencia negativa de lo planteado sería la pérdida del aura de la obra, pero se pueden ver aspectos positivos como la difusión que esta reproductibilidad permite; el generar insumos creativos que puedan ser resignificados; y la democratización, permitiendo el acceso de las obras a mayor cantidad de personas a través de distintos medios.

La murga, en la actualidad, existe independientemente de sus creadores. Es reproducida en diferentes medios masivos de comunicación y registrada para la posteridad a través de diferentes mecanismos (visuales y auditivos).

#### **2.4.6 Las artes después de 1950: posmodernidad y después.**

Para el historiador Eric Hobsbawm “La tecnología revolucionó las artes haciéndolas omnipresentes” (Hobsbawm 2001; 496), la radio, el long play, después el cassette, los auriculares de bolsillo hicieron que “en los años ochenta la música pudiera estar en cualquier parte” (Hobsbawm 2001: 496), formando parte de una revolución científica con consecuencias culturales y políticas.

La televisión se expandió rápidamente, incluso entre los pobres de algunos países subdesarrollados, y se convirtió en el principal medio de entretenimiento popular en los Estados Unidos de los ochenta. Con el advenimiento de las computadoras “la pequeña pantalla pareció convertirse en la forma de enlace visual más importante del individuo con el mundo exterior” (Hobsbawm 2001: 496)

Se da un momento de intensa interpenetración reciente entre el arte y la tecnología con consecuencias directas sobre la idea misma del arte en el que la cultura escrita y el arte clásico parecen quedar un escalón por detrás de la nueva mutación evolutiva. Además “la tecnología transformó el mundo de las artes y de los entretenimientos populares más pronto y de un modo más radical que el de las llamadas ‘artes mayores’, especialmente las más tradicionales” como la música clásica o la pintura (Hobsbawm 2001: 496)

El arte culta sufrió un desplazamiento de sus centros -europeos- luego de la era de las catástrofes. Los artistas de las diversas realidades comunistas -y de regímenes donde los intelectuales estaban en contra del sistema en el poder- estuvieron muchas veces sujetos a los verticalismos del régimen; muchos emigraron como vanguardistas a

occidente, pero todos compartieron como artistas algo que los diferenciaba de sus pares occidentales: “la sensación de que su público los necesitaba (...) El hecho de que entre los años cincuenta y noventa la mayoría de los intelectuales latinoamericanos al sur de México fueran en algún momento de sus vidas refugiados políticos tiene mucho que ver con las realizaciones culturales de aquella parte del hemisferio occidental” (Hobsbawn 2001: 501)

En esta etapa de prosperidad sin precedentes, los recursos públicos y privados dedicados al arte, fueron mayores que antes. Los precios de las obras de arte se desorbitaron. El arte pasó, de ser un gasto, a ser una inversión.

“Otro tipo de fenómeno económico afectó de forma profunda a la mayoría de las artes: su integración en la vida académica, en las instituciones de educación superior” (Hobsbawn 2001: 503). El hecho decisivo del desarrollo cultural del siglo XX es la creación de una “revolucionaria industria del ocio destinada al mercado de masas” que guetizó en las élites a los consumidores del “gran arte” con la educación como fuerte dimensión explicativa.

“El triunfo universal de la sociedad de consumo” (Hobsbawn 2001: 507) es una de las causas del declive de los géneros artísticos característicos de la época anterior a 1950. Otra causa de este declive, es “la muerte de la ‘modernidad’ que desde fines del siglo XIX había legitimado la práctica de una creación artística no utilitaria y que servía de justificación a los artistas en su afán de liberarse de toda restricción” (Hobsbawn 2001: 509). La posmodernidad hace moda en los ochenta “No era tanto un ‘movimiento’ como la negación de cualquier criterio preestablecido de juicio y valoración en las artes, o de hecho, de la posibilidad de realizarlos” (Hobsbawn 2001: 510), “Un aroma de muerte emanaba de estas vanguardias. El futuro ya no era suyo, aunque nadie sabía de quién era (...) el ‘gran arte’ estaba segmentado en guetos” (Hobsbawn 2001: 511)

La “posmodernidad” se extendió mucho más allá del arte inundando las humanidades y las ciencias sociales. Las “posmodernidades” tenían en común el escepticismo sobre una realidad objetiva y “la posibilidad de llegar a una comprensión consensuada de ella por medios racionales” (Hobsbawn 2001: 511), la oposición radical a los supuestos del mundo moderno. “Lo que la posmodernidad produjo fue más bien una separación (mayoritariamente generacional) entre aquellos a quienes repelía lo que consideraban la frivolidad nihilista de la nueva moda y quienes pensaban que tomarse las artes ‘en serio’ era tan sólo una reliquia más del pasado” (Hobsbawn 2001: 512). “No obstante, como observó Benjamín, la era de la ‘reproductibilidad’ no sólo transformó la forma en que se realizaba la creación... sino también la forma en que los seres humanos percibían la realidad y experimentaban las obras de creación” (Hobsbawn 2001: 513)

## **2.5 Cambios en la murga.**

### ***2.5.1 Cambios tecnológicos.***

El arte, nacido de arduos ensayos, que se plasma y tiene su primera instancia de objetivación en los tablados y el “templo de Momo” -Teatro de Verano- atraviesa otra instancia de objetivación: la **grabación del espectáculo**. Plasmado ahora en un neto producto material, un cassette, un video, o mejor dicho, hoy en día, un CD o un DVD, la murga se enfrenta a un objeto que ha adquirido vida propia, que se autonomiza y escapa a las voluntades de sus creadores. La obra objetualizada constituye un producto fijo y definitivo en el cual los sujetos pueden identificarse, o por el propio hecho de constituirse autónomo pueden extrañarse ante su creación. Éste es el hecho inmanente a la cultura que abre la posibilidad del acontecimiento trágico. (Simmel, G. 1898)

La mutación tecnológica que atraviesa a la murga como expresión cultural, pasa de la etapa de imposibilidad de reproducción técnica del espectáculo (más allá de las grabaciones a partir de la radio) a la etapa de generación de una obra artística pasible de reproducción. Esto, sin duda, cambia la relación entre los espíritus subjetivos creadores/ emisores, el producto objetivado, y los sujetos receptores/ consumidores, como se ha

mencionado. Pero también ocasiona la inserción del género dentro de la **industria del arte**. Este hecho, implica una nueva instancia evolutiva en la posibilidad de la tragedia: el producto objetivado, petrificado, ingresa de lleno a la lógica de circulación del mercado convirtiéndose en un objeto de consumo ya emancipado del aura y del espíritu subjetivo de sus creadores / emisores.

Éste proceso de mediatización nos conecta con otra instancia de objetivación del espectáculo murguero: el fenómeno de la **televisación** desde el Teatro de Verano, con la aparición de una empresa –Tenfield, tradicionalmente vinculada a los deportes- que ingresa al círculo del carnaval. Queda así planteada una instancia de fusión entre la forma cultural murga y los medios masivos electrónicos de comunicación y su particular significación para la posibilidad de tragedia cultural.

Bien puede discutirse la inclusión de este fenómeno dentro de lo que se concibe como la “*Industria cultural*” en los términos de Adorno y Horkheimer. Ella constituye la cultura de masas que nace a partir de las nuevas tecnologías, del avance técnico guiado por la “*razón instrumental*”. Ésta última es aquella que no reflexiona sobre los objetivos que alcanzará, es la capacidad de adaptar medios a fines dados según la terminología Weberiana. (Adorno, T. y Horkheimer, M. 1946:18). En este sentido “Pasión de Carnaval”, como se denomina dicho programa, se inscribe dentro de la lógica de perfeccionar los instrumentos, es decir la tecnología comunicacional, a fines que se presentan dados, como la rentabilidad económica. Pero constituye un hecho discutible que esta mediatización, término más apropiado que masificación, haya dado lugar al estereotipo. Éste implica la creciente dificultad de superar el rigor del “*estilo*”, imponiendo estilos preconstruidos que no arriesgan romper sustancialmente con lo anterior. El estilo, en el sentido clásico, implica la confrontación con la tradición, y por tanto, también un riesgo de fracaso en el intento. (Adorno, T. y Horkheimer, M. 1944: 174-175)

Para estos representantes de la Escuela Crítica, la huída que promueve el divertimento, implica una cancelación del pensamiento: “Divertirse significa estar de acuerdo” (Adorno, T. y Horkheimer, M. 1944:189). Y este punto también es pertinente para especificar que en la esfera de la murga, la risa generalmente no ha significado conformismo con el *statu quo*; constituyó, en su momento, un modo de escape. Pero no nos referimos a un escape acrítico y conformista, sino a uno que ha funcionado como liberador de tensiones y constructor de un espacio de resistencia para las épocas de censura.

### **2.5.2 Rubros: ¿medios para el espectáculo o un fin en sí mismo?.**

Los mencionados cambios tecnológicos, conjugados con un proceso de creciente profesionalización en los espectáculos murgueros, nos proporcionan otro foco de potencialidad trágica relevante.

Cada presentación en el Teatro de Verano es evaluada por el jurado en términos de “rubros”: vestuario, maquillaje, puesta en escena, arreglos corales -entre otros- que, sumados, dan una globalidad del espectáculo (que también existe como rubro). En los carnavales recientes, hemos asistido a una carrera constante de cada murga por perfeccionar e incursionar en cada uno de ellos, lo que ha llevado a materializar presentaciones de alta calidad técnica. Inclusive la diversificación y desarrollo de las categorías técnicas, expresadas en vehículos conductores de significación, ha contribuido a conformar “perfiles” de murgas. Ese modo que cada una elige para vehiculizar lo que se desea transmitir es lo que configura estilos distintivos. Cada murga posee una individualidad. “Todo grupo organizado posee una individualidad propia que lo distingue de otros grupos en el universo sociocultural (...) [esta] es debida en parte a los caracteres específicos y a la combinación de sus componentes (...)” (Sorokin, 1960: 230)

Cada rubro se ha transformado en una especie de fin en sí mismo, lo que conlleva una especialización en cada uno de ellos. A través de la solidaridad orgánica, en sentido durkhemiano, proporciona cohesión al grupo en su tarea de subir al escenario. La

heterogeneidad de funciones genera complementación frente a una meta común (Durkheim, 1967)

La "selectividad cualitativa" se ha convertido en un aspecto, que si bien caracteriza a todo grupo sociocultural, adquiere profundo sentido en las murgas. "(...) La selectividad del grupo se manifiesta principalmente en la selectividad cualitativa. Por regla general un grupo organizado sólo puede aceptar a aquellos individuos que satisfacen sus cualificaciones y exigencias (...)" (Sorokin, 1960: 239). Requisitos cada vez más estrictos son necesarios para ser miembro de una murga. Tal vez sin proponérselo, los propios murguistas han contribuido a formar una esfera de la cultura con creciente especificidad y rigurosidad técnica.

Esta profesionalización trae consigo la paradójica predominancia de pautas de orientación evaluativa e instrumental, por sobre aquellas puramente expresivas (Parsons, 1951). Cada categoría técnica implica una complejidad creciente en el espectáculo, donde lo puramente expresivo empieza a perder terreno frente a la relevancia que adquiere lo evaluativo a la hora de la presentación. La profesionalización de los diferentes rubros puede quitar posibilidad de expresión natural, por la exigencia de cumplir con lo estipulado anteriormente. La tragedia estriba en que en esa especialización constante a nivel técnico, se puede perder la expresividad original atribuida desde los sujetos creadores.

## **2.6 "La murga".**

La murga es parte de un fenómeno de grandes dimensiones llamado "Carnaval". Es en este ámbito en el que tiene lugar para expresarse en el tan mencionado febrero. El texto de Milita Alfaro, "Carnaval: Una historia social de Montevideo desde la perspectiva de la fiesta", nos permite acercarnos a la historia de este fenómeno tan característico de nuestro país. El Carnaval llegó a nuestra ciudad en tiempos de la Colonia y se estableció, manteniéndose vivo hasta la actualidad más allá de todas las transformaciones que sufrió por el camino. La autora describe en este texto al Carnaval del siglo XIX, desde su manifestación "bárbara" hasta su costosa "civilización": "*Liberación pulsional, inversión del mundo, soporte inmemorial de lenguajes subversivos y de conductas reñidas con la moderación y el orden establecido, el Carnaval rechaza cualquier forma de utopía racional y, desde sus múltiples planos e innumerables eventos y centros de gravedad, habilita una fantástica relativización de la realidad social marcada en el mundo ordinario por las reglas del trabajo y de las jerarquías.*" (Alfaro, M.,1991:15)

*"En las últimas décadas del siglo XIX, el Carnaval "bárbaro", fiesta poco estructurada, de intensa y masiva participación popular, marcada por la espontaneidad, por la relativa indiferenciación social y por la violencia de un juego desenfrenado, va a dar paso, lentamente, al Carnaval "civilizado", donde las clases sociales delimitan formas y ámbitos de participación propios; donde la prédica y las sucesivas estrategias disciplinadoras destierran progresivamente los "excesos"; donde la sociedad va dejando de ser protagonista para convertirse en espectadora y el Carnaval comienza a ser una fiesta que se da al pueblo y a la cual se asiste, en lugar de una fiesta que el pueblo se da a sí mismo."* (Alfaro, M.,1991:17) Desde estos Carnavales han pasado muchos años y por lo tanto las transformaciones han seguido surgiendo hasta llegar a ser lo que es hoy en día, sin duda una fiesta, pero con otras características. Rafael Bayce, en un artículo titulado "Carnaval: fiesta, fantasía, catarsis, inversión de status, control" en Cuadernos de Marcha (1992), plantea que "*la fiesta disciplinada y civilizada del Carnaval no deja de ser catártica, dionisiaca, neotribal, neoarcaica y cíclica, fantasiosa y divertida... La sociedad busca constantemente nuevas formas expresivas, adecuadas a nuevos tiempos y nuevos sistemas de valores.*" En la actualidad el Carnaval sigue siendo un espacio de dispersión y una excusa para salir de la rutina que nos agobia durante el año.

La murga también tiene su historia. "*Nuestra murga nació exactamente en el año 1906; su nombre fue "La Gaditana que se va", Su primer director y padre de la criatura,*

Diego Muñoz. Era este un actor y cantante de zarzuela. Recoge la historia que la compañía, procedente de Cádiz, no había tenido buena temporada en el Teatro Nacional (ubicado en Florida entre Soriano y Canelones) y para poder pagar cuarto y pensión, se disfrazaron con trajes insólitos y, simulando ser mancos o rengos, pintarrajeados, salieron a la calle a cantar versos zafados y humorísticos, pasando luego el clásico “platillo” en la rueda de Montevideanos que nunca habían visto algo parecido y que lo aceptaron de inmediato con aplausos y aquellos viejos y grandes monedones...”La Gaditana”, que así se llamó en adelante, actuó, de acuerdo a algunos registros, hasta el año 1910 o posiblemente 1911. Diego Muñoz, su creador, no sé por que motivo se separó y formó otra murga a la que denominó “La Hispano Uruguaya”, título que cedió a un murguista que tuvo mucha fama y fue un verdadero especialista en la materia, “El Porteño Ernesto Nogara” (Uruguayo hijo de porteños). La murga, créase o no, tiene sus “tablas de la ley” y estas fueron entregadas al murguista Nogara, por el fundador Diego Muñoz en la forma de cinco consejos de arte y ética murguística, que es necesario destacar porque allí está la conducta a seguir por toda murga: 1)hacer sátira de actualidad; 2)interpretar letra picaresca sin ofender la moral y las buenas costumbres; 3)buena carga de ironía; 4)caracterización con gracia; 5) cantar las cuarenta aunque cueste duro”. (Rodríguez, J.L.; 2004:13,14) “La primera murga verdaderamente nacional salió al año siguiente, 1907, y creo que lo hizo hasta la década del 60; “Los amantes al engrudo”... En el año 1910 hay un tremendo auge de “tablados vecinales y la prensa ya dedica páginas y notas gráficas al movimiento carnavalero”. (Rodríguez, J.L.;2004:20) En ese año, se formaba una comisión de vecinos que se encargaba de la organización (encabezada generalmente por el bolichero del barrio). Pedían una colaboración a los vecinos que luego disfrutarían de esos espectáculos, al mismo tiempo que a los comerciantes de la zona. Con lo recaudado se establecía el escenario en una esquina y se le repartía dinero a los conjuntos de cada noche. Además se entregaban premios monetarios a los conjuntos elegidos por el público.

La escenografía de cada escenario era creada por los mismos vecinos, y era común que se compitiera en este ámbito. Los vecinos construían su propia fiesta juntos, de manera que el Carnaval generaba algo muy especial entre ellos en esas fechas; el compartir instancias de este tipo, los unía como grupo. “Los carnavales de antes se enmarcaban en una realidad en la cual la convivencia de los vecinos era casi familiar...” (Rodríguez, J.L.;2004:82) Esto es algo que se ha perdido por completo en la actualidad.

Entre 1950 y 1960 se superaron los 160 tablados, siendo el barrio La Comercial el lugar donde existía mayor cantidad de escenarios. No valía la pena subirse al camión para trasladarse de uno a otro, ya que había uno en cada cuadra. Las murgas hacían entre 15 y 18 tablados por día, cifra muy superior a la actual.

En los 90 se notó un mayor perfeccionamiento en general, que apostaba a cubrir lo mejor posible los diferentes rubros del concurso oficial, a pesar de mantener ciertas características de épocas anteriores.

La murga fue evolucionando e incorporando cambios hasta transformarse en un fenómeno muy diferente a sus inicios en las calles del '900.

Las murgas que participan en el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas, se componen por 17 integrantes (13 en el coro, 3 en la batería y el director). La batería se compone por un platillo, un bombo y un redoblante. El coro está formado por distintas cuerdas: primos, sobreprimos, bajos y segundos. En el escenario podemos ver a estos personajes en acción, lo que no significa que sean los únicos que llevan adelante la realización del espectáculo que presentan. Letristas, coreógrafos, actores, iluminadores, técnicos de sonido, vestuaristas, maquilladores, utileros, entre otros personajes aportan sus conocimientos para que el producto sea un verdadero espectáculo.

Este espectáculo tiene una duración de cuarenta y cinco minutos, y se compone tradicionalmente por la “presentación”, “popurri”, “culpés” y “retirada”.

“La actuación de las murgas, después de su “presentación” –que remarca la idealidad del Carnaval- y los ‘cuplés’ – que encierran la crítica y sátira sociopolítica y costumbrista a la realidad desde una implícita idealidad-, terminan con una ‘despedida’

que reafirma la idealidad de la presentación y se despide neoarcaica y cíclicamente hasta el próximo Carnaval” (Bayce, R.,1992a:14) *“Esa crítica humorística, esa sátira picaresca, derriban la distancia e invierten el mundo, afirman la idealidad social abstracta, democratizan el protagonismo social y patentizan la posibilidad de un orden social alternativo, de idealidad mejor materializada en el orden fáctico... La sátira humorística y picaresca costumbrista de los cuplés opera una purificación ritual de la realidad, un exorcismo por la risa como contrapoder”* (Bayce, R.,1992a:19)

Allá por setiembre comienzan los ensayos; luego se inaugura el Carnaval en el Desfile por 18 de julio (donde las murgas se entreveran con las otras categorías del Carnaval, revistas, lubolos, parodistas y humoristas) y enseguida comienza el Concurso en el Teatro de Verano, al mismo tiempo que el funcionamiento de los distintos tablados, tanto privados como públicos. Y así empieza la fiesta...

José Luis Rodríguez, un murguista con trayectoria en el carnaval, escribe un libro, *“Por siempre murga: 100 años de magia”* (2004), que nos permite conocer más sobre algunos de los elementos que una murga involucra, e incluso nos lleva al pasado como una forma de ver la evolución hasta estos tiempos.

**DIRECTOR ESCÉNICO:** Es la persona que dirige a la murga en el escenario (los inicios, los cortes, la intensidad de la voz, etc.); es el encargado de “tirar” los tonos para que la murga esté afinada durante la actuación. La mayoría de las veces realiza él mismo los arreglos corales y los enseña en los ensayos para que cada cuerda sepa qué cantar. Es el personaje que sufrió menos cambios en cuanto a su vestimenta. Durante mucho tiempo después del origen de la murga, siguió arreglando los coros sin tener ninguna noción musical, teniendo como única herramienta su destacado oído. Este personaje ha evolucionado incorporando conocimientos musicales, y a través de la ayuda de instrumentos que permitieron también la evolución de los coros.

**VOCES Y ARREGLOS CORALES:** Se piensa que la falta de fidelidad en el sonido y dicción de los antiguos conjuntos, tenía como causa que muchos de los integrantes eran vendedores de diarios o canillitas. Se dice que esa emisión de voz impostada era lo que quitaba fidelidad al coro de murga. *“Se ha dejado de lado el antiguo sonido callejero, para mejorar en calidad de voces, arreglos corales y dicción, que posibilita entender mejor lo que la murga intenta transmitir”.* (Rodríguez, J.L.;2004:21). *“En la actualidad se puede decir que los coros tienden a emitir un sonido más polifónico, y es allí donde notamos el aporte del director”.* (Rodríguez, J.L.;2004:22)

Con respecto a los integrantes de la murga, el autor plantea algo muy interesante en su libro: *“Realmente no puedo decir cuándo se implanta en la murga el concepto del mejor postor, es decir, que determinados componentes esperen la mejor oferta económica por parte de los dueños de los conjuntos. Pero sin duda que esto marcó un mojón muy importante con respecto a los orígenes, en donde los componentes de los diferentes conjuntos, salían a recorrer tablados de barrio, solo para intentar lograr uno de los premios otorgados por las comisiones, para poder repartirlo... Propietarios de murgas con capacidad financiera para pagar los integrantes que ellos consideran los mejores para su conjunto, ha habido y los hay también hoy en día; ... siempre surge alguno nuevo y con plata, que con el afán de que su conjunto sea el mejor, alborota el avispero de componentes que pasan de un lado a otro buscando una mejora económica. Existen también conjuntos que toman la forma de cooperativa, en donde se reparten los gastos y las ganancias y en donde por diferentes razones, los integrantes se mantienen en su mayoría con el correr de los años, lo que les da un mayor ensamble por el simple hecho de estar acostumbrados a cantar y actuar juntos”.* (Rodríguez, J.L.;2004: 57,58)

**CUPLETERO:** El “cuplé”, es protagonizado por un integrante de la murga al que se le llama “cupletero”. Este personaje se destaca en cuanto a actuación, es el encargado de llevar el hilo conductor de esta fracción del espectáculo.

Se dice que ya venía desde los orígenes de la murga, ya que en “La Gaditana que se va”, eran todos músicos y actores de zarzuela. Después se comienza a centralizar la

atención en un solo personaje debido a que los componentes de las murgas sucesoras no eran todos actores.

Hablando de la actualidad el autor plantea: *“No es en vano que muchos dueños de murgas estén dispuestos a pagar importantes sumas de dinero para lograr que determinados personajes, también llamados cupleteros, pasen a integrar las filas de sus conjuntos; es que tal vez sea la atracción mayor para el público y, por ende, un gancho enorme para lograr mayor cantidad de contrataciones de escenarios. Muchas veces, acompañados de buenos textos, y otras veces teniendo que echar mano a la mecha, al chiste corto, o a los propios gestos y movimientos corporales, son quienes logran la risa, la emoción y muchas veces el llanto, o el aplauso en respuesta a sus críticas y sátiras”.* (Rodríguez, J.L.;2004:37)

**INSTRUMENTOS:** El musicólogo Horacio Ferrer dice que “La Gaditana” no usaba batería; los instrumentos eran cañas a las que aplicaban hojillas de fumar para producir un sonido zumbador. En una foto de 1910 aparece esta murga con cañas y un trombón, pero también con bombo, platillo y redoblante. Estos instrumentos parecen haber desaparecido por unos años, hasta que Pepino, director de “Los Patos Cabreros” comenzó a utilizarlos nuevamente, alrededor de 1915.

Desde los inicios hasta la actualidad, hubo muchas variantes con respecto a los materiales usados para la construcción de los instrumentos. *“En el caso del bombo, se utilizaba un aro más grande que el actual con dos lonjas (una de cada lado) tensores de lonja y eran ejecutados con una mano sola mediante maza o maceta ya que la otra mano era usada para sostener el instrumento. En la actualidad se utiliza una caja más pequeña, con un solo parche sintético y tensores de metal. El instrumento va colgado, lo que posibilita que el ejecutante use las dos manos para tocar. En el caso del redoblante pasa algo similar ya que se utilizaban parches de lonja y ahora sintéticos y se ha variado el tamaño y material de las cajas... Los platillos han evolucionado mucho también desde aquellas tapas de olla a los platos de batería americana utilizados hoy”.* (Rodríguez, J.L.;2004:19)

**VESTIMENTA:** La primera murga, “La Gaditana”, utilizó trajes compuestos por un pantalón blanco con una chaqueta o levita negra puesta al revés, galera aplastada y pelucas (quizá todo proveniente de la sastrería teatral).

Hasta 1935 el uso de la arpillera fue lo más común, y el traje tenía dos piezas, pantalón con galones en las piernas y grandes bajos, levita con grandes solapas, botones enormes, dos adelante y cuatro atrás. Como sombrero se usaba el rancho de paja con las alas cortadas en forma de estrella.

El director usaba galera alta y batuta, vestido de etiqueta. (El autor opina que es la estampa que se ha renovado menos en la murga).

*“Hoy en día, existe una diversidad muy grande de propuestas, donde juega un papel preponderante lo creativo, pero también se desarrollan vestuarios con una excelente calidad de telas, con grandes coloridos, brillos y texturas que apuntan a un fuerte impacto visual...En algunos casos se ven diseños que son iguales para todos los componentes, en cambio otros conjuntos lucen 17 trajes diferentes. Esto hace a la diversidad, pero a la hora de puntuar para el concurso, se toma muy en cuenta que el vestuario sea acorde a la propuesta de la agrupación.”* (Rodríguez, J.L.;2004:15)

**MAQUILLAJE:** José Dorta, murguista y maquillador, es el que brinda la información en este sector del libro. En los 60, las murgas usaban para maquillarse corchos tallados tipo sellos, que se mojaban en un preparado de tierra de colores con vaselina. La base blanca era hecha con blanco albayalde, un veneno que también se usaba para blanquear champions. En muchos casos, eran los murguistas los encargados de aplicarse el maquillaje; en otros, ya tenían pintores. Estos pintores de caras, eran los mismos que pintaban casas, puestos de frutas, boliches, etc. Cada murga tenía dos pintores que trabajaban primero con los colores claros, luego los más fuertes y al final se remarcaba todo en negro para darle realce y se pintaban la nariz. *“...se pintaban hongos, manzanas, tajadas de sandía, o se hacían palmeras, pero era siempre uno, o a lo sumo dos (un*

*hongo grande y otro chiquito), que quedaban sueltos en la cara. Pintaban esos elementos porque era lo que sabían hacer los pintores, ya que estaban acostumbrados a hacer esas pinturas en las paredes de los comercios". (Rodríguez, J.L.;2004:62)*

Plantea que el cambio de "pintores de caras" a maquilladores, fue cuando entró Rosario Vignoly, que comenzó a realizar maquillajes fuertes, dándole el aspecto de lo que indicaba la letra; dibujaba una cara arriba de la cara del murguista, le adjudicaba a cada personaje una caracterización coherente con el mismo.

En el '88, las murgas seguían usando maquillajes que no tenían nada que ver con el espectáculo, salvo los trabajos que realizaban Rosario Vignoly y José Dorta. Luego se fue pasando a un maquillaje más abstracto y con mucho colorido. *"Cuando se dio la transformación hacia la caracterización de los personajes fue un gran aporte al espectáculo, es por eso que hoy en día vemos que lo fundamental es conseguir el máximo posible de puntos en este rubro". (Rodríguez, J.L.;2004:64)* No hay murga que en la actualidad deje librado al azar el maquillaje para el concurso. Cada conjunto tiene sus propios maquilladores, que trabajan cuidadosamente durante días para encontrar el diseño más apropiado a la propuesta global de la agrupación; muy distinto a la metodología utilizada en aquellos años.

En el resto de la bibliografía consultada, se encontraron algunas características del fenómeno "murga" interesantes de destacar.

**Parátesis popular.** Tomando la idea de Rafael Bayce (Bayce, R.,1992a), que al mismo tiempo se basa en Roberto Da Matta, llamamos paréntesis a lo descrito como una rutina social terapéutica en la que el énfasis cíclico funciona como exorcismo del paso del tiempo y de la muerte, donde la ruptura de las realidades cotidianas dan paso a la afirmación de identidades utópicas, la crítica social, la sátira de las elites en un efímero pero contundente fenómeno de inversión de status y liberación de pulsiones que también constituye un espacio de circunstancial nivelación social de los participantes y de socialización en valores coyunturalmente deseables. Así, el saldo sociológico del carnaval en términos de funcionalidad/ disfuncionalidad respecto a la dominación hegemónica es sumamente ambiguo y variable ya que en sus consecuencias se produce un doble juego entre las afirmaciones de voluntad y posibilidad de cambio del statu-quo y la liberación de tensiones acumuladas que permite la permanencia y readaptación de (y a) las estructuras de poder y control. Quizá, una de las mayores potencialidades sociológicas del carnaval montevideano de hoy en día, sea su capacidad para mostrar la cantidad de relatos y prácticas sociales emergentes desde una sociedad y una cultura urbanas fragmentadas por fenómenos descritos como de readaptación a la crisis de las agencias socializadoras tradicionales y formales, y por lo tanto de transición desde una modernidad a otra, más tardía y diversa, globalizada e híbrida...

**Identificador nacional.** Hay que destacar su particularidad en tanto forma sin equivalente fuerte fuera de la nacionalidad uruguaya. La murga en su versión uruguaya es - y se siente- única como forma expresiva. Las personas que residen en el exterior del país, se identifican con esta manifestación. Los uruguayos se sienten identificados con la murga ya que no hay otro país que la practique de la forma en que aquí se hace (salvo el caso de uruguayos en el exterior). Un dato interesante es que en *Imaginario y consumo cultural*<sup>1</sup> (Achugar, et al; 2003) se muestra cómo una parte significativa (13%) de los encuestados pone dentro de los tres géneros de música preferidos a la murga. Analizada junto a los otros géneros de producción nacional y regional (rioplatense), queda por debajo del folklore y el tango pero por encima del candombe. Si miramos la situación de los consumidores de murga por sexo, es más masculina que femenina (16 y 10% respectivamente) siendo con el rock y el folklore uno de los pocos géneros "masculinizados". Vista por edades<sup>2</sup> se puede decir que sus mejores registros se

<sup>1</sup> La primer encuesta nacional de consumo cultural realizada en el Uruguay del siglo XXI.

<sup>2</sup> Franjas: de 16 a 29 años, de 30 a 59 y de 60 para arriba.

encuentran entre los jóvenes y los peores entre los adultos, mejorando en los adultos mayores. Finalmente, vista por ingresos<sup>3</sup> y por nivel de estudios<sup>4</sup>, en comparación con los otros tipos, es notorio que es uno de los géneros cuyas preferencias están menos impactadas por las diferencias de ingreso de sus consumidores.

**Zafralidad.** Una característica particularmente distintiva de la murga es su carácter zafral, ya que su puesta en escena tiende a estar concentrada básicamente en el mes de febrero. Es bueno tomar el aporte de Lamolle (2005) que en su libro llega a mostrar cómo la actividad de una parte importante de los componentes murgueros “toca” de todas formas todas las estaciones del año entre preparación, ensayos y demás actividades. Algo importante a tener en cuenta como derivado inmediato de esta característica de zafralidad es la imposibilidad casi absoluta de vivir de la murga. Existe una tendencia bastante manifiesta a la pérdida de la zafralidad de la actividad, pero esto sucede a niveles específicos. Hay varios casos de elencos murgueros que se mantienen en actividad como tales durante todo el año, aunque si miramos el grueso de quienes participan en el concurso oficial de murgas con epicentro en febrero, la zafralidad permanece como patrón temporal principal. Esto se desarrollará más adelante.

**Oligopsonio cultural.** Es interesante el fenómeno económico de la murga como negocio. Según analiza Lamolle (2005), existe un mercado que demanda actuaciones a las murgas que no está necesariamente atado a las preferencias del público y que funciona como una trampa oligopsónica que controla la oferta de murga y que no puede ser contrarrestado por la precaria lógica e infraestructura de los tablados populares. En los carnavales actuales la oferta de tablados privados es relativamente pequeña, y las murgas dependen de las preferencias de los que dirigen estos espacios. No hay equitatividad con respecto a la posibilidad de mostrar cada presentación.

Otros aspectos económicos, también interesantes de observar, se relacionan con la murga: su relación con los medios masivos de comunicación, con los patrocinadores, productores, etc.

**Opinión pública.** Otro aspecto de la actividad murguera es su condición de espacio de circulación de la opinión pública. Además de un género artístico, la murga ha demostrado su fuerte relación -y búsqueda consciente de relacionamiento- con la “vida del país” y los acontecimientos que marcan el año anterior al del carnaval en que la murga canta. El público está acostumbrado, y en gran medida parece necesitar, del posicionamiento de la murga frente a la realidad, e incluso sus perfiles e idilios con el público están fuertemente marcados por este rasgo. La murga constituye el reflejo de la opinión pública; recoge los temas que más impactaron en el año y los resume en cuarenta y cinco minutos de espectáculo. El público se siente identificado al escuchar (y al mismo tiempo recordar) todo lo que en el año anterior fue relevante para su país. Como se sugirió anteriormente, la murga parece cumplir en Uruguay la función de espejo. El rol de auto observación social le cabe a las murgas uruguayas y su capacidad de lanzar imágenes, críticas e interpretaciones sobre la agenda de temas socialmente relevantes no sería discutida, por nadie que conozca el fenómeno de cerca.

**Fusión cultural.** La murga como fenómeno artístico se presenta como un espacio de fusión de géneros y tendencias musicales y de otro tipo. La murga se nutre sistemáticamente de aportes externos. Así uno de los gestos murgueros más clásicos es el “refrite” de una canción tomando la música y cambiándole la letra. En realidad, como señala Lamolle (2005), este no parece ser un gesto de mediocridad creativa, sino una de las formas de comunicación que la murga desarrolla con el público remitiéndolo a algo ya conocido que es utilizado como “caballo de Troya” que porta un mensaje -casi siempre-distinto del de la canción original. La murga incorpora ritmos de todas clases y de todo tipo de origen. No sólo existe fusión de ritmos, también se da la fusión de distintas artes: el canto, el teatro, la danza, la expresión corporal, la música, etc.

---

<sup>3</sup> Franjas: de 0 a 6.000 pesos mensuales, de 6.000 a 15.000 y más de 15.000.

<sup>4</sup> Franjas. Primaria y menos, Secundaria, Terciaria.

## 2.7 Tipologías de Murga.

A lo largo de la problematización intelectual de la murga han aparecido categorizaciones que las tratan de acuerdo a su edad, al contexto barrial, a la creatividad o a la estética, y a veces aparecen categorías como las de murgas jóvenes o las inclasificables (Lamolle; 2005).

Al momento de clasificar murgas, es notoria la complejidad que engendra la desaparición y aparición de murgas y el cambio de planteles, a veces enteros, a veces de pocos integrantes. Asimismo, añadiendo a esto que las murgas pueden modificarse por el alejamiento o acercamiento de integrantes que le dan determinadas características y otros factores de mutación, movilidad y reproducción, hay que decir que las distinciones que pueden plantearse en este plano son de la familia analítica, por más fuerza con que se intenten aplicar a la realidad.

En la bibliografía consultada encontramos distintas tipologías de murga: **1- Murgas de La Unión y de La Teja:** Las murgas de La Unión utilizaban músicas alegres y el coro cantaba en registros más altos; humor en tono degenerado; canción poco comprometida. Ejemplo: "La Gran Muñeca". Las murgas de La Teja tienen un contenido altamente politizado y "comprometido con la realidad"; **2- Murga-murga o murga-pueblo:** La *murga-murga* reclama el estilo autóctono de la murga; la *murga-pueblo* hace referencia a la negación de la neutralidad ideológica de la murga, acompañando así, el carácter comprometido de ésta; **3- Murgas Viejas y Murgas Nuevas:** Las *murgas viejas* no tenían la complejidad de las de ahora: cantaban con un timbre particular "... las murgas de antes cantaban con la boca p´al costado, lo que produce una curiosa deformación del timbre" (Lamolle; 2005: 24-25); la puesta en escena y el movimiento no eran tan complejos, los murguistas tenían una forma de bailar más libre. La estética en las murgas nuevas juega un rol más importante que antes; **4- Murgas Conservadoras y Murgas Renovadoras:** Según Lamolle (1998) la clasificación de las murgas según sean *renovadoras* o *conservadoras*, resulta un tanto "hipócrita y grotesca", ya que casi todas las murgas tienen características que las ubicarían de un lado o del otro; **5- Murga Joven y Murga Profesional:** La "*murga joven*" se caracteriza por llevarse a cabo durante el mes de noviembre en el Defensor Sporting. El límite para participar es de 30 años. En cambio, la "*murga profesional*" tiene como epicentro febrero, en el Teatro de Verano, donde se desarrolla el Concurso de Agrupaciones Carnavalescas, sin límite de edad.; **6- Épica Carnavalesca, Momo Ortodoxo y Culto al Momo Dionisiaco o Antimurga:** Afirma Remedi (1996) que representantes de la "*Épica Carnavalesca*" serían: *La Reina de la Teja, Diablos Verdes, Falta y Resto* y *Araca la Cana*. En cambio, la segunda categoría, "Momo Ortodoxo", sería asociada a murgas tales como "Saltimbanquis" y "Don Timoteo". En la tercera categoría, "*Culto al Momo Dionisiaco o Antimurga*", estaría la *Antimurga BCG*. La *Antimurga* es un estilo dentro de la murga, que rompe con el estilo institucionalizado de hacer murga; **7- Murga-Murga, Murga-Mensaje y Murga Pos moderna:** Cabe destacar el corte diacrónico de esta clasificación realizada por Rafael Bayce (1992b). La primera clasificación hace referencia a un período murguero que va desde 1907 hasta 1970. Este estilo, ha sido denominado por el autor *murga arcaica, congregación sacerdotal o de cosmovisión cíclica*: la murga se caracterizó por lo que hoy se conoce como el formato clásico: presentación, cuplés y retirada. Es cíclica, ya que comienza desde un nivel bajo para ir ascendiendo y desciende al final de la actuación. Presenta una forma de interpretar la realidad sin compromiso, tratando el relato con la intención de hacer reír. Con respecto al segundo tipo de murgas que comienzan a verse a partir de 1970 y hasta 1984, el autor las ha denominado: *murga moderna, mistagógica y profética, iluminista y mesiánica*. Es un estilo de hacer murga desde la militancia, consecuencia de movimientos estudiantiles, latinoamericanistas, tercer mundistas y hasta universalistas. En el tercer tipo, la murga es tratada de *posmoderna*. La posmodernidad deja de manifiesto la agonía de la militancia clásica. La murga posmoderna es síntesis de la risa y la protesta.

### **3. Diseño metodológico.**

---

En base al planteo anterior, nos situamos sobre un objeto particular: la murga uruguaya en su expresión específicamente referida al Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas.

A continuación, se plantean estrategias y formas de aproximación al objeto que permitan obtener información valiosa para someterla a una posterior etapa de análisis.

#### **3.1 Primera fase: observación participante.**

La observación sociológica es una técnica que permite, además de una aproximación primera, un registro y análisis de ciertas cuestiones centrales del problema a abordar. La murga, en su carácter de producto cultural, exhibido en foros relativamente masivos como presentación artística constituyente del ritual más general y abstracto llamado carnaval, tiene muchos componentes asimilables para su análisis desde la observación. (Ver en Anexo "Técnica de Observación"; Pág. 48)

Se crearon dos pautas de observación (Ver Anexo; Pág.51), que constituyeron una matriz para la canalización del trabajo de campo en lo referente a esta técnica:

**En el caso del "frontstage"** se intenta observar: los medios técnicos que la murga utiliza en su presentación; vestuario, maquillaje, escenografía y puesta en escena; usos de la tecnología en general; la publicidad con la que, en gran medida, se financian; permanencia o no de rituales tales como la llegada en camión, el alcohol antes y después de la actuación, etc.; presencia de medios masivos de comunicación; venta de merchandising; el relacionamiento de la murga con el circuito de tablados comerciales y "populares" y con el público.

**En el caso del "backstage"** se intenta observar: las formas de funcionamiento de la murga; el esquema de roles existente y su interpretación por parte de los sujetos; la participación de profesionales "externos" en la elaboración del espectáculo; usos de la tecnología; interacción con el público de los ensayos. Por otro lado, se relevó la presencia de publicidad y la venta de merchandising en los distintos locales de ensayo.

La técnica se aplicará en ensayos de murgas y también en presentaciones frente al público, tanto en el Teatro de Verano, como en tablados públicos y privados. El observador se presentará en forma anónima, pasando desapercibido entre el resto de las personas que concurren naturalmente a estos espacios.

Se presentan en el anexo, las pautas de observación construidas luego de las primeras salidas exploratorias a campo, y reformulada en varias ocasiones debido a la retroalimentación entre el trabajo de campo y la construcción de las técnicas de relevamiento propiamente dichas.

#### **3.2 Segunda fase: entrevista semi-estructurada.**

La técnica de entrevista, tiene como fin indagar en profundidad sobre los aspectos considerados relevantes en la investigación. (Ver en Anexo "Técnica de Entrevista"; Pág.80)

Se realizaron dos pautas de entrevista para relevar datos teniendo en cuenta dos roles dentro de la murga: murguistas y letristas (Ver Anexo; Pág.83).

Se realizó, al igual que con la observación, una matriz canalizadora y sintonizadora de ciertos aspectos en la aplicación -pauta de entrevista-. Así, por ejemplo, se definió relevante indagar en todos los entrevistados, más allá de su rol, qué significa para ellos la murga, su murga, su país y su percepción acerca del fenómeno Murga Joven, del mercado murguero y de la coyuntura política. Pero esto no constituyó una pauta petrificada, es decir que ésta se fue modificando de acuerdo a lo que surgía en las entrevistas y se consideraba interesante para seguir indagando. Cada entrevista es única en el sentido de que si bien el entrevistador guía la entrevista, el entrevistado va introduciendo temas que pueden ser de sumo interés para la investigación y que no habían sido previstos en la pauta. Así las pautas fueron cambiando acorde con las necesidades de la investigación, y con los aportes vertidos por los entrevistados.

La entrevista como técnica, puede llegar a tener considerables limitaciones si no es bien complementada. En el contexto de una entrevista nos encontramos frente a un escenario artificial, una situación definida por y para desentrañar el discurso y los elementos extra-discursivos del entrevistado. Estamos allí para inmiscuirnos en las biografías individuales de quienes objetivan a “la murga”; de este modo estamos por fuera de los escenarios naturales de acción y producción de sentido de los sujetos que hacen la murga. En este sentido, la falta de observación y participación en los escenarios naturales de acción, podría conducirnos a interpretaciones distorsionadas y estereotipadas (Vallés: 1996, 197). Es por ello que se complementaron técnicas que permitan la caracterización y posterior interpretación de los aspectos mencionados sobre la murga. De este modo, se integró la utilización de la entrevista a la de la observación, lo que implica también inmiscuirse en el medio a estudiar; en ensayos, en actuaciones en tablados, en el Teatro de Verano, en la mítica “marcha camión”, tratando de no influir en la conducta de quienes nos proponemos observar.

La complementación de las técnicas de investigación proporcionó un panorama más rico de la esfera del espectro murguero a estudiar. Se ahondó en ciertos ejes temáticos a través de las entrevistas, pero también se compartieron los escenarios naturales de interacción y producción de sentido a modo de intento por comprender la multidimensionalidad y complejidad del fenómeno.

### **3.3 Tercera fase: análisis de contenido de datos secundarios.**

Un yacimiento importante de datos valiosos se presenta bajo lo que podríamos etiquetar como “datos secundarios”. Básicamente existen en Uruguay producciones estadísticas, periodísticas y mediáticas que son útiles para esta investigación.

Hay abundancia de notas periodísticas o publicadas en medios periodísticos que son de utilidad. Allí figura el discurso de protagonistas, analistas y académicos sobre el mundo murguero que puede aportar importante material para la investigación.

Es importante destacar que las técnicas “fuertes” en este trabajo son la entrevista y la observación participante. Sin embargo, aunque en menor medida, también fue útil la lectura de publicaciones en diarios y revistas sobre el tema, ya que de allí se pudieron obtener datos interesantes que se podrán ver a continuación en la sección de análisis. (Ver en Anexo “Técnica de datos secundarios”; Pág.147).

### **3.4 Evaluación de las técnicas utilizadas y del corpus obtenido.**

Como se ha señalado anteriormente, para la recolección de los datos se utilizaron tres técnicas cualitativas: *observación participante*, *entrevista semi-estructurada*, y *análisis de contenido de datos secundarios* –principalmente artículos de prensa en este caso-.

El trabajo de campo se desarrolló desde el comienzo de los ensayos de las agrupaciones, hasta finalizada la temporada del Carnaval 2006.

En el caso de las observaciones, se intentó captar el espacio natural de interacción de la murga tanto en el ámbito privado como en el público; por eso se subdividió esta técnica en “frontstage” y “backstage”.

Para relevar las observaciones del backstage, se concurrió a los ensayos de las siguientes murgas: *Diablos Verdes*, *La Gran Siete*, *Reina de la Teja*, *Contrafarsa*, *La Mojigata*, *Agarrate Catalina*, *Queso Magro*, *Curtidores de Hongos* y *La Quimera*.

Por otro lado, las observaciones del frontstage se realizaron en distintos escenarios: Teatro de Verano, Velódromo Municipal, Defensor Sporting, Monumental Tres Cruces, “Géant”, Tablado Popular “1° de Mayo”.

Otras observaciones se realizaron en ámbitos que escapan a los antes nombrados, por ejemplo, la espera de los fallos finales en el local de ensayo de *Agarrate Catalina*; la actuación de “*Queso Magro*” en el Teatro “El Galpón”; la actuación de “*A Contramano*” y “*El Gran Tuleque*” en el Cine Plaza.

Con respecto a las entrevistas, fue una técnica que aportó mucha riqueza en cuanto a información. Dicha técnica, permitió adentrarse en el discurso de los propios protagonistas, para luego proceder al análisis del mismo. Se obtuvo el acceso a información que claramente la observación no puede brindar, ya que es intrínseca al discurso de los sujetos y no a la observación de sus acciones y entorno.

Como todo estudio de carácter cualitativo, el criterio de flexibilidad en el desarrollo de la tarea de trabajo de campo fue lo que primó. Las pautas de ambos instrumentos -observación participante y entrevista semi-estructurada- constituyeron la principal guía para la investigación pero nunca se tornaron herramientas petrificadas, por el contrario, fueron reformuladas en tanto nuevas necesidades –teóricas o empíricas- surgieron.

El análisis de contenido de datos secundarios aportó datos interesantes; brindó un punto de vista desde los mass-media y desde otros investigadores del tema.

Culminado el trabajo de campo, se organizó el material de acuerdo a los distintos ejes considerados relevantes para el análisis (profesionalización de los rubros en la murga; tablados como contratistas de las murgas; publicidad; grabación de los espectáculos y merchandising murguero; prensa; derechos de televisión; actividad de la murga durante el año). Este trabajo se hizo en forma manual, a través del subrayado de los textos según fuera pertinente incluirlos en alguno de los ejes seleccionados.

A partir de las técnicas antes mencionadas, fue posible acceder a la rica información que a continuación se presenta en forma de análisis.

## 4. Objetivos de la Investigación

---

La propuesta es abordar la temática seleccionada de acuerdo a los objetivos que a continuación se presentan.

### Objetivo General

Descripción y comprensión de un espacio sociocultural constitutivo de la identidad nacional uruguaya, que funciona como uno de sus más amplios espacios de circulación artística creativa y de auto observación de la propia sociedad.

Avanzar en la conceptualización de la murga como fenómeno cultural, focalizando la atención en su relación con los aspectos económicos que la rodean.

### Objetivos específicos

Aportar una imagen del andamiaje económico sobre el que funciona el mundo de las murgas.

Describir el funcionamiento del mercado en el que se mueven comercialmente las murgas y sus efectos sobre la producción artística.

### Macro- Dimensiones de Análisis

Se intentará la descripción y análisis del mercado en el que se mueven comercialmente las murgas, y para ello se hará referencia a: 1- los cambios en cuanto a tecnología y a *profesionalización de los rubros en la murga*; 2- los *tablados* como contratistas de las murgas; 3- la *publicidad* cada vez con mas importancia en el Carnaval; 4- *grabación de los espectáculos y merchandising murguero*; 5- el papel de la *prensa*; 6- contrato con Tenfield por *derechos de televisión*; 7- *actividad de la murga durante el año*.

### Problemas de investigación

- 1- ¿Cómo influyen los cambios tecnológicos y la profesionalización de los rubros en el espectáculo murguero y en la expresividad del murguista?
- 2- ¿Cómo influye en el microclima murguero (murguistas y afines, publico y letristas) el control de la oferta de espectáculos que tienen los dueños de los tablados?
- 3- ¿Qué rol juega la publicidad en la actualidad murguera?
- 4- ¿Qué cambios trae la posibilidad de que los espectáculos queden registrados tanto auditiva como visualmente?
- 5- ¿Cómo influye la prensa en general en la opinión del público y del jurado, y en definitiva en el curso que toma el Concurso Oficial? ¿Qué consecuencias trae esto para las murgas?
- 6- ¿Cómo influye la televisión del Carnaval en la opinión del público y del jurado, y en definitiva en el curso que toma el Concurso Oficial? ¿Qué consecuencias trae esto para las murgas y el Carnaval en general?
- 7- ¿Qué consecuencias trae para la murga el tener actividad laboral durante todo el año, y no únicamente durante el Carnaval?

## 5. Andamiaje económico del mundo murguero (Análisis)

A partir de los datos obtenidos en el trabajo de campo, se intentará comprender el funcionamiento del mercado en el que se mueven comercialmente las murgas y sus efectos sobre la producción artística.

Se analizará la relación de la murga con el aspecto económico, la murga vista como negocio. La oferta de las murgas en carnaval no es equitativa, y esto se vincula con el espectáculo de la murga como producto del mercado. Son muchos los aspectos económicos en los que la murga está involucrada. Por lo tanto, más adelante se intentará la descripción y análisis de los que se consideran aspectos componentes de lo que se puede llamar "mercado murguero".

Al tratar de adentrarnos en este particular fenómeno cultural, se fue observando cómo el mismo, está sufriendo o, más bien, siendo parte de una constante evolución. Parte importante de esta evolución se refiere a cambios tecnológicos y a cierta profesionalización del género, que se relaciona con la realidad de que las leyes del mercado cada vez tienen más participación en esta manifestación cultural.

Vivimos en una sociedad de consumo, por lo que, el arte de nuestra cultura, no pudo escapar a las exigencias del mercado, generando cambios obligatorios hacia la "especialización", como forma de no quedar excluidos de la posibilidad de manifestarse.

Una de nuestras principales manifestaciones artísticas se ve envuelta en cambios constantes que la llevan a ser un producto de mercado, una empresa en crecimiento.

En este mundo que evoluciona a pasos agigantados, el género de la murga, o digámoslo de otra manera, una de las mayores manifestaciones artísticas de nuestro país, no podía quedar atrás.

Se puede decir que la murga, mas allá de ser vista como una expresión artística y cultural, es concebida actualmente también como un negocio. Para abordar la descripción y análisis del mercado en el que se mueven comercialmente las murgas, creo pertinente referirme a lo relacionado con: 1- los cambios en cuanto a tecnología y a **profesionalización de los rubros en la murga**; 2- los **tablados** como contratistas de las murgas; 3- la **publicidad** cada vez con mas importancia en el Carnaval; 4- **grabación de los espectáculos y merchandising murguero**; 5- el papel de la **prensa**; 6- contrato con Tenfield por **derechos de televisación**; 7- **actividad de la murga durante el año**.

### 5.1. Profesionalización de la murga.

A partir de las entrevistas realizadas, de las observaciones, y de la lectura de datos secundarios, queda en evidencia en primer lugar la profesionalización del género. Las murgas son parte de un negocio del que por más que se quiera, no se puede escapar. El arte en general, además de ser visto como manifestación, también cumple actualmente con los requisitos del mercado para poder tener participación y no quedar excluido. Carlos Tanco, letrista de Agarrate Catalina plantea: *"Es un espectáculo muchísimo más preparado comercialmente para tener éxito..."*.

Los murguistas entrevistados coinciden en lo mucho que la murga ha cambiado, y según lo que nos cuentan, cada rubro del espectáculo (canto, puesta en escena, maquillaje, vestuario, etc.) es cuidado a la perfección: *"Hoy el planteo estético comprende no solamente que los trajes sean vistosos, sino que hay otras cosas que se complementan como la escenografía, los colores de las luces. Por eso es cada vez mas un show, un espectáculo más global"* (Marcel Keroglian; letrista y cantante de *Contrafarsa*); a lo que se puede sumar otra opinión: *"El fin no es el carnaval en los barrios. El fin es el concurso en el Teatro, tristemente es así... Eso llevó a una murga empresa*

*que se profesionaliza. Pero es normal que pase, porque lo trajo la murga al tapete (...) Las murgas empezaron a hacerlo, porque completaba el espectáculo” (Eduardo Lombardo; letrista y director escénico de Contrafarsa)*

Los ensayos perdieron su forma antigua, en donde lo que primaba era la reunión con los amigos en la cantina; aunque se mantiene esa cantina y el clásico alcohol, lo que se está ensayando es un verdadero producto para el mercado. Se piensan todos los detalles y estrategias para que este producto se venda mejor. Actualmente en los ensayos hay profesionales, coreógrafos, iluminadores, maquilladores, vestuaristas, entre otros, que analizan el espectáculo para que su aporte tenga coherencia con la propuesta. Nada se deja librado al azar. Todo lo que puede componer la actuación es cuidado al mínimo detalle.

Es curioso cómo alrededor de estas innovaciones se mantienen igualmente varios rituales: el ensayo en la cantina, los amigos, la familia, los “hinchas”, el vino, al igual que algunos elementos “clásicos”: el rodillo de papel o nylon en donde los murguistas pueden leer las letras, mientras el utilero gira de la manija. Se mezcla lo nuevo con la tradición. A este escenario clásico, se le agrega como novedad en muchos casos, la consola de sonido, los micrófonos, y hasta iluminación acorde al espectáculo. Los ensayos se vuelven algo así como un mini tablado, a diferencia del pasado en donde todo era más amateur. Sin embargo, hay diferencias entre las murgas con más y menos recursos. También se puede diferenciar la forma de trabajo de las murgas que tienen dueño (en donde la financiación es mayor y son profesionales los que se encargan de los diferentes rubros, independientes del plantel de la murga) y las murgas cooperativas (en donde predomina el trabajo colectivo, y si bien obtienen ayuda de externos, ellos son los encargados de “fabricar” sus trajes, su escenografía, conseguir patrocinadores, etc.).

La murga ya no se arriesga a encontrarse con los micrófonos y la amplificación por primera vez en el Teatro de Verano, donde se están jugando todo. Estos elementos deben ser incorporados antes de la presentación frente al jurado, ya que generan cambios en cuanto a sonido, potencia, y hasta en el desplazamiento por el escenario. Esta tecnología quita libertad de movimiento; el murguista debe cuidar estar a cierta distancia, cantar para aquí o para allá; el micrófono es parte de su actuación, no lo puede ignorar. A su vez, lo positivo, es que aporta al volumen de la murga y al trabajo de modulación, que permite que se entiendan las letras a diferencia de otros tiempos en donde la murga cantaba también con la boca para el costado al estilo “canillita” para “soplar” más, y no se comprendía el contenido.

Un artículo publicado en el “Momodiario” el 2/3/2006, llamado “Alta tecnología al servicio de Dios Momo”, nos permite conocer más sobre la tecnología utilizada en el Teatro de Verano. Hay un grupo de 16 personas trabajando en el teatro para que todo salga perfecto, en cuanto a sonido, luces, humo y “papelitos”. Eber Ottonello es el encargado de ese sector y plantea: *“La amplificación de un conjunto, es de pronto una de las partes medulares de una buena actuación, más allá de sus propias cualidades artísticas”*. Actualmente la murga sabe que en su presentación en el Teatro de Verano cuenta con el apoyo de un equipo que pone la tecnología a su servicio. Cuenta que aproximadamente por 1983, se trabajaba con una sola consola, ubicada donde actualmente está la cabina de transmisión de CX30, a la derecha del escenario, y en el otro costado estaban las luces y el operario, que debía mirar por un cuadradito; *“luché años para que me dieran un lugar adelante del escenario al costado del jurado, pero el audio le pasaba por encima al que estaba en la consola por lo que seguí luchando otros años para poder llegar arriba, donde hoy estamos (entre las dos plateas) y realmente cambió la cosa”*. En el 2005 se agregó una consola para las radios y la televisión, y en el 2006 se agregó otra en el monitoreo, para los músicos, *“hoy estamos trabajando con tres consolas, bastante diferente a cuando empezamos... nosotros comenzamos con un sistema que se nos iba de frecuencia, se nos hacia pozos en algún lado; nos cansamos y*

*decidimos comprar unas “vinchas”, que mejoraron la situación pero igualmente teníamos dificultades así que el año pasado cambiamos nuevamente de sistema y adquirimos unas vinchas que nos daban las garantías necesarias para sostener un espectáculo limpio y con la mejor fidelidad.”* Esto nos da una idea del trabajo que existe atrás de las murgas, también por parte de técnicos del sonido, la iluminación y los distintos efectos con los que las murgas cuentan para causar tal o cual impresión en el público. La tecnología se renueva constantemente aportando en esta profesionalización del Carnaval.

Pudimos observar, que en los tablados los trajes son numerosos dentro de cada murga, por la cantidad de integrantes, y porque muchas veces tienen más de un traje por persona (para la presentación, el cuplé, la retirada, etc.). Al mismo tiempo se observa que en ellos hay gran trabajo y dinero invertido. En la generalidad de las murgas, éstos cuidan el sentido del espectáculo y aportan en la expresión de ideas. Lo mismo ocurre con los maquillajes que se observaron, los cuales cargan con una labor indescriptible. No hay que olvidar que hay profesionales como Rosario Vignoly detrás de este arte, que cobra cifras muy grandes por su trabajo. Las telas de muchas murgas son de primera calidad, y muchas veces son texturas y colores que en nuestro país no se encuentran y se buscan en el exterior. Es bastante más complejo de lo que parece el tema del vestuario y los maquillajes; muchas personas están a cargo de este trabajo, son muchos los detalles que se deben cuidar; y por lo tanto mucho el dinero que se debe invertir.

A estos elementos, se le agrega también el trabajo de técnicos en sonido e iluminación propios de cada murga que permiten la unicidad de criterios al mezclar cada rubro en el escenario.

Podemos pensar en la posibilidad de que todos estos cambios llegaran a generar en la gente, el público, cierta reacción frente a lo que se podría ver como una contradicción. Por ejemplo, la murga, en su discurso, se caracteriza por defender los derechos humanos, por denunciar las injusticias, la miseria, la pobreza. Pero hoy en día, a ese discurso se contraponen esta profesionalización que lleva al murguista a portar un traje y maquillaje de a veces mucho valor. Si el público lo viera como una contradicción sería entendible, y creo, peligraría la legitimidad del discurso de la murga. Quizás, el carnaval de antes, de barrio, con un coro a veces desafinado o sin técnica musical, con maquillaje y vestimenta precaria, y con una puesta en escena elaborada tímidamente en donde la mayoría del tiempo el murguista ocupa su lugar en la cuerda sin desplazarse como un bailarín por el escenario, era más consecuente con su propio discurso.

Pero desde el lado de las murgas, hay que pensar, que al igual que cualquier tipo de manifestación artística, como planteaba anteriormente, en la actualidad, se cae en manos del negocio y del comercio, viéndose obligada a introducir ciertas novedades, tecnología, etc., para no quedar excluida de su espacio de expresión. Ninguna murga puede escapar a lo que es la murga como empresa, ya que no tendría la posibilidad de manifestarse artísticamente en el Concurso Oficial porque no sería exitosa frente a la competencia. Por lo tanto, considero que la murga (o la mayoría de ellas) continúa con su discurso tradicional, pero en forma paralela debe adoptar todas estas innovaciones que la transforman en un producto de mercado masivo y la llevan quizás a ser vista como contradictoria en su discurso y accionar. Todo esto se relaciona con el concepto de “Industria cultural” de Adorno y Horkheimer, ya que la inserción de la murga en esta industria, es lo que le genera la necesidad de incorporar novedades para ser competente en su ámbito.

La gran mayoría de los entrevistados coinciden en que la profesionalización notoria de la murga actualmente es real. Si bien algunos creen que es muy positivo, ya que hoy se producen espectáculos muy completos, y bien logrados musical y artísticamente, otros añoran el carnaval de antes, la murga que sonaba realmente como un “murgón”.

Se pueden ver dos posturas, una más “tradicionalista”, y otra más “progresista”, pero lo curioso es que no hay una relación directa con la edad de los que opinan, ya que

muchos jóvenes se catalogaron de “conservadores” y algunos “viejos” del carnaval apoyaron los cambios. (Ver Cita 1 en Anexo; Pág. 144)

Actualmente, existe un trabajo mucho más visual que antes. Esto se utiliza como estrategia de venta, se busca el impacto en el público a través de lo visual, para obtener más éxito. El público es deslumbrado en un primer momento por el efecto visual que la murga logra a través de la conjunción de todos los elementos que componen su espectáculo.

En algunos discursos, se identifica la idea de que las murgas jóvenes que ingresan al carnaval, se salen un poco de este profesionalismo, y en definitiva vuelven a lo que era antes la murga, ya que si bien cuidan su estética y se esfuerzan en que sus accesorios sean dignos de una buena calificación, recurren menos a profesionales con altos costos, y realizan un trabajo más “casero” y comunitario. Por lo general, las murgas jóvenes se manejan como cooperativa y cuidan sus ingresos ahorrando gastos en terceros y trabajando ellos mismos en la elaboración del espectáculo.

Ya hablamos de los cambios estéticos, ¿pero los cambios de contenido? Cuando preguntamos sobre los cambios, todos los entrevistados fueron directamente a lo estético, pero no plantearon grandes cambios en el contenido de las letras, ni siquiera teniendo en cuenta el cambio de gobierno en este último año. Sin embargo, Ramiro Duarte, director escénico de “Todavía no se sabe” planteó que más allá de cualquier tipo de cambio: *“la murga no debe perder el compromiso político, pero no político partidario, sino el quehacer de un país. (...) No te estoy pidiendo que se saquen banderas del Frente, sino que le canten a la gente las cosas que están pasando, eso no se debe dejar de lado nunca. La murga tiene que representar el sentir de la gente”*.

Es importante que más allá de la evolución en cuanto a la estética, que puede llegar a ser positiva, se mantenga a través del tiempo la esencia del contenido del discurso de la murga. En cuanto al mismo, se aprecia un cambio, y es que actualmente las temáticas tratadas no se limitan al entendimiento únicamente de los uruguayos, sino que se tratan temas o problemáticas que puedan ser comprendidas también por personas ajenas a la realidad local. Esto se puede asociar directamente con el éxito que están teniendo varias de las murgas en el extranjero, principalmente en la Argentina. Esta nueva forma de escribir les abre puertas para presentar sus espectáculos en otros lugares, permitiendo el trabajo no solo en febrero, sino durante todo el año. Sobre esto hablaremos con más profundidad luego.

## **5.2 Tablados.**

Un tema complejo en la historia del Carnaval, ha sido la compra de actuaciones por parte de los dueños de los tablados privados. Este puede ser visto como el medio de lucro más antiguo de la murga, y en definitiva a partir del cual el Carnaval se financia. En el correr de los años, muchos fueron los cambios que se dieron en este negocio. La cantidad inmensa de tablados que existieron en un momento, se ve muy reducida. La oferta de trabajo para las murgas es menor y esto trae problemas ya que se debe pelear por un espacio en estos escenarios que en definitiva son los que permiten la difusión de cada espectáculo, haciendo que la gente los conozca y los defienda según sus preferencias. Algo recurrente en las entrevistas, es la idea de que los dueños de tablados se guían por el nuevo fenómeno de la televisación, y por la prensa en general, que opinando, generan en el público preferencias por ciertos conjuntos. Esto lleva a la discriminación de algunas murgas, ya que los tablados no las compran y no pueden hacer conocer su espectáculo. Existen también otros factores que definen la oferta de trabajo; por ejemplo, murgas que arreglan precios distintos o que aceptan paquetes en donde hacen siete tablados y cobran tres. Esto genera rivalidad entre las murgas, ya que las que se prestan a este tipo de cosas quitan trabajo a las que no admiten esa forma de explotación por parte de los

dueños de los tablados comerciales, que en definitiva son los grandes beneficiados del Carnaval. En una entrevista a Eduardo Rigaud, fundador y director responsable de "Colombina Che", publicada en "La República", el 25/1/2006, podemos leer: *"No dejaría salir a los que carnerean haciendo paquetes. Esto es un gremio, y los gremios se forman para que todos seamos iguales. Si todos acordamos una tarifa y vos después la bajas, estas yendo contra mí"*.

Son muchas las murgas que se ven excluidas del Carnaval, a pesar de tener espectáculos muy bien calificados por el jurado, ya que los dueños de los tablados priorizan la convocatoria y no la calidad de los mismos (Ver Cita 2 en Anexo; Pág.144) Éstos, manejan por completo la situación de la oferta de espectáculos en carnaval. En definitiva el público que no accede al Teatro de Verano en forma diaria, conoce de cada Carnaval, lo que los dueños de los tablados creen que rinde económicamente.

Algunos espectáculos de muy buena calidad, llegan a tener siete tablados en todo el Carnaval, mientras que otros acceden a más de ciento cincuenta tablados como fue el caso de Agarrate Catalina. Si esta situación no cambia, algunas murgas van a desaparecer, porque es muy frustrante trabajar duro para obtener un buen producto, lograrlo, y que luego no sea reconocido como tal, en gran parte por la influencia de los medios que generan opinión y preferencia en el público, en el consumidor. Es desgastante para todos los que están detrás de un espectáculo. El murguista en gran parte hace Carnaval porque es algo que le genera pasión y placer, y por lo tanto espera disfrutarlo, no sufrirlo por no ser reconocido por el medio o por el público.

Otro aspecto a tener en cuenta al hablar de los tablados, es que no todas las murgas obtienen el mismo beneficio económico. Si bien hay un tope máximo y mínimo, depende de muchos factores cuál es el costo de cada presentación de las diferentes murgas (antigüedad, primeros premios recibidos, convocatoria, etc.).(Ver Cita 3 en Anexo; Pág. 144)

Hay una pelea constante entre las murgas que por ideología, deciden cobrar lo mínimo que puedan (porque consideran que de esa manera los costos de las entradas bajarían, haciendo que más personas puedan concurrir a los espectáculos), y las murgas que ven el carnaval como un negocio, y que en definitiva quieren cobrar lo que creen que su espectáculo merece cobrar. De esto sacan ventaja los tablados que pueden elegir a las murgas más económicas, que a su vez son las que se le imponen al público hasta el cansancio, excluyéndolo de los otros buenos espectáculos. Las murgas deciden en parte, según ciertos parámetros lo que van a cobrar, por lo que quizás ellas también tienen la posibilidad de cambiar la situación con respecto a los tablados que no las compran, pero esto choca con la idea de que deben defender su arte y no rebajarse al precio de la necesidad.

No hay que olvidar que la oferta de tablados en Montevideo no es únicamente privada, y para desarrollar brevemente esto, me parece pertinente citar parte de un artículo publicado en "Brecha" el 27/1/2006: *"El gran soporte del Carnaval Montevideano, desde el punto de vista comercial y social, son los tablados populares. Espacios que son a su vez la piedra angular de la política descentralizadora de la comuna. Este año a los diez escenarios populares ya históricos, se suman dos nuevos en los barrios Colon y Peñarol, (...), estos escenarios son gestionados por comisiones vecinales o juntas locales, y están financiados por el denominado Fondo del Carnaval, al que aportan básicamente la IMM y DAECPU. (...) Después de dos años sin cambios, la asamblea de DAECPU votó el incremento de las tarifas de los conjuntos en un 10 por ciento. Esto significa que los grupos de mayor convocatoria elevarán su caché a unos 7.800 pesos por cada presentación. Todo un desafío para los dueños de los escenarios comerciales ya que deberán más que nunca tratar de conciliar una programación atractiva y precios de entradas accesibles. Entre lo popular y lo comercial, el dilema mayor del Carnaval uruguayo de los últimos 20 años"*.

Las murgas también tienen la posibilidad de presentar sus espectáculos en

tablados “vecinales” donde sí interviene la IMM en la decisión de los conjuntos que participan cada día. Estos tablados funcionan menos días, por lo que no logran compensar las diferencias que los tablados comerciales generan.

El dinero que cobran las murgas en cada una de sus presentaciones, se reparte entre los integrantes de diferentes maneras, según cuál sea la metodología de trabajo de cada conjunto. Así, podemos identificar dos grandes grupos: las murgas que son cooperativas y las murgas que tienen dueño. Es más común ver la forma de cooperativa en las Murgas Jóvenes que participan en el Concurso Oficial, y no tanto en las murgas que no tienen este origen. (Ver Cita 4 en Anexo; Pág. 144) Algunas murgas jóvenes (Queso Magro, La Mojigata, Agarrate Catalina) son cooperativas, y coinciden en la creación de una “comisión finanzas” que maneja todo lo que se refiere a cobros, sueldos, fondo de la murga, etc. “La Mojigata”, además, por ser cooperativa, decide todo a través del “voto popular” de la murga. Las tres murgas, curiosamente, se manejan de la misma manera: de lo que cobran, sacan un porcentaje para el fondo común de la murga y para los gastos de transporte de ese día, y el resto lo dividen equitativamente entre los cooperativistas. En la letra de La Mojigata 2006 nos dicen: *“La cooperativa se complica, que bajón, pero es mejor eso que cantar para el patrón”*.

A veces el murguista critica la explotación en cualquier ámbito laboral, y en definitiva los dueños de las murgas hacen lo que quieren con sus “empleados”, pagan lo que ellos consideran correcto y exigen responsabilidad al cien por cien. Es común que en una murga uno esté cantando al lado de un compañero que cobra tres veces más por hacer el mismo trabajo, solo por el hecho de tener nombre y darle status a la murga. Contrafarsa también es una murga cooperativa a pesar de haber nacido muchos años antes que la Murga Joven, por lo que es la precursora en esta metodología de trabajo. No son éstas las únicas cooperativas, sólo las tomo como ejemplo, aunque sin duda son la minoría en el Carnaval.

En los casos donde hay un dueño, es éste el que decide qué cantidad cobra cada integrante. Algunas “estrellas” del Carnaval arreglan determinada cantidad de plata fija por temporada y no cobran por tablado. En estos casos se habla a veces de cifras muy grandes (hasta 70.000 pesos o más) por Carnaval. Una vez más podemos definir a la murga como una empresa en crecimiento.

### **5.3 Publicidad.**

Otro de los cambios importantes que tuvo el género y que también se relaciona con la murga como empresa o como negocio, fue la introducción de publicidad en los espectáculos. Si bien ya desde 1949 se pueden observar murgas auspiciadas por distintas marcas (y quizás desde antes también), esto no sucedía con la misma fuerza que ahora.

Por la necesidad de financiación para estar a la par en todos estos cambios estéticos y tecnológicos mencionados más arriba, las murgas se ven obligadas a buscar el apoyo de distintos patrocinadores para solventar las necesidades económicas.

Si bien en los ensayos de algunas murgas, no se vieron indicios de publicidad, no había carteles, ni se ensayaron anuncios cantados (jingles), en otras murgas la situación es otra. Por ejemplo, se pudo observar en el ensayo de “La Mojigata” la llegada de un señor de traje que habló y se fue, a lo que la murga preguntó con naturalidad: ¿Un sponsor?, Sí.

La murga “Queso Magro”, tiene como decorado de su ensayo carteles de sus auspiciantes, y comentan en entrevistas, que al ser una murga cooperativa todos los componentes deben encargarse de buscar financiación.

Es una tarea más dentro de las murgas de hoy. Es necesario el dinero para montar estos espectáculos, y por lo tanto son necesarios los auspiciantes. Otra vez más, la murga se

ve obligada a aceptar dinero, quizás hasta de empresas que por su forma de trabajar, son criticadas en el propio discurso de la murga. Esto también es parte del cambio...

Al ser en la actualidad un fenómeno cultural masivo, aumenta el interés por parte de las empresas de figurar como auspiciantes por la gran difusión que el Carnaval logra. No sólo existe la difusión en los distintos escenarios, sino que llega también a los medios masivos de comunicación como la radio y la televisión.

En las presentaciones de las murgas aparecen las publicidades, no sólo a través de cartelería, sino a través del canto, ya que la mayoría de las murgas dedican sus primeros minutos, luego de subirse al tablado, a cantar los jingles correspondientes.

Algunos patrocinadores salen de las empresas convencionales: Murga "El Gran Tuleque", tiene como auspiciantes a ADEOM y FUCVAM.

También del viejo y clásico camión, tan mencionado en presentaciones y retiradas añejas, cuelgan banderas o se pintan los anuncios de los patrocinadores; un ritual más del carnaval marcado por el mercado murguero.

En el tablado en sí, es posible observar gran cantidad de auspiciantes, ya no de una murga en particular, sino de este espacio. Incluso en el Carnaval 2006, existieron promociones a través de empresas que reducían el costo de la entrada. Por ejemplo, convenios con "Socio Espectacular", con el "PIT-CNT", a través del cual los socios de cualquier sindicato afiliado pagaban la mitad de la entrada cualquier día de la semana y con cualquier tipo de espectáculo.

Cada vez son más empresas las que financian el Carnaval. Sin embargo, los letristas entrevistados coinciden en que el hecho de tener auspiciantes es totalmente independiente del contenido del espectáculo; no condiciona para nada al letrista a la hora de escribir. Primero se presenta a los auspiciantes, y luego se prosigue con el repertorio, una cosa no se relaciona con la otra.

Una frase publicada en un artículo llamado "La murga uruguaya no se rinde ni se vende" del diario "La República" del 29 de enero del 2006 plantea: "(...) *jamás el Carnaval se podrá regular por las leyes del mercado, y mucho menos vender sus plumas los letristas, porque cuando ello ocurra no solo estará definitivamente enterrado, sino que habrá perdido su capital más grande: la credibilidad y el sustento de la gente*".

#### **5.4 Grabación de los espectáculos y Marchandising murguero.**

En los últimos años, empezó a ser común que los primeros premios del carnaval grabaran un disco. Algunas veces los grupos grabaron en forma unitaria (una sola murga por disco), y otras veces, varias murgas unieron sus trabajos en un único producto. La comercialización del espectáculo en este sentido es muy evidente, el fin primero es el lucro a partir de la venta.

Se puede ver esto también como un beneficio para nuestra cultura, ya que gracias a las grabaciones podemos tener un registro de los mejores espectáculos (a criterio del jurado) del Carnaval. De esta manera conservamos un resumen de lo que fue nuestra realidad social, política y económica de cada año. Es parte de nuestra cultura y de la historia de nuestro país por lo que es valioso poder conservarlo.

Hay que recordar que actualmente no sólo se producen CD's; también existe el registro en DVD's, lo que es muy positivo ya que se pueden apreciar los espectáculos también en forma visual, no sólo auditiva, siendo esto relevante si tenemos en cuenta los cambios antes mencionados en las presentaciones. Si bien los videos también existieron y permitieron el registro en imágenes de los espectáculos, su comercialización no era tan visible como actualmente (en cualquier disquería se puede acceder a un DVD).

Esto también ayuda a que el carnaval esté vivo todo el año en cada casa uruguaya.

Es común ver a la venta CD's y DVD's de murgas, y es un medio más, a través del cual se obtienen beneficios económicos en el arte del Carnaval. Es interesante ver el producto de nuestra cultura mezclado con los éxitos extranjeros.

Por otra parte, gran reflejo de lo que es el “mercado murguero” o la comercialización de nuestra “cultura popular”, es lo referido al merchandising, empezando por la palabra misma...

En los tablados, entreverados con los puestos de bebida y comida, también encontramos puestitos de venta de discos de murga, además de remeras de los diferentes conjuntos, pegotines, libritos con repertorios, vinchas, etc.

En los ensayos observamos que distintas murgas colocan puestos de venta de sus remeras y discos. Un ejemplo es “La Mojigata” que ofrece al público en sus ensayos este tipo de productos a un valor doscientos pesos.

### **5.5 Prensa.**

Como planteábamos anteriormente, la prensa actualmente tiene mucha incidencia en el Carnaval. Por un lado, influyen en el público, generando preferencias hacia los conjuntos que halagan exagerada y constantemente; por otro, influyen también en el jurado, que la mayoría de las veces ya escuchó una opinión sobre los grupos antes de verlos por primera vez en el Teatro de Verano, por lo que la misma ya está en parte condicionada por éstos. Influyen también, en los dueños de los tablados, que contratan según lo que escuchan que rinde más o tiene más convocatoria; y por último también influyen, según el caso, en forma negativa o positiva, en el propio murguista que escucha su propia crítica. La prensa tiene mucha fuerza en la temporada del Carnaval, es muy común que regulen los gustos y las preferencias a partir de sus no siempre calificadas opiniones.

La opinión de un entrevistado ilustra lo anterior: *“La prensa, lamentablemente define el Concurso, (...) no están para nada con el afán de criticar un espectáculo de arte... lo analizan según sus posibilidades en el Concurso... si vas a hablar de un espectáculo de arte, habla de arte, qué te importa decir “los vemos con chance!” (...) Me tocó vivirla, saliendo segundo a un punto, siendo primeros lejos en la primera y segunda rueda, y escuchando a la prensa dándonos para atrás...”* (Federico Alberti; director escénico de “A Contramano”)

La prensa, al igual que los dueños de los tablados, tienen mucho poder para definir cuál va a ser el curso de cada Carnaval. El público es muy influyente y acude a las actuaciones con un prejuicio generado por los medios, que posiblemente no le permita disfrutar del espectáculo de forma objetiva y valorarlo según su propio gusto.

### **5.6 Televisación del Carnaval.**

El carnaval se está “masificando” cada vez más, en el sentido de que es mucho mayor la cantidad de personas que acceden a los espectáculos con respecto a años anteriores. Uno de los elementos que aporta en esto, es la televisión del mismo, que se traduce en la posibilidad de que las personas puedan mirar desde sus casas las actuaciones de los conjuntos en el Teatro de Verano, además de diversos programas exclusivamente de Carnaval que muestran la “interna” de este fenómeno.

La televisión hace que el carnaval esté dentro de las casas y que la gente esté en mayor contacto con lo que sucede en esta “fiesta popular”. Ya no son los tablados y el Teatro de Verano los únicos ámbitos en los que el público se puede encontrar con la murga. La televisión, puede llegar a lograr que las personas que nunca se interesaron por esta manifestación artística, ya sea porque no accedían a ella o porque no les interesaba realmente, hoy la puedan conocer sin moverse de sus casas.

Me parece pertinente citar un artículo de Guillermo Reimann, publicado en “Brecha” el 27 de enero del 2006 en donde plantea: *“Este año se volvió a renovar el contrato entre la empresa Tenfield y los dirigentes de Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos y Populares del Uruguay (DAECPU). Los directores recibirán 80 mil dólares anuales a cambio de la exclusividad de las imágenes de carnaval, que serán*

*puestas en el aire por VTV (...) Como viene sucediendo, el plato fuerte del programa "Pasión de Carnaval" será la transmisión en directo del conjunto que cierra cada etapa del concurso oficial en el Teatro de Verano. A su vez las instancias del Concurso seguirán siendo emitidas para el exterior por Gol TV, empresa que al igual que Tenfield, pertenece a Francisco Casal y que desde Miami retransmite nuestro Carnaval a la nutrida colonia uruguaya residente en Estados Unidos mediante el sistema "pague para ver".*

En esta cita, aparecen dos temáticas importantes, que luego serán mencionadas por nuestros entrevistados; en primer lugar la televisación como negocio; y en segundo lugar, la importancia de la televisación como medio de difusión del Carnaval.

Se consultó a los entrevistados sobre esta cuestión y, curiosamente, las posturas fueron muy similares entre sí. La mayoría de ellos se refiere en su declaración a los dos puntos recién mencionados en el artículo; y las opiniones se dividen en dos aspectos con respecto al tema: uno bueno, la difusión; otro malo, el negocio.

Plantean, por un lado, que la televisación es muy positiva en el sentido de que las personas que no acceden al Carnaval (ya sea porque son del Exterior, del Interior o de Montevideo pero no tienen recursos), sí lo pueden hacer a través de este medio. Por otro lado, los entrevistados no están del todo conformes con la forma en que esto se lleva a cabo. Es un negocio a cargo de la empresa Tenfield, que al parecer no beneficiaría en forma justa a los murguistas o componentes del carnaval en su totalidad. (Ver Cita 5 en Anexo; Pág.144)

Algunos entrevistados agregaron a lo anterior, el tema de la censura. Tenfield tiene los derechos exclusivos de la televisación y elige lo que transmite y lo que no, así que por un lado aporta en la difusión del carnaval, pero por otro, esa difusión no es objetiva. (Ver Cita 6 en Anexo; Pág.145)

Al mismo tiempo, otras declaraciones mencionan amenazas por parte de este medio, signo de que realmente éste es un tema complejo que deja como consecuencia que el público de la televisión acceda a un contenido subjetivo manejado por las manos de los que tienen el poder en este ámbito. (Ver Cita 7 en Anexo; Pág.145)

Una opinión distinta agrega que la televisación del carnaval hace que la gente se quede en sus casas y no vaya al tablado. Por otro lado, otro entrevistado opina lo contrario planteando que la televisión vende, y al hacer más masivo el fenómeno, crecerá la concurrencia a los distintos escenarios de Carnaval.

Otro tema importante a destacar es la influencia que la televisión tiene tanto en el público, como en el jurado y en los dueños de los tabladros que son los que deciden en gran parte qué espectáculos llegan a la gente. La televisión es subjetiva y al mismo tiempo que selecciona, tiene el poder y la posibilidad de generar preferencias en el auditorio. (Ver Cita 8 en Anexo; Pág.145)

La televisión, con sus programaciones de Carnaval, aporta en el sentido de que la murga está presente durante mucho más tiempo y no sólo en febrero. Las transmisiones comienzan desde la etapa de los ensayos y culminan luego de finalizadas las jornadas en el Teatro de Verano y los tabladros. (Ver Cita 9 en Anexo; Pág.146)

Si bien las opiniones difieren, se puede ver cierta tendencia a plantear los mismos aspectos; lo bueno de la difusión, o lo no tan bueno de la negociación que lleva consigo. El denominador común es estar muy a favor de que sus espectáculos lleguen al Interior. Como a cualquier artista, les interesa que sus producciones sean difundidas y conocidas por todos, y más aún que puedan ser vistas en los diferentes puntos de su propio país. Pero entienden que este beneficio, también tiene un lado que les gustaría modificar, y es la manera en que la difusión se lleva a cabo.

## **5.7 Actividad de la murga durante el año.**

Cada vez es mayor la actividad de las murgas durante todo el año y no solamente en el mes de febrero. Antes, la murga era la estrella del verano, pero luego, era olvidada hasta el otro carnaval. Lo mismo pasaba con el murguista que empezaba a ensayar por octubre, y en febrero, cuando terminaba el Carnaval, se desvinculaba del espectáculo de su murga hasta que se comenzaba nuevamente en octubre a ensayar para el siguiente carnaval.

Hoy en día la situación es completamente diferente. Si bien hay muchas murgas que no tienen la posibilidad de trabajar en invierno (y que por lo tanto siguen con la tradicional forma de trabajo exclusiva para el Carnaval), hay otras (por lo general los primeros premios), que durante el año tienen innumerables presentaciones.

Muchos son los ejemplos que se pueden dar del trabajo durante el año que ha surgido para las murgas mejor posicionadas en el Carnaval 2006, tanto en nuestro país, como en el extranjero (Europa, Centroamérica, etc.) Esto puede ser un indicio de la fuerza que este fenómeno está teniendo y de la aceptación del público, incluso pasando los límites de nuestro territorio. Los espectáculos se asemejan cada vez más a un show. A su vez las temáticas no se limitan únicamente a la realidad social y política nacional del último año transcurrido. Todo esto genera en la murga, la posibilidad de presentar sus espectáculos a públicos diversos y de diferentes partes del mundo.

El Carnaval está presente todo el año, la gente ya no lo identifica como una actividad exclusiva de febrero. A esto, se le suma el Concurso de Murga Joven, para el cual cientos de jóvenes ensayan durante el año en los diferentes barrios de Montevideo, aportando así al hecho de que la murga permanezca viva luego de febrero. Cuando este concurso termina, se le da paso a los ensayos de las murgas “profesionales” que empiezan con el trabajo duro; luego, pruebas de admisión en el Teatro de Verano (abiertas a todo público) para entrar al Concurso Oficial, y cuando queremos acordar, ya estamos en el tablado mirando el producto de todo este esfuerzo.

Se pierde en parte la mística de lo que es febrero (palabra tan mencionada en las presentaciones y despedidas de las murgas por ser parte de su propia identidad). Ya no hay que esperar para ver Carnaval; todo el año podemos acceder a él en diferentes escenarios. El carácter zafral de la murga comienza a perderse; su actividad ya no se concentra en un período específico del año. Por esto podemos decir que para algunos conjuntos en particular existe una clara pérdida de la zafralidad carnavalera. (Ver punto 10 en Anexo; Pág.146)

Las nuevas propuestas de trabajo que están surgiendo pueden ser aceptadas o no, pero son una posibilidad más a parte de los tablados. Las murgas tienen como mercado laboral, cumpleaños de quince, casamientos, y otros tipos de fiestas. Esta es una nueva tendencia fuera de la temporada que mantiene a las murgas en contacto durante más tiempo.

La murga Agarrate Catalina, se destacó sin duda por la inmensa cantidad de trabajo, que obligó al grupo a juntarse prácticamente todos los días del año 2006. Las presentaciones, además de los teatros de Montevideo y otros escenarios, cumpleaños de quince, festivales de “Murga Joven”, etc., llegaron a casi todos los departamentos del Uruguay (exceptuando cuatro o cinco), a la Argentina, y en el mes de octubre a Europa en donde fueron recibidos con emoción por los uruguayos que allí residen, y no sólo por los uruguayos... Es muy fuerte la aceptación que esta murga ha tenido en el público.

El hecho de que las murgas tengan actividades durante el invierno, hace que cambie la forma de trabajo para el carnaval, ya que los tiempos son otros; la dedicación al espectáculo del siguiente febrero no es total, porque se realizan otros trabajos paralelos que insumen tiempo; en algunos casos, la preparación de la presentación se comienza muy cerca de la fecha del Carnaval, haciendo peligrar la calidad de la misma. Queda clara esta idea con la siguiente declaración: *“El espectáculo de este año... se hizo muy sobre la fecha, porque tuvimos muchas actuaciones en el invierno con el espectáculo anterior,*

*entonces arrancamos a escribir en la mitad de noviembre, tardísimo, y no hubo mucho tiempo de echar para atrás cosas, había muchas cosas que había que defender y que de repente no era lo mejor que podíamos haber hecho, pero no teníamos tiempo de cambiarlo.” (Federico Alberti; Director escénico de “A Contramano”).*

Esto nos da la pauta de que no se priorizó la elaboración de un buen espectáculo para carnaval, sino que se siguieron aprovechando hasta el último momento las ofertas laborales.

Parte de un artículo llamado “Murga es el imán fraterno”, publicado en “Momodiarario” el 5/2/2006, resume claramente dos de las temáticas que venimos planteando: la profesionalización de la murga y sus actividades extra Carnaval: *“... otra camada de murguistas y la profesionalización en todos los sentidos con arreglos de voces, coreografía, puesta en escena, maquillajes, trajes suntuosos, y toda la tecnología a disposición de la murga, como micrófonos corbateros, luces, consolas de audio, humo, y varios etcétera, que vemos hoy en día. Ni hablar de contratos succulentos de figuras que son verdaderamente “estrellas criollas”. Esa nueva onda murguera llevó a que los espectáculos traspasaran los febreros y los conjuntos siguieran trabajando todo el año, grabando discos y hasta viajando al exterior, en una suerte de comercialización lejos de aquellas murgas de principio de siglo”.*

Para los que tienen la suerte de trabajar en invierno, hay un cambio muy grande quizás, en lo que se refiere al murguista asociado con lo laboral. Si bien sabemos que el murguista cobra por hacer carnaval, y muchas veces cobra mucha plata (figuras cotizadas que arreglan un caché aparte de los tablados), siempre se vio a esta actividad como un divertimento, una pasión. El que sale en carnaval, lo hace porque le gusta, más allá de la plata que pueda ganar como ingreso paralelo a su “otro” trabajo no relacionado con el carnaval. Pero hoy quizás podamos hablar de “profesionalización de la murga”, no solo en el sentido que le veníamos dando antes, sino también en lo laboral, ya que algunos murguistas se dedican a esta actividad como si fuera un trabajo más que les ocupa todo el año y no solo unos meses.

Martín Duarte de Agarrate Catalina opina : *“La diferencia si quieres económica, de la actualidad a cuando arrancamos, es que si hoy quisiéramos vivir de la murga, capaz que estamos más cerca que antes”.*

Así, concluimos el análisis con lo que se puede ver como otra evolución clara del fenómeno.

## 6. CONCLUSIÓN.

---

Luego de haber organizado en el análisis la información obtenida en el campo, es necesario volver al “marco teórico” inicial para tratar la información desde ese plano.

Queda claro por lo mencionado en la sección anterior, que la murga está inmersa en un proceso importante de evolución en muchos de los aspectos que la componen. Se está involucrando cada vez más en lo que tiene que ver con el mercado del arte, y sus producciones, ahora apuntan al comercio de las mismas. De esta manera, se pudo subdividir el análisis en diversos ejes que se relacionan con la actividad económica de la murga en la actualidad.

Teniendo en cuenta los cambios que la murga ha sufrido en los últimos años, podemos acudir al concepto de Simmel que hace referencia a cómo las figuras creadas continúan existiendo con autonomía, con independencia del que la creó, planteándose así la posibilidad de “tragedia de la cultura”. Hoy en día los espectáculos de carnaval son televisados, emitidos por la radio y hasta grabados en CD y en DVD, quedando así para la posteridad, lo que genera que luego sean productos de mercado, independientes de sus creadores y de sus intérpretes, por haber adquirido vida propia. El espectáculo murguero se autonomiza en mayor medida como objeto. Así, recurrimos nuevamente a la idea de que la lógica cultural del objeto posee una evolutividad inmanente que la “alejan tanto de su origen como de su fin”. Las objetivaciones de espíritus subjetivos, adquieren autonomía con respecto al alma creadora. Las creaciones llegan al punto de adquirir una lógica propia que se desliga de sus creadores y que, cuando llega al punto de subyugarlos, se convierte en la tragedia intrínseca a lo cultural. El sentido impreso desde la subjetividad se esfuma y los murgueros se enfrentan a la evolutividad de algo que no sólo no les pertenece sino que los constriñe.

Los cambios ocurridos en la sociedad influyeron en el carnaval de un modo ineludible y conforman un hecho de trascendencia para dar cuenta de la idea simmeliana: cómo la cultura material adquiere una lógica propia que escapa a la teleología atribuida desde los sujetos y se impone ante la función auto realizadora de las almas. Las formas de producción artística han mutado de tal modo que han llegado al punto de independizarse trascendiendo a sus propios creadores.

No sólo importa en el concepto de “tragedia de la cultura” que las producciones se independicen de los creadores; también hay que tener en cuenta si las creaciones existentes obstaculizan a las futuras producciones.

La murga se ha convertido en un obstáculo a la creatividad; el producto inicial limita al nuevo producto. Existen diferentes criterios y estructuras desde el origen de la murga, que impiden que las nuevas agrupaciones (o las viejas que apuesten al cambio), puedan salirse de lo convencional. Es muy importante (prácticamente fundamental) para la murga la puntuación del jurado, y para que ésta sea buena, el espectáculo tiene que cumplir con ciertas condiciones determinadas de antemano. Se deben cuidar los diferentes ítems a ser evaluados para que el resultado sea favorable. Hay ejemplos de murgas que han querido innovar, alejándose de lo impuesto por las reglas existentes y han sido completamente discriminadas hasta el punto de ser excluidas del Carnaval, como “Antimurga BCG”, “La Mojigata”, “La Gran Siete”, entre otras. La murga respeta su estructura original. No son bien aceptados los cambios en cuanto a contenido y “forma” de expresar los mismos.

La murga es evaluada en el concurso oficial según rubros ya mencionados. Cada rubro se ha transformado en una especie de fin en sí mismo, lo que conlleva a una especialización en cada uno de ellos. Pudimos ver en el marco teórico la evolución en el maquillaje y el vestuario que plantea José Luis Rodríguez. A través de la solidaridad orgánica, en sentido durkhemiano, proporciona cohesión al grupo en su tarea de subir al

escenario. La heterogeneidad de funciones genera complementación frente a una meta común (Durkheim, 1967).

El producto final es consecuencia de mucho trabajo en el que los detalles son cuidados con rigurosidad. Cada murga se preocupa por superarse carnaval tras carnaval en cada uno de los rubros, y es por eso que cada vez más gente profesional participa en las producciones.

La inserción de la murga en la "Industria Cultural", tiene como consecuencia la necesidad de profesionalización de determinados aspectos necesarios para ser competente en el "mercado murguero". El maquillaje, el vestuario, la puesta en escena, el coro, etc. ya no pueden ser "amateurs" si quieren ser competitivos frente a las otras propuestas. Actualmente las exigencias son mayores que en años anteriores. Hay murgas con capacidad económica que innovan en esos aspectos, obligando a las demás a hacer el esfuerzo de estar a la par. La competencia que hoy existe es muy fuerte, y como consecuencia, es notorio un gran esfuerzo de las agrupaciones por superarse constantemente. La "Industria Cultural" genera que la murga produzca para la venta, para el puntaje del jurado, y para obtener la aceptación del público. Al momento de crear, se tiene en cuenta el éxito que el espectáculo puede tener en estos ámbitos.

Otro aspecto que se relaciona con el concepto de "Industria cultural", es la inmensa cantidad de empresas que se publicitan a través del carnaval y concretamente de las murgas, además del "marchandising murguero": remeras, pegotines, libretos, CD's y DVD's, con el único fin de su comercialización. Toda esta nueva realidad "de mercado" lleva a que las exigencias sean mayores. La murga necesita financiarse de alguna manera, para poder cumplir con todos los requisitos de la "industria". Los patrocinadores son los que permiten que los conjuntos puedan acceder a los elementos necesarios para ser competentes en este ámbito (vestuario, maquillaje, integrantes, etc.). Hay que tener en cuenta que las empresas eligen a las murgas más conocidas, o con más posibilidades de presentar su espectáculo, por lo que estamos frente a otra posibilidad de exclusión; si la murga no es conocida, o no es aceptada por el público en forma masiva, no obtendrá el mismo apoyo económico que otras murgas, viéndose en inferioridad de condiciones al momento de "invertir" en el espectáculo.

La murga deja su forma "tradicional" para pasar a ser una empresa o un producto de la "industria", en este caso "cultural", al decir de Adorno y Horkheimer.

La "industria cultural", en definitiva, al exigir cambios en cuanto a tecnología y profesionalización, no sólo cambió la "forma" de producir arte, sino que también impuso requisitos para que las murgas puedan o no integrarse a este fenómeno.

Si bien en la prueba de admisión todos los conjuntos están en igualdad de condiciones, debido a que no está permitido usar trajes ni maquillaje, el nivel del espectáculo que se presenta, tiene mucho que ver con los integrantes del coro a los que se les pudo o no ofrecer un buen caché, además de los letristas contratados, arreglador coral, colaborador en puesta en escena, etc. El buen plantel que se pueda armar a partir de los recursos económicos que la murga logra mediante financiación de patrocinadores influye desde esta etapa.

Podemos acudir a Eric Hobsbawn (2001), para retomar el tema de la profesionalización de la murga con respecto a la tecnología: "la tecnología revolucionó las artes haciéndolas omnipresentes (...) en los años ochenta la música pudiera estar en cualquier parte" (Hobsbawn 2001: 496) Esta manifestación artística es registrada a partir de diferentes formas, tanto auditivas como visuales, como se planteó antes. De esta manera, un espectáculo de murga, esta plasmado en algo material que se escapa del momento en el que sus intérpretes lo llevan a cabo (pérdida de "aura" en el sentido de Benjamín, que se desarrollará a continuación).

La televisión permite que esta manifestación se expanda incluso al exterior del país; esta revolución científica permite que el arte vaya más allá de su momento de creación o reproducción.

Existe una instancia de fusión entre la forma cultural murga y los medios masivos electrónicos de comunicación, hecho que se suma a la posibilidad de "tragedia cultural".

La mutación tecnológica que atraviesa a la murga como expresión cultural, pasa de la etapa de imposibilidad de reproducción técnica del espectáculo, más allá de las grabaciones a partir de la radio, a la etapa de generación de una obra artística pasible de reproducción. Esto, sin duda, cambia la relación entre los espíritus subjetivos creadores y el producto objetivado.

Según Hobsbawm (2001) la tecnología transformó el mundo de las artes y de los entretenimientos populares más pronto y de un modo más radical que el de las llamadas "artes mayores", especialmente las más tradicionales. Plantea también que la sociedad de consumo es una de las causas del declive de los géneros artísticos.

La murga, se transformó en un producto de consumo, que se vende a determinados precios, tanto a los dueños de los tablados como a la televisión (aunque por muy poca plata en este caso), y es rodeada por actividades completamente comerciales correspondientes a una típica sociedad de consumo. El arte pasó de ser un gasto a ser una inversión.

Cuando una obra de arte es reproducida técnicamente, lo que se pierde es su "aura" (al decir de Benjamín), ya que la técnica reproductiva desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición y del aura. Cuando estas reproducciones aumentan en cantidad, se pasa de una presencia irrepetible, a una presencia masiva. Los espectáculos de murga se reproducen tanto en forma televisiva como radial; a su vez se registran en forma de CD o DVD, quedando para la posteridad. De esta manera se pierde el "aquí y ahora" de esa obra de arte, "El aquí y ahora del original constituye el concepto de su autenticidad" (Benjamín, W; 1936:21).

Cuando el murguista no presenta su actuación directamente al público, lo hace por medio de todo un mecanismo. En estos casos el consumidor se contacta con la murga a través de un aparato. Deja de percibir el "aura" de la obra y accede a ella en forma si se quiere impersonal. La reproductibilidad técnica actual genera una relación diferente de la masa con el arte.

Las murgas anteriormente producían su espectáculo en un contexto distinto al actual. Si bien se mantienen como un factor importante para la murga, la cantina, los amigos, el barrio, etc., también se han sumado muchos otros elementos. Algunos ensayos se han convertido en "mini tablados" por la gran convocatoria de público y la amplificación. El "aura" de la murga se transforma con estos elementos, con la maquilladora profesional, con los trajes con telas importadas, con el iluminador, el vestuarista, etc. Se crea el espectáculo en un contexto distinto; más profesional y pensado para el "mercado". Los integrantes del plantel ya no son los amigos del barrio, y ni siquiera importa si son del barrio de la murga. Lo que importa es que "sumen" al coro para que éste sea perfecto. La lógica de los murguistas es cada vez más similar a la de los jugadores de fútbol. Pasan de un plantel a otro por conveniencia económica.

Podemos introducir aquí el concepto de "sentimiento de pertenencia" de Merton, planteando que no es lo mismo que un murguista cambie de plantel todos los años, ya que la relación que mantiene con ese grupo es momentánea. Cuando un murguista es fiel a un conjunto y se mantiene durante largo tiempo en el, es diferente el sentimiento que puede llegar a tener hacia el mismo. No es lo mismo "cambiarse la camiseta" año tras año que mantenerla durante toda una vida como es el caso de algunos murguistas.

Aspectos vinculados a la presentación del murguista en sí, también se relacionan con la profesionalización. A través de los conceptos de Parsons en el marco teórico, planteamos la posibilidad de que lo puramente expresivo empiece a perder terreno frente

a la relevancia que adquiere, lo evaluativo y lo instrumental a la hora de la presentación. La tragedia estriba en que en esa especialización constante a nivel técnico se puede perder la expresividad original atribuida desde los sujetos creadores. Los murguistas no son libres de expresar a través de sus movimientos lo que el espectáculo les genera; existe un profesional (o colaborador de la murga), que marca los movimientos de los integrantes, de tal manera que aporte en la globalidad de la presentación. Por otro lado, se incorporan nuevas tecnologías, como ser micrófonos, amplificación, iluminación, que también quitan libertad de movimiento. El murguista debe asumir que estos elementos son parte de su actuación, por lo que los debe tener en cuenta en todo momento de la presentación.

La influencia de la "Industria cultural" provocó que la parte comercial y técnica de la murga prime ante lo expresivo. En otras palabras, lo evaluativo se impone frente a lo expresivo. Al momento de crear un espectáculo, se tienen muy en cuenta los elementos que pueden llevar al éxito. Si se quiere expresar cierta idea, y la murga sabe que no será bien evaluada por contenido o por "forma" en que se la expresa, no va a ser incluida en el repertorio, más allá de que sea una idea que se considere relevante expresar.

La murga, en sus inicios, fue un fenómeno predominantemente expresivo; luego, lo instrumental fue tomando mayor importancia. La creación está subordinada a su posterior evaluación, tanto del jurado como del público y la prensa, ya que la aceptación de estos actores condicionará el éxito de cada conjunto.

La manera en que la murga (y al mismo tiempo cada murguista) se presenta ante el público ha sufrido con el tiempo una gran evolución. Incluso el "medio" en términos de Goffman se ha visto modificado; los tablados de barrio formados por los vecinos, ahora son tablados comerciales. Ni hablar de la diferencia de número; la cantidad de tablados de hoy no se compara con los tiempos pasados en donde cuentan, había un tablado por esquina. El "medio" en el que las murgas desarrollan sus actuaciones se ha modificado también en cuanto a tecnología, público, estructura, etc. Permite que se le agreguen cada vez más elementos. Por ejemplo, en los tablados actualmente, hay cierta tecnología que permite el uso de iluminación acorde a la presentación, humo, amplificación, cantidad de micrófonos, vinchas, etc.

Cada vez las murgas invierten más para generar impresiones fuertes en el público; se hace un gran despliegue de vestimenta, al igual que con la escenografía que cada vez es más elaborada, y los maquillajes, a los que se le agregan cada vez más detalles. El murguista para las presentaciones actuales, modifica su "fachada personal" durante horas, para luego enfrentarse al auditorio (traje, maquillaje, gorro, etc.). El maquillaje no es realizado en la mayoría de los casos por una vecina o amiga de la murga, o incluso por el propio murguista como solía hacerse antes; las maquilladoras son profesionales al punto de que antes de maquillar a una murga estudian los libretos y concurren a ensayos para tener más claro el tipo de trabajo que deben realizar. Lo mismo ocurre con los trajes que son elaborados por personas con conocimiento, que de la misma manera que para el maquillaje, deben concurrir a ensayos para observar el espectáculo, tomar medidas, y trabajar en un diseño que aporte en la globalidad. Estos dos rubros son calificados, por lo que no se los puede descuidar. De esta manera, cuando el murguista sale a escena, lleva consigo un trabajo de mucho tiempo y dinero.

Si tomamos en cuenta este conjunto (la "fachada personal" del murguista "disfrazado" y el "medio" en el que desarrolla su actuación), podemos hablar de un espectáculo muy elaborado y cuidado en todos los aspectos.

La profesionalización se hace notar también en los antiguos rituales murgueros así como en las rutinas carnavaleras.

No es una novedad plantear que la murga desde su origen tiene diferentes rituales que le dan determinada identidad, y que a su vez entre las diferentes murgas estos rituales varían dándoles su propia "personalidad". Muchos de estos se mantuvieron

durante largos años en esta manifestación artística: los ensayos en las cantinas, el vino presente tanto en ensayos como en actuaciones, el camión, el rodillo con la letra en los ensayos, entre otros. La profesionalización de la murga hizo que muchos de estos rituales, se transformaran o se perdieran directamente. Si bien algunas murgas tratan de mantenerlos, otras los dejaron de lado como parte de la “evolución” o los cambios que se dieron en los últimos tiempos. Según Durkheim, los rituales son “maneras de obrar que nacen solamente en el seno de grupos reunidos y que están destinados a suscitar, mantener o renovar ciertos estados mentales de esos grupos”. Estos rituales demuestran de alguna manera la cohesión de grupo; en la murga se da la existencia de relaciones intensas en grupos relativamente pequeños. Los grupos de murga han cambiado con los años y cada uno, si bien fue adoptando la tradición, también fue incorporando cosas nuevas, que a veces complementaban lo viejo, pero otras veces lo sustituían, y así es que la murga de hoy no es la misma que la de años anteriores, haciendo que el género evolucione al mismo tiempo que sus rituales; el camión en algunos casos fue sustituido por un ómnibus, el rodillo por fotocopias, las fuertes voces por micrófonos amplificados, y el espacio de esparcimiento del murguista por un espacio de trabajo profesional. Puede decirse que como propiedad global, los rituales –básicamente los que obedecen al carácter social en general- son los más estáticos; en cambio, los más dinámicos, son los que cada murga establece para diferenciarse/ identificarse. Esto último es lo que genera que cada murga sea como es; fiel a su estilo singular.

En las presentaciones en público, los rituales han tendido a permanecer, las actuaciones son metódicas: presentación, popurrí, cuplés y retirada. Aunque se puede precisar que hoy, algunas murgas, han optado por una continuidad en el espectáculo, manteniendo implícito el cambio de la presentación al popurrí, del popurrí a los cuplés y así sucesivamente. Esta tendencia sobre todo la han instalado aquellas que siguen la línea de las murgas de La Teja, tales como Diablos Verdes, Contrafarsa. Esta última, acentuó esta característica en el año 2000, con su espectáculo “El tren de los sueños” que hizo manifiesta esa línea continua. Por otro lado, hay murgas que mantienen una estructura tradicional, como “Colombina Ché”, continuando la partitura de la antigua línea de “La Unión”.

La murga como fenómeno global parece haber mantenido sus rituales generales en una tendencia histórica que comprende una zona de solapamiento común a todas las murgas.

Las reglas establecidas en el concurso de Carnaval, como planteamos anteriormente, definen un ganador, obteniendo como efecto el status de cada una de las murgas. Recurriendo a los conceptos de Geertz, se puede agregar que estas reglas existen para poder lograr criterios comunes, ya que lo que predomina en esta manifestación es la originalidad en la creación.

De antemano están establecidos los criterios del jurado, y los requisitos que tiene que cumplir una murga tanto para ingresar al concurso como para prosperar en él. Las murgas deben adaptarse a estas reglas de forma obligatoria.

Estas reglas aportan en la necesidad de profesionalización de la murga. Ésta, debe cumplir con ciertas obligaciones referentes a los distintos elementos que la componen, por lo que debe lograr satisfacerlas.

Existe una primera instancia de exclusión, que se da en la prueba de admisión que debe rendir toda murga que desee entrar por primera vez al Concurso, o que de lo contrario, el año anterior no haya sido parte de la “liguilla”. Las murgas que finalmente logran ser parte del Concurso, enfrentan una segunda selección no formal, sino subjetiva, por parte del público, la prensa, los dueños de tablados, entre otros, que definen la participación que la murga tendrá en cada carnaval según su aceptación o rechazo. Estas dos instancias se relacionan con las reglas a cumplir, que exigen ciertas características en el espectáculo, definitorias en la primera instancia de exclusión y colaboradoras en la segunda.

El público actual parecería demostrar la fuerte influencia que los medios tienen sobre sus gustos. Se pudo apreciar en las observaciones, la gran preferencia del mismo por las murgas más compradas por los tablados privados, y más publicitadas por los medios de comunicación. El futuro de cada murga está condicionado por la atracción de público que genera. La prensa y la televisión influyen en los gustos de la gente. Incluso los tablados privados, por diferentes motivos (económicos), ofrecen al espectador prácticamente siempre los mismos espectáculos, excluyendo a grandes artistas del carnaval y en definitiva seleccionando ellos mismos en forma subjetiva lo que se considerará bueno o malo como producto. El auditorio de hoy, muchas veces no es capaz de discriminar entre un buen espectáculo y un espectáculo mediocre, porque los medios de comunicación le imponen determinados gustos. En el carnaval, cada vez importa más lo que a la gente le atrae porque en definitiva es lo que se vende. Si una murga no tiene convocatoria, probablemente esté excluida durante la temporada de presentarse en los distintos tablados, ya que los comerciantes compran a las murgas que tienen seguidores. Es una especie de círculo del que la murga no puede salir después de que entró. En esta industria cultural, es prioridad la aceptación y la posibilidad de venta para prosperar en los carnavales...

La murga, siguiendo a Parsons (1968), podría verse como un símbolo de la comunidad, como un rasgo constituyente de la identidad nacional. Muchos uruguayos se ven identificados con este género musical por ser característico y exclusivo de su país. El Uruguay sufrió varias veces, y por diferentes motivos, la emigración de sus ciudadanos a diferentes países del mundo; y estas personas, al estar lejos, necesitan de su "tradición", de lo que es parte de su propia cultura. En los años 2006 y 2007, algunas murgas uruguayas tuvieron la posibilidad de acceder a las colonias de uruguayos que residen en otros países, lo que se constituyó en un nuevo "mercado murguero". Sin duda muchos uruguayos que están lejos, les guste o no la murga, la sienten como un símbolo nacional y por eso la reciben con entusiasmo. Estando en tierra ajena, es posible acercarse a la "tradición", a la "cultura", a una importante manifestación artística uruguaya. Esto tiene relación directa con el planteo de la pérdida de zafralidad de la murga, ya que estas nuevas posibilidades permiten que la misma se mantenga en contacto trabajando durante el año y no solo en febrero. A su vez, es un indicador de la fuerza que el fenómeno toma, pasando los límites del país y haciendo posible que los uruguayos que por diferentes motivos debieron emigrar, sigan en contacto con algo que los identifica.

Para algunos casos específicos, podemos decir que la pérdida de zafralidad es una realidad. La imposibilidad de vivir de la murga se ha transformado en lo contrario para algunos murguistas que han logrado mantener su trabajo durante el año. Esto es un indicador fuerte de la evolución de la murga y del crecimiento de la misma.

De esta manera es un fenómeno que crece tanto dentro como fuera del territorio, incorporando nuevos seguidores y permaneciendo vivo para no tener que prometer regresar.

Esto trae cambios también en otro sentido; las murgas tienen menos tiempo para preparar el siguiente espectáculo, debido a que durante el año continúan presentando la propuesta anterior. El tiempo de dedicación a la creación disminuye por las nuevas oportunidades de seguir trabajando en las otras estaciones del año. Hay que aclarar que esto ocurre en las murgas mejor calificadas por el jurado y más aceptadas por el público; no todas tienen esta posibilidad.

Ya habíamos mencionado, en el análisis, cómo es posible identificar cierta contradicción entre lo que la murga expresa y lo que en realidad hace, en el sentido de que su discurso clásico, se opone a la injusticia social, a la miseria, a la pobreza, a la desigual distribución, y por otro lado, la profesionalización la ha llevado a invertir mucho

dinero (quizás innecesario) en la producción de su espectáculo. También se planteó la idea de que esta contradicción pudiera llevar a su propia deslegitimación.

Malinowski plantea la posibilidad de tomar el objeto como una transformación de materias primas, que conducen a un producto global llamado murga. Ese producto no toma un camino unívoco, *puede* transformarse en enemigo del que lo produjo. Así, se reconoce la independencia de las formas culturales de sus creadores subjetivos originales manifiesta en las formulaciones de Simmel y Parsons. La murga hoy en día se puede ver como contradictoria si tomamos en cuenta el costo de sus producciones y sus negocios, incluso con empresas como "Tenfield". Si bien la murga mantiene su discurso original, se ve envuelta en ciertas maneras de accionar que no coinciden con lo que se podría ver como su "ideología".

Malinowski (1944) reconoce que la cultura *puede* ser enemiga, pero plantea que esto no siempre sucede. Sin embargo, la murga, al verse dentro de las leyes del mercado o de la "industria cultural", no pudo escapar a eso. El autor también lo plantea como consecuencia de la natural evolución que la cultura sufre, y de la necesidad de adaptación para mantenerse viva frente a los cambios, "lo material de la cultura debe ser renovado y mantenido en condiciones de uso" (Malinowski; 1944: 50) Nuevas necesidades producen una transformación de la cultura, y ésta a su vez lleva a un cambio social. La incorporación de nueva tecnología y la constante profesionalización del género, imponen cada vez más necesidades económicas que llevan incluso a peligrar la legitimación de su discurso.

La murga va transformándose al igual que otros estilos y produce cambios.

Los cambios tecnológicos y estéticos son en parte, producto de la inmersión del fenómeno en la "Industria cultural". Algunos de los cambios aportaron en los espectáculos: los micrófonos y la amplificación permiten que se comprendan mejor las letras y que un número mayor de público pueda escuchar la función; la iluminación aporta en la visión global, a través de los distintos efectos lumínicos; los trajes y el maquillaje también favorecen la globalidad de la "fachada personal" del murguista y por lo tanto de toda la presentación; la puesta en escena permite que el movimiento grupal refleje las ideas que se están cantando, entre otros cambios positivos. Al mismo tiempo, algunos de estos cambios pueden tener un efecto negativo, por ejemplo, los micrófonos quitan libertad de movimiento al murguista que debe estar pendiente de un objeto, al igual que la puesta en escena marcada por un tercero, que no permite (por lo menos en la mayor parte del tiempo) que el murguista se exprese a su gusto con el cuerpo. La técnica, y los distintos elementos incorporados, por un lado ayudan al espectáculo, y por otro, impiden que los artistas sean más libres en su actuación. El murguista debe aceptar estos cambios porque sabe que son las reglas. Si no está de acuerdo con las letras, no siempre tiene la posibilidad de manifestarlo y modificarlo, de la misma manera que con los trajes, el maquillaje y cualquier otro elemento. Cuando hay un dueño responsable las decisiones dejan de ser grupales y hay que adaptarse a lo que se les ofrece.

Los nuevos "medios", en parte son vehículos conductores de significación, son un medio expresivo, al decir de Sorokin, ya que aportan a la comprensión del espectáculo global. La puesta en escena, los trajes, el maquillaje, la amplificación, el trabajo coral, etc., lo que buscan, es que el público comprenda mejor la idea que se quiere expresar. Por otro lado, también son vehículos productores de éxito, porque son pensados y cuidados, teniendo en cuenta la forma de evaluación del jurado y un reglamento existente.

La murga entonces ha incorporado con el tiempo elementos que la transforman en un fenómeno mucho más profesional, dejando de lado las características que la definían en los carnavales del '900. Al mismo tiempo que la sociedad de la que es parte irá transformándose, la murga también seguirá adquiriendo nuevas formas de manifestarse y sustituyendo (o no) las que hoy en día utiliza. Algunos cambios podrán verse como positivos para esta manifestación artística; otros quizás sean negativos, pero son cambios que naturalmente ocurrirán con el tiempo...

## 7. Bibliografía.

---

- ACHUGAR, H.; RAPETTI, S.; DOMINZAIN, S.; RADA KOVICH, R.: *Imaginario y consumo cultural*, Trilce, Montevideo- Uruguay, 2003.
- ALFARO, Milta: *Carnaval: Una historia de Montevideo desde la perspectiva de la fiesta (Primera Parte: El Carnaval Heroico (1800-1872))*, Ediciones Trilce, Mvdeo. – Uruguay, 1991.
- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M.: *Dialéctica del iluminismo (1944)*, Sur, Bs.As., 1969.
- ALONSO, Luis Enrique: "Sujeto y discurso de la entrevista abierta en la práctica de la sociología cualitativa", en Delgado, J.M. y Gutiérrez J. (coord.): *Métodos y técnicas cualitativas de investigación social*, Síntesis, Madrid, 1999.
- BAYCE, Rafael: *Cultura Política Uruguaya*, FCU, Montevideo- Uruguay, 1989.
- BAYCE, Rafael: "Brindis por Pierrot: embrión de identidad nacional", *Semanario Jaque*, agosto de 1986, pág. 26, Montevideo- Uruguay.
- BAYCE, Rafael: "Carnaval: fiesta, fantasía, catarsis, inversión de status, control", *Cuadernos de Marcha*, marzo de 1992 (a), Montevideo- Uruguay.
- BAYCE, Rafael: "Y el pueblo vuelve a soñar", *Brecha*, marzo de 1992 (b), Págs. 16-17, Montevideo- Uruguay.
- BAYCE, Rafael: "La diversidad de los carnavales", Ponencia presentada en el VI RAM de antropología celebrado en Montevideo- Uruguay, diciembre de 2005.
- BENJAMIN, Walter: *Discursos interrumpidos*, Planeta Agostini, Barcelona, 1936.
- BERGER, P. & LUCKMANN, T.: *La Construcción Social de la Realidad (1968)*, Amorrortu, Buenos Aires, 1976.
- BERO CAY, Roy: *20 años de Democracia*; CAETANO, Gerardo (compilador), Taurus, Montevideo-Uruguay, 2005.
- BLANCHET, Alain: "Entrevistar", en BLANCHET; GHIGLIONE; MASSONANT; TROGNON: *Técnicas de investigación en Ciencias Sociales*, Narcea SA Ediciones, Madrid, 1989.
- BOURDIEU, Pierre: *La Distinción (1979)*, Taurus, Madrid, 1991.
- BRUM, Julio: *Compartiendo la alegría de cantar. La experiencia de la Murga Joven en Montevideo 1995-2001*, Ediciones del TUMP / IMM-Comisión de la Juventud, 2001.
- CARRIZO, Luis: *Contrafarsa: murga, arte, sociedad*, Trilce, Mdeo.- Uruguay, 2000.
- CASARAVILLA, Diego: "La cultura política uruguaya desde el carnaval. Heroísmo antimilitar, crisis del socialismo real y MERCOSUR", en *Cuadernos del CLAEH* 65-66, Montevideo- Uruguay, 1993.
- CEA D'ANCONA, M. de los Ángeles: *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*, Síntesis, Madrid, 1999.
- DURKHEIM, Emile: *Las reglas del método sociológico (1895)*, Pleyade, Bs. As., 1968.
- DURKHEIM, Emile: *Las formas elementales de la vida religiosa (1912)*, Alianza, Madrid, 1993.
- DURKHEIM, Emile: *La División del Trabajo Social (1893)*, Schapire, Bs. As., 1967.
- ECO, Humberto: *Apocalípticos e Integrados*, Lumen, Barcelona, 2001.

- GEERTZ, Clifford: *La interpretación de las culturas* (1973), Gedisa, Barcelona, 1980.
- GOFFMAN, Erving: *La presentación del Yo en la vida cotidiana* (1957), Doubleday Anchor Books, New York, 1989.
- GRAMSCI, Antonio: *Los intelectuales y la organización de la cultura* (1949), Juan Pablos, México DF, 1975.
- HOBBSBAWN, Eric: *Historia del Siglo XX* (1995), Crítica, Buenos Aires, 2001.
- HOLSTI, O.R.: "Content analysis", en Lindzey, G. y Aronson, E. *The handbook of social Psychology*, Vol. 2. Research Methods, Addison-Wesley, Reading, Máss, 1968.
- HORKHEIMER, Max: *Crítica de la razón instrumental* (1967), Sur, Buenos Aires, 1982.
- KRIPPENFORD, Klaus: *El análisis de contenido y sus fundamentos conceptuales*, Paidós, Barcelona, 1996.
- LAMOLLE, G.; LOMBARDO, E.: *Sin disfraz, la murga vista desde adentro*, Ediciones del TUMP, Montevideo- Uruguay, 1998.
- LAMOLLE, Guillermo: *Cual retazo de los suelos*, Trilce, Montevideo- Uruguay, 2005.
- LUHMANN, Niklas: *La cultura como concepto histórico* (1995), Hemeroteca Virtual Anuies, www.hemerodigital.unam.mx.
- MANNHEIM, Karl: *Ideología y utopía* (1929), FCE, México DF, 1987.
- MALINOWSKI, B.: *Una teoría científica de la cultura*, Sudamericana, Bs.As., 1967.
- MASSONANT, J.; BLANCHET, A.; GHIGLIONE, R.; TROGNON, A.: *Técnicas de investigación en ciencias sociales*, Narcea S.A. de Ediciones Madrid.
- MERTON, Robert King: *Teoría y estructuras sociales* (1949), Fondo de Cultura Económica, México DF, 1969.
- PADUA, Jorge: *Técnicas de investigación aplicadas a las Ciencias Sociales* (1979), FCE, México, s/d.
- PARETO, Vilfredo: *Tratado de sociología general* (1916), Revista de Occidente, Madrid, 1967.
- PARSONS, Talcott: *El sistema social* (1951), Revista de Occidente, Madrid, 1968.
- PIÑUEL RAIGADA, José Luis: *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*, Artículo de la Universidad Complutense de Madrid.
- REMEDI, Gustavo: *Murgas: el teatro de los tablados*, Trilce, Mvdeo.- Uruguay, 1996.
- RODRÍGUEZ, J. L.: "Por siempre murga", Fund. Proyecto Sur, Mvdeo.- Uruguay, 2004.
- SIMMEL, Georg: *Sobre la aventura* (1911), Península, Barcelona, 1968.
- SOROKIN, Pitirim: *Sociedad, cultura y personalidad* (1947), Aguilar, Madrid, 1960.
- SPENCER, Herbert: *Ética de las prisiones*, La España Moderna, Madrid, 1854.
- STREET, John: *Política y cultura popular* (1997), Alianza Editorial, Madrid, 2000.
- TAYLOR, S.J. y BOGDAN, R.: *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Paidós Studio, 1986.
- VALLES, Manuel: *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*, Síntesis Sociología, 1996.
- WEBLEN, Thorstein: *Teoría de la clase ociosa* (1899), Hispamérica, Buenos Aires, 1985.

