

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

Metamorfosis de las Murgas

Mario Pereira Silva
Tutor: Rafael Rey
Co-tutora: Rosario Radakovich

2013

Agradecimientos

Mi agradecimiento a nivel institucional para la Universidad de la República Oriental del Uruguay por permitir que quien desee estudiar tenga la oportunidad de hacerlo sin importar su edad.

A la Facultad de Ciencias Sociales cuyos docentes, administrativos y compañeros quienes hacen posible que esta facultad sea de primer nivel.

Me siento orgulloso de haber estudiado en ella y que en los años lectivos siempre tuviera una novedad en inversión de infraestructura porque eso permite que sea un placer ir a estudiar.

A todos los docentes con los que cursé materias y talleres que me han enriquecido y dejado una profunda enseñanza algunos de ellos son: Francisco Pucci, Pablo de la Rosa, Daniel Umpierrez, Emiliano Rojido, Sebastián Aguiar, Rafael Bayce, Felipe Arocena, Carmen Apratto, Juan Cristiano, Milita Alfaro, Nora Berreta, José Rilla, Julián González, Verónica Filardo, Susana Mallo, Carlos Muñoz, Rossana Vitelli y Marcelo Boado.

A mis compañeros y futuros colegas que compartimos tantas experiencias.

En lo académico un “especial” reconocimiento a mis dos tutores Rosario Radacovich y Rafael Rey por ser motivadores, darme su apoyo y hacer posible la presentación de esta tesis.

En lo personal a Emanuel que no está presente, pero vive en mi corazón. A mi esposa que fue la que me ayudó como correctora ortográfica, a ella y mis dos hijos que son los “motores” estimuladores de todo este proceso.

A todos gracias por permitir que me pueda desarrollar como profesional y ser humano.

Mario Pereira Silva

Índice

1 Introducción	2
1.1 Problema de Investigación	3
1.2 Antecedentes	4
1.3 Definición de la Murga.....	5
1.4 Historia de las murgas.....	6
1.5 Cultura y Murgas.....	10
1.6 Murgas y Agentes culturales.	12
1.7 Dimensión Profesionalización.....	16
2 Modernidad	21
2.1 Proto Murga – Hacia la profesionalización.....	22
2.2 Viejo paradigma de carnaval	23
2.3 Cambio de “Modelo” de tablados.....	25
2.4 Murgas – Inicio de profesionalización.....	27
2.5 DAECPU: Nacimiento y definición.....	28
2.6 Influencia del teatro.....	30
2.7 Elementos donde se asienta el espectáculo de las Murgas	32
3 Post Modernidad	34
3.1 Murga Tradicional y Murga Compañera	35
3.2 Movida Joven.....	38
3.3 Nuevo Paradigma de Murga	42
4 Conclusiones	50
5 Anexos	55

“... y en estos momentos aún no sabemos si la vida cultural puede sobrevivir a la desaparición de la servidumbre”.
A.Besançon. Etre russe au XIXème siècle (Bourdieu 1998: pag.8)

1 Introducción

Este trabajo pretendió estudiar los cambios que se produjeron a través del tiempo en las murgas, analizando su transformación en los últimos años tomando el período de la década del 60' hasta el año 2010.

Se plantearon algunas interrogantes para realizar este trabajo:

¿Por qué es importante analizar el carnaval y la murga?

¿Cómo se relacionan el carnaval y las murgas con los cambios de los “modelos políticos – económicos” desde la década del 60' hasta la actualidad?

¿Cuáles son los agentes sociales más importantes que “intervinieron” para la transformación de las murgas en sus espectáculos?

¿Cuáles son los ejes principales que influyeron en este cambio?

¿Cómo interviene la pos modernidad o “**capitalismo tardío**” en esta transformación?

Nos pareció importante el desarrollo de un trabajo de investigación social de las murgas y el carnaval, ya que dan lugar a interacciones entre diferentes actores sociales, produciendo un “bien simbólico cultural” que atraviesa a toda nuestra sociedad que perdura el carnaval y en menor medida durante el resto del año.

Es uno de los fenómenos sociológicos más importantes de nuestro país.

La murga tiene en su esencia la crítica punzante e irónica hacia la sociedad o a los temas de índole político.

Este trabajo pretende ser un aporte a la temática del “gusto” cultural, en particular en Uruguay, focalizado en una manifestación popular como lo son las murgas.

Esta manifestación artística es una de las creaciones simbólicas culturales más relevantes de nuestro país, siendo reconocida internacionalmente¹. Asimismo, es portadora de identidad nacional e históricamente ha intentado representar a las clases más desposeídas a través de su crítica incisiva y de sus cantos de protesta.

Por los conceptos vertidos anteriormente este trabajo pretende tener una introspección en el mundo de la cultura uruguaya tratando de aportar una visión crítica, amplia y objetiva desde la mirada de la sociología.

¹ Se fomenta como atracción turística hacia países extranjeros.

Se presenta un análisis sobre las murgas desde su historia, definición, cultura, agentes culturales relacionados y las conclusiones de este trabajo de investigación social de las murgas y el carnaval.

1.1 Problema de Investigación

Este trabajo, intenta generar conocimiento relativo al campo de la sociología de la cultura basado en tres pilares: economía, política e historia.

Pregunta Problema

¿Será que la intervención de especialistas del espectáculo y los medios masivos de comunicación logran conseguir un cambio “cultural” en la murga, teniendo como consecuencia un consumo “voraz” en un amplio espectro de los estratos sociales de nuestro país?

Lo que nos interesa son” las murgas”, abordando los siguientes aspectos: transformaciones históricas, contenidos y mensajes.

Se intentó comprender el rol que juegan agentes culturales en este proceso tales como: el Estado, IMM, discográficas, empresarios del espectáculo, instituciones educativas y agentes comerciales (mayoristas y minoristas).

Los *objetivos generales* de investigación son:

- a. Describir el proceso de profesionalización de las murgas uruguayas y su evolución artística y económica, desde la década del 60’ hasta el año 2010.
- b. Determinar las estrategias de los agentes que dieron lugar a este proceso.

Los *objetivos específicos* de la investigación son:

- a. Analizar qué factores inciden en la profesionalización de este género musical.
- b. Indagar acerca de los factores que inciden en la evolución artística y económica del género musical.
- c. Analizar las estrategias de los agentes en relación al género musical, buscando establecer como intervienen y porque lo hacen.

1.2 Antecedentes

La teoría económica en el pasado, no incluyó a las actividades culturales. Para los economistas clásicos, como Adam Smith o David Ricardo, el gasto en las artes no contribuía a la riqueza de las naciones. Pero, progresivamente “*se fueron sentando las bases de una “economía de la cultura”, gracias a los trabajos de diversos autores: William Baumol, William Bowen, Gary Becker, George J. Stigler, Alan Peacock, Peter J. Alexander, David Throsby, el Gresec o Grupo de Grenoble..., entre otros*” (Stolovich, Lescano, Mourelle, Pessano 2002:1) Siguiendo a Stolovich, vemos que contribuido tres factores en el reconocimiento de esta “nueva” disciplina: propensión de las actividades culturales a generar flujos de ingresos y de empleo, la necesidad de evaluar las decisiones culturales que implican recursos económicos, y en el plano teórico, el desarrollo de la economía política hacia nuevos campos.

¿Será que la globalización y el sistema neo liberal a atrapado a este género musical?

Podemos ver una teoría por detrás de esta interrogante, es la "Teoría de la Critica a la Razón", que es la mercantilización de la cultura por parte del capitalismo llevó a esta forma de expresión popular en un producto de consumo masivo.

La murga que en su esencia es la crítica punzante e irónica hacia la sociedad o los temas político sociales de la actualidad, es para el capitalismo un producto altamente consumista, las industrias intervinientes (medios de comunicación, los sellos discográficos, los mega empresarios del carnaval, productores de espectáculos, intermediarios, etc.) son las que más maximizan sus ganancias.

"Lo que resiste sólo puede sobrevivir enquistándose. Una vez que lo que resiste ha sido registrado en sus diferencias por parte de la industria cultural, forma parte ya de ella, tal como el reformador agrario se incorpora al capitalismo". (Horkheimer y Adorno 1960:48)

Es una expresión cultural que ya tiene probado su éxito en los estratos sociales bajos donde el consumismo no genera mucha utilidad, por eso hay que "masificar" este género al resto de los estratos sociales a esta expresión cultural.

"La eterna repetición de lo mismo regula también la relación con el pasado. La novedad del estadio de la cultura de masas respecto al liberal tardío consiste en la exclusión de lo nuevo. La máquina rueda sur place. Cuando llega al punto de determinar el consumo, descarta como riesgo inútil lo que aún no ha sido experimentado." (Horkheimer y Adorno 1960:50)

El capitalismo "cosifica" estas expresiones culturales que se revelan ante él y las logra dominar e integrar a su círculo económico.

"El nuevo aspecto actual es la disminución del antagonismo entre la cultura y la realidad social, mediante la extinción de los elementos de oposición, ajenos y trascendentes de la alta cultura, por medio de los cuales constituiría otra dimensión de la realidad. Esta liquidación de la cultura bidimensional no tiene lugar a través de la negación y el rechazo de los «valores culturales», sino a través de su incorporación total al orden establecido, mediante su reproducción y distribución en una escala masiva." (Marcuse, Heber, 1968:87)

La aplicación de modelos neo liberales en el mundo desde los años 80 del siglo XX llevó a que estos tipos de expresiones culturales fueran integradas a la industria cultural.

Adorno y Benjamín están en contra de la sociedad de Estados Unidos que consiguió absorber a la cultura como mercancía. Es el predominio de la utilidad económico – político del arte frente al valor expresivo del arte, hay una mercantilización de la cultura a través de la cual llegan a esta conclusión.

La mayoría de los estudios que se han realizado refieren a evaluaciones de los impactos económicos de la cultura, son estos directos e indirectos, de alcance global o de alcance limitado a los efectos de una actividad específica sobre un determinado lugar geográfico. Sin embargo, gran parte de los estudios realizados, poseen una finalidad instrumental, ya que fundamentan la necesidad de incrementar los aportes económicos, públicos y privados, necesarios para financiar las actividades culturales. Pese a que la finalidad de estos estudios se reduce a un único aspecto del espectro cultural, resultan importantes a la hora de tomar decisiones acerca de si las actividades culturales son económicamente rentables.

Otro enfoque de la Economía de la Cultura, refiere a que ésta no se reduce al campo económico. La producción cultural y la industrial se basa en recursos naturales, la cultura, como la naturaleza, puede agotarse si no se sabe explotarla o si se dilapida, el mercado cultural – económico perdería la gallina de los huevos de oro.

"La diversidad cultural, por tanto, es como la biodiversidad: si se explota en busca de beneficios inmediatos, sin permitir su reciclaje y renovación, la economía perderá la materia prima de la producción cultural, la amplísima reserva de experiencia humana." (Jeremy Rifkin, 2000:151)

Las relaciones entre Economía y Cultura no deberían verse desde una óptica instrumental al momento de hacer inversiones económicas en instituciones y actividades culturales. Deben integrarse todas las perspectivas y complementarse con enfoques teóricos.

Stolovich sostiene que los primeros autores que incursionan en estos temas sus contextos culturales y sociales son distintos de los países latinoamericanos, con el agregado de que Uruguay al tener un mercado de escala pequeño su realidad es muy diferente al mismo mercado latinoamericano.

1.3 Definición de la Murga

Las murgas se han desarrollado desde sus inicios en torno a la festividad del Carnaval², siendo reconocida como categoría en 1917 dentro del *Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas*³.

En el Reglamento Oficial de Agrupaciones Carnavalescas (emitido por la Intendencia Municipal de Montevideo), que es tomado como referencia en todo el país, la murga se define como: *"La categoría de Murgas es conceptualmente un natural medio de comunicación, transmite la canción del barrio, recoge la poesía de la calle, canta los pensamientos del asfalto. Es una forma expresiva que trasunta el lenguaje popular, con la veta de rebeldía y romanticismo.*

*La Murga, esencia del sentir ciudadano, conforma una verdadera auto-caricatura de la sociedad, por donde desfilan identificados y reconocidos, los acontecimientos salientes de la misma, lo que la gente ve, oye y dice, tomados en chanza y en su aspecto insólito, jocoso y sin concesiones y si la situación lo requiriera, mostrará la dureza conceptual de su crítica, que es su verdadera esencia"*⁴.

En la definición, propuesta por la Intendencia de Montevideo, la murga se distinguiría *"por su canto coral y su ritmo, único en el mundo, conocido como "Marcha camión"...Las murgas comentan con sarcasmo sucesos del año y se ríen de importantes personajes de la política, el deporte y la televisión. Las integran catorce cantores y tres percussionistas que ejecutan bombo, redoblante y platillos de entrechoque. Los espectáculos están compuestos por la presentación, el popurrí, los cuplés y la siempre emocionante despedida"*⁵. Esta nueva definición nos aporta nuevos elementos, tales como en las partes en que se divide el espectáculo de la murga⁶, la cantidad de integrantes y los instrumentos principales.

² Máxima expresión cultural del país que se desarrolla durante el mes de febrero y es considerado como el más largo del mundo.

³ La organización de esta festividad se encuentra a cargo de los Directores de Espectáculos Carnavalescos Populares del Uruguay (DAECPU) y de la Intendencia de Montevideo (IM).

⁴ Reglamento Municipal del Carnaval de la Intendencia de Montevideo. Artículo 42 - Definición General.

⁵ <http://www.montevideo.gub.uy/ciudad/cultura/murga>

⁶ La presentación es donde la murga comunica sinópticamente su historia y su propósito ante una nueva edición de Carnaval. El cuplé y/o el popurrí, es la parte central del espectáculo. El espectáculo finaliza con la retirada, cargada de sentimiento, mezcla de nostalgia y de esperanza.

1.4 Historia de las murgas

La murga, ¿cuándo nació? ¿A partir de qué año hay registros de murgas en nuestro país? Para poder contestar estas preguntas, es necesario hacer una breve historia sobre las murgas.

Nuestro país, al igual que Argentina, a mediados y fines del siglo XIX coinciden en su política de atracción de mano de obra extranjera. La incipiente organización estatal, el afianzamiento de la burguesía en el poder y las grandes acumulaciones de riqueza, necesitaban de mano de obra calificada, inexistente en estos lugares. Por lo tanto, se produce la llegada de varios conjuntos artísticos extranjeros debido a la gran presencia de inmigrantes en nuestro país. Cabe destacar que el 900 fue una época de gran popularidad de la zarzuela. Uno de los conjuntos que arriba a nuestro país en esta época, es "*Murga La Gaditana*".

En lo que respecta a la historia de las murgas, hay dos posturas claramente diferenciadas. Una de ellas, encabezada por Milita Alfaro, establece que la historia que parte de "*Murga La Gaditana*" es un acontecimiento con mucho de *mito fundacional*, verdadero en el sentido que todo mito lo es: "*...la murga tiene un origen real pero fundamentalmente tiene un origen mítico, y en los mitos lo que cuenta no es la verdad histórica sino la narración construida por la memoria colectiva (...) Puesto que la vida de las sociedades también transcurre en el terreno de lo simbólico, la pseudo historia de 'La Gaditana que se va' es cierta porque así lo ha querido la memoria y el saber colectivo*" (Alfaro, 1998: 225).

La otra postura que se ha mantenido, es aquella que establece que el arribo del conjunto de zarzuela español es un hecho trascendente e irrefutable. Los que se encuentran dentro de esta postura, no coinciden en una fecha exacta de nacimiento de la murga. La mayoría cree que nació en el año 1909, sin embargo en 1876 un cronista⁷ de la época relataba que en Noche Buena "*infinitas murgas han recorrido las calles, deleitando a los transeúntes y vecinos con esa música especial que constituye su principal y característico elemento*"⁸. Asimismo, se registran comparsas a fines del siglo XIX que se denominaban: "Murga Uruguay Carnavalesca", "Los Murguistas", etc.

La mayoría de los autores, creen que el germen de la murga uruguaya se encuentra en el momento en que "*La Gaditana*" arribó a Montevideo, sin embargo, observamos que no hay consenso en lo relativo a la fecha de llegada.

⁷ Diario "El ferrocarril" de Montevideo con fecha 26/12/1876

⁸ http://www.lasmurgas.com/html_07/librosyart/articulo_pilar.htm

“La Gaditana”, estaba compuesta, básicamente por el director y cinco integrantes que ejecutaban cada uno un instrumento: saxofón, flauta, pistón, bombo y platillos. Haciendo uso del buen humor y las buenas voces, la compañía salía a cantar por las calles versos que escribían ellos mismos. Las músicas de base consistían en melodías de zarzuelas conocidas y sus letras ponían de manifiesto la crítica y el humor de esa época.

Esta compañía actúa en varias ocasiones en algunos teatros de Montevideo. Pero, las actuaciones no aportaron los resultados esperados por los artistas (no convocaron suficiente público), por lo que deciden cantar los versos de la murga por las calles de Montevideo con el objetivo de recaudar fondos para poder regresar a España.

Gustavo Diverso (1989), citando a Paulo Carvalho-Neto hace alusión a lo que denomina como el “primer” director del género murga en nuestro país: Antonio Garín. Este explica lo siguiente: *“En 1909 trabajaba en la tienda “La Uruguaya” cuando cierta noche fuimos con varios compañeros al Teatro Casino, donde se presentaban varios números de revistas y zarzuelas. Ahí tuvimos la oportunidad de conocer un quinteto llamado “Murga La Gaditana”...se componía de cinco integrantes, saxofón, flauta, pistón, bombo y platillos, además del director. Entre broma y broma decidimos sacar una murga y la llamamos “La Gaditana que se va””*. Por lo tanto, vemos que “La Gaditana que se va” aparece en escena como una simple imitación del conjunto de zarzuela española sin imaginar el efecto que tendría en la escena carnavalera.

Pero, la murga no nace con las mismas características como la conocemos hoy en día. La integraban seis personas, además de su director. Cada uno de ellos ejecutaba un instrumento distinto, a los cuales se les agregaron otro tipo de instrumentos caseros (al igual que su antecedente español). Es hasta 1915 que debemos esperar para que se incorpore el tradicional redoblante a cargo de la murga “Los Profesores Diplomados”.

Las letras de las canciones de estas incipientes murgas, no se despegan mucho de sus sucesoras, ya que básicamente se basaban en la crítica social y política de la época. Asimismo, sus canciones tenían la música de las zarzuelas más populares de la época, por lo que vemos que se inicia una tradición de murga de utilizar melodías ya conocidas por el público para lograr vehiculizar nuevos mensajes.

Además del antecedente español, el Carnaval de Venecia también ha influido sobre la murga uruguaya, adoptando personajes como Momo⁹, Pierrot¹⁰ y Colombina¹¹ como símbolos distintivos.

⁹ Según la mitología griega, era la personificación del sarcasmo, las burlas y la agudeza irónica.

¹⁰ Es un personaje cómico de teatro de origen italiano, que lleva un pantalón amplio y camisola blanca amplia con botones grandes. Representa la ley, el orden, el mundo adulto y la represión.

¹¹ Es un personaje de la Comedia Dell'Arte italiana. Se trata de una criada y se caracteriza por su denso maquillaje alrededor de los ojos y el hecho de llevar un tamborcillo con el que rechazar los intentos de acoso de Pantaleón (siguiendo a la Comedia del arte, era un viejo mercante y tacaño, unas veces rico y apreciado por la nobleza y otras veces arruinado).

Es 1917 el año en que la murga accede a un espacio dentro del Concurso Oficial de Agrupaciones (antes, integraban la categoría de “máscaras sueltas”).

Durante el proceso de surgimiento y conformación de la murga en nuestro país, se fueron produciendo algunas transformaciones. Una de ellas, está a cargo de Domingo Espert junto a “Los Saltimbanquis” quien adicionó la mímica, el maquillaje artístico y la presentación hablada de las murgas. José Ministeri, ligado a los “Patos Cabreros” impuso la vestimenta del director (ataviado con un elegante frac, levita y zapatillas), bailando alegremente al son de la batería, mientras su batuta trazaba piruetas en el aire. Asimismo, también fue el encargado de popularizar la batería de murgas con su bombo, platillo y redoblante. En 1969, José “Pepe Veneno” Alanís con “La Soberana” aporta a la murga la coreografía y un cuidado movimiento escénico. También se preocupó por lograr una perfecta vocalización que permitiera un correcto entendimiento de los versos entonados por el coro¹².

Pese a lo dicho, creemos que es “Araca la Cana” la que introduce una de las transformaciones más importantes, ya que no solo engloba a la murga sino que se hace extensivo al Carnaval. Era habitual que los conjuntos subieran a los tablados y realizaran su actuación de frente al jurado y de espaldas al público. Los integrantes del Jurado se sentaban contra el fondo o telón del escenario y luego subía. “Araca la Cana”, rompe con esta tradición y decide cantar de cara al público y de espaldas al jurado.

A manera de síntesis, nos parece importante el aporte que realiza Gustavo Diverso, al decir que el éxito *“que las murgas iban obteniendo a través de sus actuaciones en el carnaval montevideano, se debía fundamentalmente al contenido social y al tratamiento informal e irónico de sus versos, que establecían cierta desviación de la norma “cultura” dominante, posibilitando una mayor identificación con el público”* (Diverso 1989).

Es decir, las murgas fueron transgresoras en el sentido de que teniendo de base un determinado espectáculo, se valieron de gestos, mímicas y canciones para expresar lo que el pueblo vivía y sentía. Pero, para lograrlo, debían burlarse de lo establecido; satirizarlo, ridiculizarlo. No por casualidad, las primeras murgas que se formaron tenían a canillita – vendedores de diarios callejeros – que para vender debían vocear su producto y los vendedores ambulantes – que suben a los ómnibus de transporte público y vocean el producto con una particularidad en la modulación de su voz – ellos mejor que nadie saben las distintas necesidades de la clase popular ya que deben obtener el ingreso económico diario y la mayoría de ellos con trabajos informales. Esta especialización, es la que marca a la murga una especial manera de cantar.

Ante lo dicho, vemos que se van produciendo distintas transformaciones al interior de la murga que hacen que se divorcie de su antecedente español e italiano, y adquiera características propias, logrando que hoy día el género tenga características netamente uruguayas. Sin

¹² En sus inicios, el género era rechazado por muchos, por el hecho de que la gente no entendía lo que la murga cantaba debido a su poca o nula vocalización.

embargo, las transformaciones que se van generando, se produjeron porque las murgas fueron ganando espacios y adeptos, produciéndose una profesionalización y un mejoramiento del espectáculo. Como prueba de ello, cada noche en el Teatro de Verano durante el mes de febrero observamos a un jurado distribuido en seis categorías que otorga puntajes de acuerdo a cada una de ellas. Se evalúa principalmente: la letra, la musicalidad, los disfraces, el maquillaje y los fundamentos en cada una de las categorías del Carnaval (humoristas, parodistas, revistas, compañía de negros y lubolos y murgas).

1.5 Cultura y Murgas

Muchas veces hemos escuchado que la murga uruguaya ocupa un lugar en el campo de la cultura popular de este país. Pero, sería interesante, definir en primera instancia qué entendemos por cultura y posteriormente intentar ubicar a la murga dentro de ella.

El término cultura, significa cosas distintas para personas distintas. Un estudio de la UNESCO, ha detectado más de 300 conceptos de cultura diferentes.

El término difiere según los autores y según la disciplina y al interior de cada una de estas, varía según la corriente o el paradigma que se adopte del concepto de cultura. Stolovich, Lescano y Mourelle definen a la cultura como: *“un proceso social de creación espiritual. Es la creación de signos y de soportes materiales de esos signos (libros, discos, etc.). Para poder vivir, las ideas y las obras del espíritu deben difundirse. Esto ya nos coloca ante dos actores polares del proceso cultural: creadores y receptores/consumidores, y un proceso de comunicación social, que exige ciertos medios”* (Stolovich, Lescano y Mourelle 1997: 17).

El género murga es una muestra clara de tensión entre cambio y memoria a la vez (integra el repertorio de la memoria de una colectividad). Sin embargo, vemos que esta tensión aún no se ha resuelto a favor de ninguna de las posturas, sino que se encuentran presentes en el espectáculo de la murga, por un lado se transforma a través de la incorporación de elementos de otros géneros y formas culturales y artísticas, es decir, como “cultura de murga” se nutre de otras culturas que se encuentran presentes en la sociedad uruguaya. Por otro lado, la murga se mantiene por sus autodefiniciones, es decir, si prestamos atención a algunos repertorios podemos notar que las murgas continuamente se están definiendo en sus repertorios, enfatizando porqué vinieron, para qué llegaron y qué son¹³.

Por lo tanto y sin haber podido agotar las referencias al concepto de cultura, creo que las visiones de Stolovich y Geertz enriquecen con sus aportes. Por todo lo expuesto es posible afirmar que la murga efectivamente es cultura.

¹³ Ejemplo de ello es la retirada de Falta y Resto de 1982: “Dicen que la murga es / un bombo y un redoblante / la murga es viento de voces que te impulsa hacia delante / Un verso que surge claro / y que queda entre la gente / es mucho más importante que un cantar grandilocuente”.

Complejo productivo.

La murga como tal, surgió y se desarrolló dentro de la festividad del Carnaval. Esta fiesta, conforma lo que se conoce como “actividad cultural”, ya que produce bienes y servicios finales demandados por las personas para su consumo en el tiempo libre.

“Las actividades culturales y comunicacionales, en cuanto actividades económicas constituyen lo que se ha denominado como complejo productivo” (Stolovich, Lescano, Mourelle, Pessano 2002:14). Los complejos productivos, siguiendo esta línea argumentativa, serían *“agrupamientos de actividades económicas que resultan más interdependientes entre sí que con el resto de la economía... Los flujos de intercambio son mayores al interior del complejo que en relación a otras ramas de actividad. Por lo general estos agrupamientos se dan por medio de encadenamientos en torno a la producción de bienes o servicios: desde la materia prima hasta el producto final se pasa por una serie de fases o eslabonamientos en las que generalmente participan distintas empresas o unidades productivas”* (Ibidem). Por lo tanto, podemos decir que la murga es parte integrante de este complejo productivo, ya que se encuentra interrelacionada con otros sectores que integran actividades distintas.

La murga requiere de la industria discográfica, de la electrónica, de la audiovisual, de la eléctrica para poder desarrollar un buen espectáculo y para asegurarse de que el mismo quedará registrado en soportes materiales (CD, DVD). Pero, también puede estar interrelacionado con los teatros para que los espectáculos tengan un espacio físico en donde se puedan desarrollar¹⁴. Al observarse un desarrollo de las interacciones que se producen entre las distintas actividades culturales, vemos que las barreras que antes las separaban, desaparecen.

Internet ha generado una gran revolución en lo relativo a la producción y difusión de la cultura. Este medio, utiliza todos los tipos de soporte y combina diferentes emisiones (radio, televisión, etc.). *“La propia tendencia a la digitalización de la oferta cultural es la que está permitiendo el pasaje de la creación cultural a cualquier plataforma, soporte o envase de consumo... La tecnología digital “desacopla” los productos del entretenimiento provenientes de un medio específico y permite llevarlos a múltiples plataformas”* (Rama 1999: 121).

¹⁴ La relación entre la murga y el teatro se ha intensificado en los últimos años y es necesario recordar uno de los ejemplos mejor logrado de la fusión entre la murga y el teatro: Murga Madre. Esta fue una obra teatral que recorría la historia y los elementos que componen una murga logrando récord de espectadores. Fue protagonizada por Pablo Routin y Eduardo Lombardo.

Un ejemplo de lo dicho es la reciente creación de páginas web abocadas especialmente a la difusión de la murga uruguaya¹⁵.

La murga, se ubicaría dentro del sector del complejo cultural denominado: artes escénicas¹⁶. Estas, ofrecen un espectáculo en vivo, por lo que requieren de la existencia de una sala de espectáculos o de un escenario en lugar cerrado o abierto donde la propuesta cultural tome contacto con el público. Dicha propuesta, se ha visto mejorada por las innovaciones producidas por los avances tecnológicos provenientes de otros sectores culturales, como ya hemos mencionado. “*Pero lo esencial de las artes escénicas sigue siendo la capacidad comunicativa del actor... con el público, interacción que hace que el producto ofrecido sea único. La creación propia de las artes escénicas es personalizada, artesanal y no existe posibilidad de reproducción masiva*” (Stolovich, Lescano, Mourelle, Pessano 2002:16).

1.6 Murgas y Agentes culturales.

En las murgas, intervienen múltiples agentes que cumplen diversas funciones.

- * *Autor* (es el creador de la obra, por iniciativa propia o por encargo. Ejemplo: letrista, compositor, escritor),
- * *Intérprete* (es el que ejecuta la obra realizada por otro autor o por él mismo, adquiriendo los derechos conexos a los del autor. Ejemplo: músico, cantante),
- * *Representante artístico* (es quien realiza gestiones y negociaciones en nombre de los artistas),
- * *Productor* (es aquél que utiliza la materia prima creativa y mejora su calidad),
- * *Gestor cultural* (articula y organiza agentes para realizar actividades culturales¹⁷).
- * *Industrial* (Ejemplo: fabricante de discos, estudios de sonido, etc.)
- * *Propietario de los medios* (sintetiza las funciones del productor y del industrial, en el caso de los medios masivos de comunicación. Ejemplo: propietario de radios).
- * *Distribuidor mayorista* (promueve y vende el producto en los diferentes mercados a escala mayorista).
- * *Comerciante minorista* (se relaciona directamente con el público. Ejemplo: disquerías).
- * *Instituciones culturales* (ofrecen servicios culturales específicos, organizan actividades culturales, conservan el patrimonio cultural. Ejemplo: Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos Populares del Uruguay en adelante DAECPU, Teatro de Verano, Museo del Carnaval)

¹⁵ Algunas de ellas son: http://www.lasmurgas.com/html_07/principal_general_07.php, <http://www.camavaldelfuturo.com.uy/cdf/>, <http://www.tre.com.uy/>, etc.

¹⁶ Aquí encontramos: teatro, ópera, ballet, conciertos musicales, festivales, el Carnaval.

¹⁷ Ejemplo: Departamento de Turismo de la IM.

- * *Consumidor* (sujeto y objeto indispensable para la existencia de cualquier actividad cultural o comunicacional. Ejemplo: espectador).
- * *Crítico* (orienta a los potenciales consumidores mediante notas y comentarios en los medios).
- * *Anunciante* (financia la producción o difusión de determinados productos culturales a cambio de la compra de franjas del espacio usuario y consumidor de medios. Ejemplo: empresas, Estado).
- * *Instituciones educativas* (pueden ser públicas y/o privadas que forman a los propios agentes culturales. Ejemplo: talleres de formación de murguistas, Taller Uruguayo de Música Popular en adelante TUMP¹⁸).

Los diversos agentes culturales, cumplen diversas funciones en el proceso de difusión, producción, comercialización de bienes y servicios culturales. *“Se diferencian... por la posición económica que ocupan en dicho proceso, o en otros términos, por las relaciones sociales bajo las que se inscriben en la economía cultural”* (Stolovich, Lescano, Mourelle, Pessano 2002: 30). Cumplen un papel en la cultura según diversas motivaciones y objetivos. Algunas de las lógicas son: el *“amor al arte”* (se ubica a la cultura como un fin en sí mismo, la cual contiene objetivos de realización personal y de producción de diversidad), *lógica de la rentabilidad* (cultura como negocio), *lógica de la supervivencia* (cultura como medio de vida), *lógica político – ideológica* (cultura como vehículo de difusión de ideas y valores) y por último, *lógica de promoción cultural* (cultura entendida como factor estratégico del desarrollo social). En el caso específico de las murgas, no podemos encontrar una lógica dominante, sino que se produce una fusión de las mismas.

Resulta importante establecer que, si bien todos los agentes cumplen un papel importante en el proceso de creación cultural, el Estado y los Municipios son los agentes más destacados del complejo cultural. En el caso de las murgas y de la organización del Carnaval, la Intendencia de Montevideo participa en la organización, difusión y promoción de esta actividad cultural.

¹⁸ <http://www.tump.com.uy/core.php?m=amp&nw=Mjg3>.

Murgas y oferta cultural.

Claudio Rama define a la oferta cultural como el *“resultado de los procesos de producción de bienes y servicios culturales, sean bajo la forma de prototipos o de productos derivados como copias o derechos”* (Rama 1999: 103).

La murga como creadora de cultura, ofrece a su público un producto. *“Para que la “obra” resultante de la creación simbólica se transforme en “producto cultural”, es necesario un reconocimiento colectivo o social. Es mediante este reconocimiento por parte de “los otros” que asume la categoría y la calidad de ser un producto cultural...”* (Stolovich, Lescano, Mourelle, Pessano 2002:3).

A grandes rasgos, los productos culturales son aquellos bienes y servicios que representan creatividad en su producción, incorporan cierto grado de propiedad intelectual y transmiten un significado simbólico.

Es durante los ensayos o durante cada presentación en los tablados o en el Teatro de Verano, que la murga busca el reconocimiento (aceptación) de su producto. A su vez, el producto cultural presentado por las murgas transmite un significado: reflexiones sobre la desaparición física de algún personaje relevante para el país, situación de los medios de comunicación en el país, fe, esperanza de alcanzar un mundo mejor, etc.

Cuando se logra alcanzar el objetivo, muchas puertas se abren, incluso aquellas que prometen giras hacia el exterior. Esto se logra porque, como ya mencionamos, los distintos segmentos que integran el complejo cultural se encuentran interrelacionados pero, estos intercambios no se reducen al mercado local o nacional, sino que son relaciones económicas internacionales. Este proceso de internacionalización se ha vuelto un aspecto a tomar en cuenta por los productores culturales, debido a la globalización. Es decir, todos los rincones del planeta se encuentran conectados. Por lo tanto, se hace necesario moldear el producto a las necesidades extranjeras para que se abran mercados fuera del ámbito local. Ya no se presentan productos con temáticas localistas, sino nacionales. Es decir, *“la cultura expresa y representa las características propias de la persona, la comunidad y nación en la cual se gesta”*. (Rama 1999: 104)

Las murgas expresan y representan, la esencia y el sentir uruguayo.

Al mencionar que la murga ofrece un producto cultural, resulta conveniente resaltar qué características posee dicho producto. Dichas características son comunes a todos los productos culturales. Entre ellas, destacamos la doble propiedad de unicidad y aleatoriedad. La primera de ellas, se encuentra íntimamente relacionada con la creatividad que contiene la producción cultural (no todos los productos son iguales, porque no todos los productores culturales gozan de la misma creatividad personal). La aleatoriedad se encuentra relacionada con el alto grado de incertidumbre de realización mercantil que presentan los bienes culturales, *“la producción de bienes culturales es intrínsecamente una actividad económica de mucho riesgo, es decir, en ella*

las probabilidades de éxito o fracaso son mayores que en la mayoría de los demás sectores” (Rama 1999: 123). Es decir, aquellos productos que no funcionan son retirados del mercado y suplantados por otros que se cree, obtendrán mayores réditos. Es por ello que la sobreproducción cultural es parte de las estrategias desde la oferta para contrarrestar la aleatoriedad. Con el creciente desarrollo de la industrialización y la estandarización de los procesos, se intenta reducir el componente de la incertidumbre. Esto se logra, puesto que los bienes culturales se multiplican y la acción desarrollada por los editores garantiza una comercialización fructífera.

La industrialización contrarresta las características de unicidad y aleatoriedad. De únicos y aleatorios (en cuanto a sus posibilidades de venta), los bienes culturales se vuelven múltiples (por la reproducción efectuada por las industrias culturales) y de comercialización garantizada (por acción del editor).

La gran producción cultural existente en el mercado, marca una tendencia hacia la sobreoferta cultural, que no siempre coincide con un aumento en la demanda. Sin embargo, esa sobreoferta de bienes y servicios culturales y el incremento permanente de la propia oferta *“no necesariamente se expresan en una caída de los precios por la incertidumbre sobre la demanda real futura y por la tendencia a la segmentación de la demanda. Esto determina que las cantidades ofertadas se expresen en una tendencia a la diversificación de los productos y no en la especialización basada en altas escalas de producción y por ende permiten menores precios”* (Rama 1999: 107).

En el mercado encontramos una fuerte diversificación en la oferta: cada vez se producen más productos culturales¹⁹.

El mejoramiento de la oferta, trae implícito las siguientes transformaciones producidas por la tecnología: continua renovación de envases culturales (relacionado al menor costo, mayor calidad y mayor duración. Ejemplo de ello son: cassette – CD – DVD), innovación permanente de los equipos de consumo de bienes culturales (el mejoramiento en los envases o soportes trae aparejado la renovación en los equipos que son destinados al consumo de bienes culturales), expansión del equipamiento de bienes de consumo de bienes culturales, escalas de producción y/o de comercialización (ya sean por pedido o por stock).

Hoy en día, ya no resulta sorprendente que en las distintas casas de venta de música (y/o instrumentos musicales), se ofrezca una variada gama de DVD murgueros: “La Familia” (espectáculo del año 2009 de “A Contramano”), “Pasaporte” (giras y fragmentos de los espectáculos del año 2007 y 2008 de “Agarrate Catalina”), “El tablado del tiempo” (antología de “Asaltantes con Patente”), entre otros títulos.

¹⁹ Cada año, son más los títulos de las murgas que se presentan a la Prueba de Admisión con el objetivo de concursar durante el mes de febrero en el Teatro de Verano.

Otro componente que juega a favor de la oferta cultural es la que otorga la publicidad (televisiva y radial). Cada vez más la publicidad constituye un factor determinante de los hábitos y costumbres de los consumidores. Los especialistas en publicidad apuestan a difundir sus productos en radio y televisión (a través de los canales abiertos), ya que existe la creencia de que el consumidor dispone de su tiempo libre en un entretenimiento al que no debe incurrir en gastos extras. Es decir, el gasto representado es aquel que se encuentra representado por la adquisición del equipamiento.

1.7 Dimensión Profesionalización

- a. **Profesionalización:** Se refiere al conjunto de acciones que llevan adelante las murgas con el objetivo de mejorar su espectáculo y/o poder vivir de su arte.

- **Sub-dimensiones de la profesionalización.**

A1) Formación: Refiere a toda actividad que realiza el murguista con el objetivo de obtener y acumular conocimientos para desempeñarse como integrante de una murga.

A2) Evolución del producto cultural: Refiere a todas aquellas mejoras que han incorporado las murgas en los últimos años en su vestuario, maquillaje, puesta en escena, libretos y movimiento escénico.

A3) Estrategias de los murguistas: Con esta sub-dimensión hacemos referencia a las estrategias que desarrollan las murgas/ murguista para ser reconocidos socialmente.

A4) Reconocimiento por parte del público: Se manifiesta cuando se forman páginas web o grupos en redes sociales de apoyo a determinadas murgas, comprando CD's, comprando merchandising (remeras, pins, pegotines), realización de giras hacia el interior/ exterior del país, venta de discos en el exterior del país, el público asistente a los escenarios (de carácter público y/o privado), público televidente y/o radioescucha.

- **Categorías de la profesionalización**

- a) **Formación:** - Acumulación de conocimientos teórico – práctico (formación teórica adquirida para integrar un conjunto de murga: si hicieron un taller de murga, canto, música o si lo hicieron yendo a practicar con un conjunto de murga – formación práctica – no haciendo ningún taller solo la experiencia de salir en el carnaval)

- Adepto al carnaval de familia (si la familia lo llevaba al carnaval cuando era niño)
- Canto coral con o sin estudio

- b) **Evolución del producto cultural:** - Mejoras incorporadas en el espectáculo

- Incorporación de otros agentes culturales
- Cambio por influencia del teatro
- Elementos donde se asienta el espectáculo
- Técnicos nacidos en carnaval y en teatro
- Puesta en escena

- c) **Estrategias de los murguistas:** - Estrategias que plantean las murgas/ los murguistas

- Estrategias para acceder a los medios masivos de comunicación
 - Relacionamiento con agentes políticos
 - Preparación como anticipo de carnaval
- ***Indicadores de la profesionalización***
 - a) Formación: Talleres de murga, experiencia con otros murguistas, conocimientos adquiridos en la calle.
 - b) Evolución del producto cultural: Incorporación de personalidades de teatro y aspectos referidos a la mejora en el vestuario, maquillaje, puesta en escena, libretos y movimiento escénico, que son una muestra clara de profesionalización.
 - c) Estrategias de las murgas/ murguistas: Conjunto de acciones que realiza el murguista para lograr difusión. Esto lo observamos en las actuaciones fuera de los meses de Carnaval, participación en programas radiales/ televisivos, creación de páginas web oficiales de la murga.
 - d) Reconocimiento por parte del público: Formación de páginas web o grupos en redes sociales en apoyo a una murga en particular, comprando CD's, compra de merchandising (remeras, pins, pegotines), realización de giras hacia el interior/ exterior del país, venta de discos en el exterior del país.
 - **Dimensión Intervención de los Agentes.**
 - b. **Intervención de los agentes:** Se refiere al rol que cumplen las diversas instituciones y personas que se encuentran vinculadas al Carnaval.
 - ***Sub-dimensiones de intervención de los agentes.***
 - B1) Intervención y rol de los agentes culturales y económicos: Los agentes culturales se refieren a aquellas personas o instituciones que se encargan de la difusión y promoción de la fiesta del Carnaval. Con agentes económicos, nos referimos a aquellos que intervienen en el Carnaval con un fin netamente económico.
 - ***Categorías de agentes que intervienen***
 - a) Intendencia de Montevideo (como agente político, cultural y económico a la vez) y Museo del Carnaval, son a nuestro entender los principales agentes culturales que juegan un papel fundamental en la fiesta de Carnaval.

- b) Empresarios artísticos, DAECPU, medios masivos de comunicación (radio, televisión) y sponsors (empresas que apoyan a las murgas): Creemos que son los principales agentes económicos y son uno de los causantes de la profesionalización de las murgas.

• **Indicadores de agentes que intervienen**

a) *Intervención de agentes culturales*

- Intendencia Municipal de Montevideo: - motivos de su intervención, origen de Murga Joven y organización del Desfile Inaugural.
- Museo del Carnaval: atesoramiento, objetivo de su creación.
- Técnicos de Teatro – Directores (Artísticos, de Escena de Coro y de Baile), vestuaristas y maquilladores, que influencia ejercen.
- Técnicos Tecnológicos – Sonidistas, Iluminadores, que responsabilidad tienen en el desarrollo de los espectáculos en la última década.

b) *Intervención de agentes económicos*

- Empresarios artísticos : demanda de espectáculos con contenido de murga, público consumidor
- Sponsors: estatales/particulares, motivos de su participación
- Medios masivos de comunicación: Transmisión del Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas, origen de las transmisiones e impacto generado.
- DAECPU: Objetivos de su creación

Estrategia metodología

Se realizó un estudio de las murgas que concursaron en el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas en el año 2010.

El mismo se centró en las murgas que han participado en dicho concurso, porque la información es a nuestro criterio reciente y accesible.

Las Murgas fueron mi unidad de análisis y la unidad de observación fueron directores, letristas y otras unidades de observación.

Proveniente Murga Joven	Murgas ganadoras una o más de una vez	Murga reciente formación
Queso Magro	A contramano	El Gran Tuleque
Japilong	Agárrate Catalina	Colombina
Demimurga	Araca la Cana	Che
La Trasnochada	Asaltantes con Patente	La Cofradía

La Mojigata	Curtidores de Hongos	La Margarita
	Diablos Verdes	La Gran 7
	La Gran Muñeca	La Tito Pastrana
		Clave de Murga
		No corras kespeor
		La Yapa
		Momolandia
		Todavía no se sabe

En el año 2010 se presentaron 23 murgas: “Acontramano”, “El Gran Tuleque”, “Colombina Che”, “Agarrate Catalina”, “Araca la Cana”, “La Cofradía”, “Queso Magro”, “Asaltantes con patente”, “La Margarita”, “Curtidores de Hongos”, “Japilong”, “Diablos Verdes”, “La Gran 7”, “La Gran Muñeca”, “Momolandia”, “La Tito Pastrana”, “Todavía no se sabe”, “Clave de Murga”, “Demimurga”, “La Mojigata”, “La Trasnochada”, “No corras kespeor” y “La Yapa”.

Del total de murgas que han concursado durante el mes de febrero de 2010, hemos establecido la siguiente clasificación:

- Murgas provenientes del encuentro de Murga Joven
- Murgas que han ganado una vez o más el concurso
- Murgas de reciente formación

Dentro del primer grupo, encontramos a: “Queso Magro”, “Japilong”, “Demimurga”, “La Trasnochada” y “La Mojigata”. De las mencionadas, seleccionamos a: “Queso Magro”.

“Queso Magro” nace en el año 1999 y es en ese mismo año que deciden presentarse al Encuentro de Murga Joven, obteniendo menciones especiales. Participan en dicho concurso hasta el año 2004. Al año siguiente ingresan al Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas.

Es en el año 2006 que registran su mejor actuación y posición (sexta) en el Concurso Oficial, logrando los premios a: mejor libreto, mejor director y mejor cuplé (“Los Cigarros”).

En cuanto a “*murgas que han ganado una vez o más el concurso*”, creemos que resulta importante analizar cómo ha evolucionado el concepto de profesionalización. Es decir, si concursan siguiendo la lógica de “amor al arte” o su única meta es que la murga sea su medio de vida o pretenden hacer de la murga una unidad económicamente productiva.

Para ello hemos incluido en este grupo a las siguientes murgas: “A contramano”, “Agárrate Catalina”, “Araca la Cana”, “Asaltantes con Patente”, “Curtidores de Hongos”, “Diablos Verdes” y “La Gran Muñeca”.

Las murgas que seleccionamos para entrevistar fueron: Agarrate Catalina, Curtidores de Hongos y Diablos Verdes.

Agarrate Catalina se presenta en el año 2001 al Encuentro de Murga Joven. Al año siguiente, logran el primer premio en dicho encuentro y en el 2003 dan la prueba de admisión para entrar al Carnaval mayor. Como premio para ellos es ser la primera murga joven en entrar a la liguilla. En el año 2005, realizan 120 tablados, giras por todo el país y obtienen el primer premio en el Concurso. El 2006 es el año del “bicampeonato”, volviendo a obtener el máximo galardón en el 2008.

Dada la gran popularidad alcanzada, ha realizado varias giras en el interior y en el exterior del país, siendo la primera murga uruguaya en pisar suelo cubano.

Hemos seleccionado a “Curtidores de Hongos”, ya que es la murga más vieja que participó en el Concurso Oficial del año 2010. Nacida en el año 1912, es la murga que más primeros premios ha acumulado a lo largo de su historia: 13.

Por último, “Diablos Verdes” nació en el año 1939 en el barrio La Teja, debutando en el Concurso Oficial en el año 1946 alcanzando el sexto lugar. Acumulando 8 primeros premios a lo largo de su historia, Diablos Verdes ha estado identificado con su barrio proletario y, en especial con la Federación de Obreros del Vidrio, en cuya sede social realizan los ensayos previos al Carnaval.

Asimismo, personalidades de distintos ambientes han brindado su aporte a esta murga como: Jorge Denevi (director teatral), Eduardo Larbanois (cantante popular), Rosario Viñoli (maquilladora), entre otros, por lo que hace de esta murga un caso interesante a analizar.

En el grupo: “*murgas de reciente formación*” encontramos: “El Gran Tuleque”, “Colombina Che”, “La Cofradía”, “La Margarita”, “La Gran 7”, “La Tito Pastrana”, “Todavía no se sabe”, “Clave de Murga”, “No corras kespeor”, “La Yapa” y “Momolandia”.

De estas murgas, elegimos a: La Cofradía, ya que es sumamente interesante por dos motivos. El primero es que sus letras son escritas por un ex ministro de Economía - Economista Álvaro García – y el segundo motivo es que algunos de sus integrantes provienen de “Contrafarsa”²⁰.

Creemos que las murgas incluidas constituyen una muestra representativa de la categoría en estos últimos años y que han marcado una huella profunda en el Carnaval.

Asimismo, incluimos a distintos agentes culturales y económicos que se relacionan con el Carnaval para comprender cuál es el rol que juegan y descubrir si existe o no una profesionalización en las murgas. Los agentes seleccionados son personas vinculados a instituciones que se relacionan fuertemente con el Carnaval.

Hemos realizado quince (15) entrevistas a “informantes calificados” que forman parte directa o indirectamente de nuestro carnaval.

²⁰ Nacida en el año 1980 como una murga de niños y claramente identificada con el barrio Sayago, participa en el Concurso Oficial en 1987. Logran los primeros premios en el concurso en los años: 1991, 1998, 2000 y 2002. E el año 1991 el letrista fue Álvaro García.

La estrategia planteada para esta investigación fue la entrevistar “Informantes Altamente Calificados”. La gran mayoría de estos informantes data de muchos años de participación en el carnaval uruguayo, además de informantes que han hecho investigaciones históricas del mismo. La mayoría de ellos detentan puestos de dirección en organizaciones que son responsables del armado del carnaval o primeras figuras en los conjuntos. Esto hace más válida la información recabada a través de entrevistas de larga duración.

2 Modernidad

Pretendemos dar una visión de la modernidad para poder apreciar cómo influye en este género musical.

Nos alineamos a la teoría de Weber de la modernidad, donde hay una organización más racional de la sociedad desde la razón instrumental y una forma mucho más racional del entender el mundo en relación a esferas de valor autónomas regidas por distintas racionalidades: la cognitiva – instrumental (ciencia, economía, política y burocracia) – la práctico – estética (arte, sexualidad) y la racionalidad práctico – moral – ética fraternal de la salvación.

Una de estas esferas conquistará las demás, para este caso la racionalidad cognitiva – instrumental empezará a tener una influencia muy importante sobre la racionalidad práctico – estética, generando una mutación del carnaval y en especial del género murga.

La forma “industrial” característica de la modernidad de principios hasta mediados del siglo XX, donde en la fábrica el patrón controlaba lo que el obrero debía hacer, en el hogar la mujer era la encargada de socializar a los futuros ciudadanos para que luego las instituciones controladas por el Estado terminaran de formarlos, este tenía un espacio donde ejercía un control panóptico de la sociedad.

En esta situación la clase obrera encuentra a través del humor de la murga una forma de reivindicar y denunciar las distintas problemáticas sociales que sufre su estrato social.

Las murgas en su organización han evolucionado de una estructura organizacional simple a una estructura muy sofisticada.

En la visión de división de trabajo de Emile Durkheim se aprecia con claridad como hay un pasaje de “*Solidaridad Mecánica*” a “*Solidaridad Orgánica*”. (Durkheim:1987)

Sostenemos en la perspectiva analítica de Emile Durkheim que las murgas funcionaron en armonía en una “*Solidaridad mecánica*” con una integración social por semejanzas en lo económico - cultural de sus componentes, con una conciencia colectiva común que generó una identidad “de la agrupación carnavalesca” sin espacio para particularismos individuales en la

mayoría de los integrantes de las murgas, donde cada uno cumplía su función particular a favor del bien de la agrupación.

Su evolución artística los llevó a una "*Solidaridad orgánica*", y generó una progresiva división de trabajo mediante un proceso de diferenciación de funciones y roles. Como consecuencia la diferenciación y especialización produce una individualidad, se acrecienta la interdependencia de los integrantes de estas agrupaciones al cumplir una especialización dentro de las mismas.

2.1 PROTO MURGA – HACIA LA PROFESIONALIZACIÓN

El inicio de la profesionalización de las murgas y del carnaval en sí mismo, se da en los escenarios y en los conjuntos que participan.

Haremos una referencia a los escenarios en que actuaban las murgas en sus comienzos, como eran los tablados barriales y los cambios de los mismos, como también el cambio experimentado en los conjuntos actuantes del carnaval.

Estos escenarios barriales sufrirán un cambio social, habrá un surgimiento de un nuevo "modelo" –en escenarios privados – administrados y gestionados por empresarios que invierten en el armado de los escenarios para las actuaciones de las agrupaciones carnavalescas.

La participación colectiva en la fiesta del carnaval es un "habitus" cultural cultivado desde el origen social, es lo que se capta en la estructura de relación que los une como estrato social a esta clase baja de principios siglo XX, esta forma de vivir el carnaval hace la diferencia entre las diferentes clases sociales.

"Sabido que la manera de una manifestación simbólica cuyo sentido y valor dependen tanto de los que la perciben como del que la produce, se comprende que la manera de utilizar unos bienes simbólicos" (Bourdieu Pierre, 2002:63).

Tomando las palabras de Bourdieu podemos decir que el carnaval produce una manifestación simbólica y que la misma es producida en el mismo estrato social – clase baja – esto se da en los principios del siglo XX hasta mediados del mismo, esto cambiará, ya que partir de la década del 70' se producirán hechos históricos que harán que cambien los productores de bienes simbólicos de la murga y el carnaval.

Habrà una "apropiación" por parte del estrato de clase media que cambiaron los escenarios de carnaval y en mayor medida a las murgas. Ahora se expondrà sobre las distintas etapas de cambio: el viejo paradigma de carnaval con sus tablados barriales y el "nuevo modelo" de escenario.

2.2 Viejo paradigma de carnaval

El carnaval es un hecho social y cultural por lo que se circunscribe a un tiempo histórico – social. El término “viejo paradigma de carnaval” abarca las décadas de los años cuarenta, cincuenta y sesenta del siglo XX. En esta época, el carnaval era muy participativo donde abundaban los “tablados barriales” – escenarios callejeros – los famosos corsos de barrio y los bailes de carnaval organizados en los clubes de los barrios, siendo Montevideo el epicentro de esta fiesta popular.

“El espectáculo popular es el que procura, de forma inseparable, la participación individual del espectador en el espectáculo y la participación colectiva en la fiesta cuya ocasión es el propio espectáculo (...) fuerza de la música, vivacidad de la acción, ardor de los actores, satisfacen – igual que todas las formas de lo cómico y en especial aquellas que obtienen sus efectos de la parodia o de la sátira de los “grandes” (imitadores, cupletistas) – al gusto y al sentido de la fiesta, de la libertad de expresión y de la risa abierta, que liberan al poner al mundo social patas arriba, al derribar las convenciones y las conveniencias”. (Bourdieu Pierre, 2002:32).

Estos escenarios eran armados en las calles de los distintos barrios de la ciudad y tenían varios cometidos sociales y de integración entre los vecinos como ser: concursos de disfraces, bailes o competencias de vecinos. Los cometidos sociales de estos incipientes escenarios, eran de hacer participar a todos los vecinos del barrio sin distinción alguna de clase o raza. Asimismo, se le daba un lugar primordial a la familia, ya que la participación abarcaba también a los niños.

El tablado era una de las expresiones de convivencia e integración comunitaria más gráfica de los barrios, ya que no se cobraba entradas, sino que cada vecino iba con su taburete (bancos), sillas y podía disfrutar del espectáculo que se brindaba:

“allá por La Blanqueada en la calle Comandante Braga y Juan Ramón Gómez algo así allá por la cancha de Nacional cerca del Parque Central y ahí con los viejos tablados donde no se cobraba entrada se iba con el banco con el taburete lo poníamos al lado y yo correteaba por ahí y mi vieja me cuidaba el lugar y cuando venían los conjuntos que eran conjuntos que en aquella época hacían una o dos cuadras antes tocando yo me subía ahí al taburete y me llenaba los ojos de carnaval cuando los tablados tenían muñecos, tenían muñecos sobre una determinada idea.”²¹.

En esas décadas, los barrios tenían una integración comunitaria muy fuerte ya que los mismos tenían además de “los tablados” de hecho, escenarios de encuentro social; el cine, clubes o bares.

El barrio oficiaba como un agente socializador para sus integrantes, haciendo respetar las normas de convivencia.

En las épocas de carnaval los vecinos conformaban comisiones de fomento y estas eran las encargadas de la instalación, confección y administración de un tablado.

Los medios de comunicación que hacían la cobertura del carnaval eran: la prensa (diarios), revistas y algunos boletines.

²¹ Fragmento de entrevista a Bananita González

Había un concurso oficial de carnaval y un concurso por cada tablado vecinal y cada barrio tenía su propia agrupación, ya sea de murgas, humoristas o las llamadas comparsas de negros.

El Concurso Oficial estaba organizado por la Comisión de Fiestas de la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM).

Entre las décadas de los años 40' al 60', se producía la participación popular espontánea en los tablados barriales donde los vecinos (mujeres, hombres y niños) subían al tablado del barrio y hacían representaciones artísticas, mientras que en los corsos que se suscitaba por las calles del barrio, los vecinos algunos disfrazados – las famosas mascaritas – jugaban con agua, papelitos y serpentinas y hacían bailes en los clubes.

El carnaval contemporáneo le fue sacando espontaneidad y participación popular; el público barrial ya no es protagonista sino que se transforma en un espectador “pasivo” en el sentido que se concurre a un tablado o al Teatro de Verano observando el espectáculo desde las gradas.

La mayor diferencia es que los verdaderos protagonistas son las agrupaciones carnalescas y el escenario pasa a ser el elemento principal del espectáculo de carnaval. Este último, cada vez más se parece a un escenario de teatro, donde el clima que se genera para el espectáculo está dado por luces, escenografía y la indumentaria de los integrantes de las agrupaciones.

Tal vez una “reminiscencia” de ese viejo paradigma de carnaval sea el de la “Pedrera” que se desarrolla en el balneario del mismo nombre en el departamento de Rocha donde salen disfrazados a las calles a bailar, beber alcohol y jugar con agua y lo que antes eran las serpentinas y papelitos ahora se utiliza la “espuma – nieve”.

En la década de los años cuarenta del siglo XX había aproximadamente unos 250 tablados barriales. Cabe destacar que cada tablado barrial tenía su propio concurso con entrega de premios. *“En décadas anteriores estaba el Concurso Oficial, pero había un concurso en cada tablado: cada tablado vecinal tenía su concurso, entonces en Montevideo en cierto momento llegaron a haber 120, 150, 200 tablados, si una comparsa fuera una murga o una comparsa de negros... el conjunto que fuera, si disponía efectivamente a recorrer tablados y podían hacer muchos tablados, en cada uno de esos tablados concursaban y podían llegar a tener un premio o no, es decir... entonces eso, evidentemente los premios... la suma era pequeña”*²².

Es en estos incipientes tablados donde los integrantes de las murgas actuales de nuestro Carnaval, tuvieron su primer contacto con el género. *“Mi amor por el carnaval nace en mi niñez cuando comienzo fundamentalmente a ir con mi madre a los “tablados de barrio”, un tablado que había en el bar “Condal”*²³.

²² Fragmento de entrevista a la historiadora Milita Alfaro.

²³ Fragmento de entrevista a Bananita González

2.3 Cambio de “Modelo” de tablados

Este modelo de tablado barrial se caracterizaba por no cobrar entrada, puesto que solo bastaba llevar un asiento o pararse cerca para ver el espectáculo, empieza a sufrir cambios hasta su extinción aproximadamente en la década del 60’.

A finales de la década de 50’ Dalton Rosas Riolfo toma la decisión de colocar sillas y cobrar entrada, modificando así el carácter popular de los tablados y convirtiéndolo en una incipiente empresa.

Llegando a la actualidad y con la misma lógica de negocio que Dalton Rosas Riolfo, los empresarios de espectáculos instalan los tablados – escenarios con capacidad para albergar a gran cantidad de espectadores – privados en barrios de la capital que tienen poder adquisitivo alto, ya que, los barrios periféricos no son zonas atractivas para instalar este tipo de tablados por su bajo poder adquisitivo.

Esta es una señal de “apropiación” de este bien simbólico – el carnaval – por parte del estrato social clase media.

“Puesto que el dinero “media” entre el deseo y su satisfacción, ser consumidor también significa apropiarse de las cosas destinadas al consumo: comprarlas, pagar por ellas y de este modo convertirlas en algo de nuestra exclusiva propiedad.” (Bauman, Zygmunt, 1998:44).

Para consumir este bien cultural la clase media lo hace a través de un aprendizaje tardío.

“En palabras de Proust, del “arte infinitamente variado de marcar las distancias”. Lo que la ideología del gusto natural sitúa en oposición, mediante dos modalidades distintas de la competencia cultural y de su utilización, son dos modos de adquisición de la cultura: el aprendizaje total, precoz e insensible, efectuado desde la primera infancia en el seno de la familia y prolongado por un aprendizaje escolar que lo presupone y lo perfecciona, se distingue del aprendizaje tardío, metódico y acelerado, no tanto por la profundidad y durabilidad de sus efectos, como lo quiere la ideología del “barniz” cultural, como por la modalidad de la relación con la lengua y con la cultura que además tiende a inculcar” (Bourdieu Pierre, 2002:63).

Tomando palabras de Proust para la clase baja el modo de adquisición de esta cultura, fue a través del aprendizaje precoz, efectuado desde la infancia en el seno familiar, mientras que la clase media lo tuvo que adquirir en palabras de Bourdieu del “aprendizaje tardío” metódico y acelerado la relación con la cultura que tiende a inculcar esto a través de talleres dictados en distintos institutos de enseñanza.

El espectáculo que ofrecen las agrupaciones de carnaval es plausible de contratar y por ende, tiene un determinado caché (valor). El empresario de un tablado privado tiene la libertad de poder contratar a las mejores agrupaciones de carnaval (las más reconocidas, renombradas por el público y/o las que alcanzan mejores posiciones en el concurso oficial del año anterior), logrando obtener una programación más atractiva.

El primer tablado que comenzó a funcionar de la manera anteriormente establecida fue “*La Mutual*” del ya mencionado Dalton Rosas Riolfo que nace vinculado a la Mutual de Jugadores de Fútbol y es el primer tablado profesional. Al poder contratar a las mejores agrupaciones, se logra una mejor programación y mejor calidad de espectáculos, por lo que el público comienza a asistir más asiduamente a este tipo de tablados y deja de concurrir a los tablados barriales ya que estos no tenían el poder económico para pagar ese tipo de espectáculos: “... antes uno iba al tablado y se paraba en el tablado, en la esquina, el tablado estaba abierto y la gente miraba allí y no tenía por qué pagar un peso. Es decir, Dalton empieza a colocar sillitas y cobra una entrada... entonces eso va generando una estructura que le da otro carácter, una pequeña empresa todavía no tan profesional como es hoy pero eso ya empieza a cambiar las cosas... eso es en la década del 50... pronto muchos tablados toman la misma... es decir, toman el mismo modelo, lo imitan y a partir de ahí comienza un proceso (...) el tablado de barrio que era sostenido así y en forma, por chivear así con los vecinos por divertirse y todo lo demás, cada vez resulta menos viable... entonces eso va generando la transición hacia estas cosas actuales de los tablados... de los escenarios enormes con miles, para capacidad para miles de personas y la plata que se mueve ahí es fabulosa, hablemos del velódromo, de Tres Cruces (ahora Geant), de esto, de lo otro”²⁴.

En la actualidad para que la clase baja siga consumiendo este bien cultural que es el carnaval la IMM y algunas Intendencias del Interior de nuestro país “*arman*” estrategias para que el mismo llegue a este estrato social de la población.

La Intendencia de Montevideo instala escenarios en los barrios periféricos para que estos montevideanos no queden excluidos de la participación del Carnaval.

Estos escenarios, son gestionados junto a las comisiones barriales, por lo que tienen el carácter “co – participativo”. En el año 2010, los tablados co – gestionados fueron aproximadamente 16, resaltando “El Monte de la Francesa” del barrio Colón puesto que el subsidio de la IMM permitió que el precio de la entrada fueran de \$35 aproximadamente.

Los tablados barriales que instala la IMM tienen un propósito definido que se relaciona con una política socio – cultural, la cual apunta a promover la existencia de escenarios de carnaval con entradas a precios accesibles, logrando que la población de esos barrios puedan consumir este bien cultural y además que los vecinos administren y gestionen estos escenarios. Por lo tanto, vemos que el objetivo de la IMM es recuperar esa “integración” comunitaria de los barrios de clase baja.

El cambio social que se empieza a gestar en nuestra sociedad que hace perder esa integración comunitaria vecinal se da porque empiezan a surgir agentes económicos como son los empresarios de carnaval que invierten capital para obtener grandes beneficios.

“Yo viví la época en que mi barrio había cuatro tablados y usted iba a los cuatro tablados y había gente en todos era completamente distinto los hacían las comisiones de fomentos los clubes políticos, no se cobraba entradas era otra manera de hacer carnaval (...) pero esa manera se “agotó” porque al profesionalizarse se terminó esa forma de

²⁴ Fragmento de entrevista a Milita Alfaro

*carneval, los conjuntos tienen un costo*²⁵.

2.4 MURGAS – INICIO DE PROFESIONALIZACIÓN

Desarrollaremos el concepto de “profesionalización”, así como cambios que comienzan a aparecer en el carnaval y en las murgas que harán posible el surgimiento de la *murga profesional*.

Si bien otras agrupaciones – humoristas, revistas, parodistas y comparsas de negros y lubolos – carnavalescas se profesionalizaron también, el éxito en actuaciones que tienen las murgas y las repercusiones a nivel internacional no se comparan las demás agrupaciones con las murgas.

Agrupaciones Carnaval 2010	Total de escenarios
Murgas	1.553
Parodistas	389
Humoristas	237
Revistas	130
Lubolos	249

Fuente: DAECPU 2011 - Cifras de actuaciones del carnaval 2010

Este capítulo contempla el cambio que se genera en las murgas de nuestro país, produciéndose así un punto de inflexión en las mismas.

“los puntos de contacto transversal a la clase social se expresan en el folklore y en menor proporción en la música popular. Ambas expresiones musicales expresan la herencia de la tradicional “mesocracia” uruguaya (Real de Arzúa) y muestran lo que queda de la matriz cultural integradora”. (Radakovich Rosario, 2011:115).

Podemos sostener que este género empieza a ser incentivado para que tenga una integración inter clases, quieren transferir la herencia de la tradicional “mesocracia” uruguaya para que tenga esta una matriz cultural integradora de inter clases.

Después del cambio producido por el tránsito hacia la profesionalización en las murgas, se han producido otros no menos importantes que dan como resultado el carnaval de la actualidad.

La profesionalización del carnaval y por consiguiente de las murgas estuvo dada por una serie de hechos históricos que reseñaremos a continuación.

Como veremos, la profesionalización en las murgas no se produjo de un día para el otro; forma parte de un proceso y como tal, hubo una serie de condiciones económicas e históricas que llevaron a las murgas al sitial en donde se encuentran en la actualidad.

La Intendencia Municipal de Montevideo, casi sin pensar en sus consecuencias, comenzó a generar las primeras condiciones de profesionalización a través de su Comisión de Fiestas que

²⁵ Fragmento de entrevista a Rafael González.

era la encargada de otorgar premios de carácter monetario (económico). Asimismo, la reglamentación de la IMM sobre las actuaciones de las agrupaciones carnavalescas, la creación del gremio de directores (DAECPU), la integración de gente del teatro y los medios masivos de comunicación; son los que han hecho posible la profesionalización de las murgas de la actualidad.

2.5 DAECPU: Nacimiento y definición

El nacimiento de DAECPU se produjo en enero de 1952 cuando se reunieron en la Sede de La Mutual de Futbolistas de la entonces calle Sierra (hoy Fernández Crespo) centenares de carnavaleros (directores, componentes), letristas, contratistas, periodistas y el Señor Alfredo Moreno (creador de la enorme red de Teatros de Barrio).

El nacimiento de DAECPU constituido como un “gremio” de directores de murgas se hizo para asegurar el cobro de premios no solo de la Comisión Municipal de Fiestas, sino también de los demás tablados barriales, por eso sostenemos en esta investigación que antes de su nacimiento, en el carnaval existían conjuntos proto – profesionales.

La mayoría de los “informantes calificados” que fueron entrevistados coinciden que el surgimiento de DAECPU marcó el inicio de la profesionalización para las murgas. Si bien no es tan homogénea la opinión respecto a la buena gestión de este gremio, todos coinciden en que su intervención en el carnaval fue fundamental para que las murgas empezaran a profesionalizarse. Uno de los elementos que “emerge” en todas las entrevistas realizadas, es la opinión acerca de DAECPU como un elemento de cambio del carnaval en lo que a murgas se refiere: *“ahi hay una fecha que es clave que es en 1952: creación de DAECPU, DAECPU se crea para eso, exigiendo... bueno, se termina el asunto de los premios de los tablados porque los tipos ya estaban hartos de que los “clavaran”... entonces, se actúa y se cobra al bajar del tablado, se cobra la actuación y es cuando uno dice bue... es decir, esa cosa que antes era medio amateur – profesional, todo estaba como medio mezclado, a partir de ese momento es como se profesionalizó”*²⁶.

Este gremio es el que centraliza toda la actividad del carnaval junto con la Intendencia es uno de los pilares que sostienen el carnaval: *“la mayoría de los que participan en carnaval no están afiliados a DAECPU porque no son dueños de un conjunto lo que hace DAECPU administra el carnaval piensa el carnaval porque son carnaval y tiene que ser socios de la IMM en esto por suerte con el museo trabajamos muy bien con ellos y también en parte somos socios tienen parte de la historia de ese carnaval es una institución mas de las que y muy importante de las que participan en esta fiesta en realidad es la IMM y DAECPU los que organizan el concurso”*²⁷.

²⁶ Fragmento de entrevista a Milita Alfaro

²⁷ Fragmento de entrevista a Eduardo Rabellino.

El gremio de DAECPU gestiona las actuaciones de las murgas porque tiene a funcionarios de esa institución que negocian con los tablados barriales y con los privados la contratación de las murgas.

“No hay contratistas sino vendedores. acá en DAECPU hay una mesa de contrataciones en donde se hacen circuitos de escenarios y circuitos de conjunto (...) Hubo muchos, en el tema organización, desde que se metió DAECPU se organizó mejor el carnaval, pienso que artísticamente hubo cambios importantes”²⁸.

Hoy día, DAECPU no solo maneja este aspecto de comercialización de los circuitos donde actúan las murgas, sino que también manejan las negociaciones con los medios de comunicación (los derechos de televisación pasa por las manos de este gremio).

Otra de las estrategias de este gremio fue la de armar una discográfica y ser parte del circuito comercial de la venta de canciones de murga en CD, porque descubrieron que era un buen negocio si lo manejaban ellos, pues las discográficas terminan ganando la mejor porción del negocio de venta de CD con las canciones y actuaciones de la murga.

“Los sellos discográficos, el primero fue Sondor, después estuvo Ayui y en estos momentos está Montevideo Music, hubo unos cuantos sellos que trabajaron con carnaval el tema que al conjunto si bien le da difusión el conjunto que nunca agarra un mango”²⁹.

La cesión del Teatro de Verano durante el carnaval producido en el año 1974 por parte de la IMM es efectiva hasta hoy, esto permitió que DAECPU se fortaleciera y legitimara y sea, conjuntamente con la IMM las dos instituciones que gestionan los premios del carnaval por las actuaciones de las agrupaciones en el Teatro de Verano.

En la actualidad, los recursos económicos que se generan en el Teatro de Verano mientras dura el carnaval pertenecen a DEACPU y provienen de distintas fuentes: plazas de comidas, derechos de televisación, entradas.

“Porque el Teatro de Verano es: la venta de entradas, la plaza de comidas, lo que se vende, toda una cantidad de cosas que hay alrededor de eso que te deja un dinero y que ese dinero es de DAECPU... durante el mes y medio de Carnaval, la IMM hace de cuenta que el Teatro de Verano no es suyo, no existe... por eso también son esas locuras de que el carnaval tiene que terminar porque la IMM tiene que recuperar el Teatro de Verano para otros espectáculos... pero durante el mes y medio, la IMM entrega el Teatro de Verano a DAECPU... eso se mantuvo desde empezó, creo en el carnaval de 1975 hasta hoy, dentro de este esquema y ha resultado... bastante eficaz”³⁰.

²⁸ Fragmento de entrevista a Rafael González.

²⁹ Fragmento de entrevista a Rafael González

³⁰ Fragmento de entrevista a Milita Alfaro.

En un principio los premios mencionados los abonaba la IMM, pero esto cambió cuando la gestión del Teatro de Verano es asumida por DAECPU, que es quien paga los premios en la actualidad.

DAECPU, como hemos dicho, se ha desempeñado como un elemento de “profesionalización” de las murgas, ya que además de dar los premios que están estipulados, otorga una suma de dinero “extra” a los que obtienen el primer y segundo puesto, logrando estimular la competencia con el fin de que las murgas inviertan más recursos (económicos y humanos) para mejorar sus espectáculos: *“los premios de carnaval... el primer premio tanto dinero le toca por una evaluación que se hace y DAECPU le da 100.000 pesos a cada primero y a cada segundo aparte del premio, eso si es una conquista formidable, claro desde el punto de vista de lo económico frente a la carencia de escenarios eso es un hecho importante”*³¹.

Otras conquistas que ha hecho DAECPU en el ámbito social es haber logrado que los integrantes de murga que han tenido una larga trayectoria tengan acceso a una jubilación. Asimismo, esta agrupación también ha realizado varios actos de beneficencia: *“se le ha conseguido una pequeña jubilación a grandes murguistas e incluso no directores, esto es una sociedad de directores, a muchachos que han salido como componentes durante mucho tiempo se le ha conseguido por medio del BPS no es una jubilación grande pero..., ahora en el mes de diciembre 25.000 pan dulces vamos a repartir al asilo de los viejos y todo eso, en todos lados, se hace mucha beneficencia y hace años que se hace, pero yo hablé del pan dulce porque justo ayer hubo un momento que se concreto una cosa y lo tenía en mente entonces”*³².

2.6 INFLUENCIA DEL TEATRO

Suponemos el comienzo de la influencia del teatro cuando José “Pepe” Veneno con la murga titulada “La Soberana”, comienza a teatralizar su propuesta de murga en el año 1971.

El teatro fue uno de los principales elementos de “mutación” cultural de la murga, le dio la oportunidad de que ingresara por la “puerta grande” del espectáculo aprovechando toda la infraestructura profesional e histórica que tiene el teatro para lograr la globalización cultural y económica a nivel local e internacional.

Queremos hacer una precisión importante y es la influencia de los intelectuales y artistas de la época de este período histórico – pre y dictadura cívico – militar – estos no le dan el respaldo a los militares para crear un “nuevo orden” político, económico y cultural.

³¹ Fragmento de entrevista a Carlos Soto

³² Fragmento de entrevista a Carlos Soto

Una parte de estos intelectuales y artistas recurren a la “cultura popular” – las murgas – para saber el apoyo de la clase baja a este régimen político, sabiendo que gran parte de su estrato social no apoyaba este cambio de paradigma político.

“A medida que el campo intelectual y artístico gana en autonomía y que, correlativamente, el status social de los productores de bienes simbólicos se eleva, los intelectuales y los artistas tienden a entrar progresivamente por su propia cuenta, y ya no solamente por procuración o por delegación, en el juego de los conflictos entre las fracciones de la clase dominante”. (Bourdieu Pierre, 1980:30).

Hubo intelectuales y artistas que entraron en conflicto con fracciones de la clase dominante, produciendo nuevos bienes simbólicos para este género musical tan consustanciado con la clase obrera y baja de nuestra sociedad.

“La construcción del habitus como fórmula generadora que permite justificar simultáneamente las prácticas y los productos enclásables, y los juicios, a su vez enclásados, que constituyen a estas prácticas y a estas obras en un sistema de signos distintivos”. (Bourdieu Pierre, 2002:171).

Lograron construir un “habitus” cultural que permitió generar simultáneamente las prácticas y los bienes simbólicos “enclásados” para el consumo de los estratos sociales con más densidad demográfica la “clase baja”, “clase media”.

De esta manera pudieron transmitir masivamente la posición política de gran parte de la sociedad uruguaya.

Los nuevos elementos técnicos si bien complejizan la propuesta artística de las murgas, la convirtieron a la murga en un teatro de comedia musical política más profesional del país.

“festival de teatro de comedia musical popular... La murga es el teatro de comedia musical política más profesional que tiene este país”³³.

En relación a esto, *“pienso que la gente venida del teatro fue muy importante para el carnaval porque lo organizó un poco, sobre todo los técnicos que venían, pero también esos técnicos también tuvieron un aprendizaje muy importante del carnaval”³⁴.*

La inversión económica que hacen los conjuntos para tener un director escénico originario del teatro es muy onerosa y eso es una muestra de la profesionalidad que ha adquirido el carnaval.

“Un hombre de teatro que no trabaja en todo el año y aparece para hacer una puesta en escena piden 5.000 dólares americanos por su trabajo”³⁵.

Desde que se integró gente de teatro al carnaval, ha habido una “transferencia de conocimientos” de las distintas disciplinas artísticas. Esto llevo a que se formaran muchos técnicos originarios del carnaval, subiendo los costos del espectáculo.

³³ Fragmento de entrevista a Raúl Castro

³⁴ Fragmento de entrevista a Bananita González

³⁵ Fragmento de entrevista a Carlos Soto

Esto generó un cambio en el “habitus” cultural de las clases bajas para eso tomaremos el concepto de infra-consumo cultural – del libro “Retrato Cultural” – que se caracteriza como ausencia de realización de actividades culturales, la gran inversión económica por parte de este género musical lleva a que la clase baja antes participativa en los espectáculos de las murgas, se retraiga en la asistencia por el “alto” costo del ticket para ingresar a estos escenarios privados.

2.7 Elementos donde se asienta el espectáculo de las Murgas

Esta incorporación por parte de integrantes del teatro nacional favoreció a la profesionalización de la murga aportando elementos humanos y técnicos muy valiosos.

Una figura proveniente del teatro que hizo un cambio radical en el espectáculo fue el *Director Escénico*: su función es la de coordinar todos los elementos que componen el staff de técnicos que producen el espectáculo (vestuarista, maquillador, escenógrafo, iluminador, letrista, director de coro).

El staff de las murgas está integrado por: el director de escena, encargado de puesta en escena, sonidista, iluminador, maquillador, vestuarista, director de coro. Esta diferenciación de roles ha sido concebida y promovida por gente proveniente del teatro. Como consecuencia de esto, se ha producido una profesionalización en cada uno de los rubros que hacen a la murga, como muestra de ello, se pueden citar los siguientes ejemplos: el vestuario antes era confeccionado en forma casera ahora existe una gran industria de telas, en relación al maquillaje se usaba corcho quemado pintándose la cara los propios integrantes ahora los pintan maquilladores profesionales en relación al sonido no se contaba con los equipos de amplificación que existen hoy día. Como hemos dicho, todos estos cambios introducidos, son funcionales y promueven la profesionalización de las murgas.

“Antes los vestuarios eran totalmente caseros cada uno se hacia su traje ahora ya hay que pensar en un profesional en una diseñadora, en una realizadora, y en el tema del maquillaje también antes con un corcho cada uno se pintaba ahora se requiere de un maquillador que viene con un equipo de gente para maquillar. la puesta en escena no existia, ahora se necesita encargado de puesta en escena, se necesita iluminador, sonidistas antes usted iba a un escenario y habia un micrófono solo llamado “galleta” ahora usted va a un escenario y encuentra siete u ocho “jirafas” con una amplificación impresionante”³⁶.

El trabajo realizado por cualquiera de estos especialistas puede ser factor clave al momento de la puntuación en el Concurso de Carnaval. Por eso las murgas con pretensiones de ganar dicho concurso o llegar a los primeros puestos tienen claro que deben de contar con los mejores en nuestro medio. Los orígenes de los mismos son del teatro y otros son producto del carnaval.

³⁶ Fragmento de entrevista a Rafael González.

Iremos desarrollando algunos factores determinantes, que a nuestro juicio son los elementos que integran el concepto de “profesionalización de las murgas”, ya que en éstos es donde se asienta el espectáculo de las murgas dentro y fuera del carnaval cuando se presentan en otros escenarios.

Dos elementos que cambiaron a través de la historia son el vestuario y el maquillaje, que demandan al día de hoy una inversión económica muy importante en telas para los trajes y en productos para el maquillaje.

“El vestuario de La Cofradía de este año salió: contando desde la confección del diseño del vestuario hasta la confección final de todo. aproximadamente 250.000 pesos”³⁷.

Previendo la futura demanda de profesionales especializados desde hace unos años se comenzaron a dictar cursos de “Maquillaje Artístico” en UTU y en institutos privados.

“Si, han ido en ascenso (...) se ha tecnificado (...) se han sacado ideas de otras áreas artísticas: teatro, ópera, películas (...) se ha tecnificado la parte de apliques, se ha profesionalizado mucho”³⁸.

Resulta interesante destacar que en relación al maquillaje, hay especialistas como Rosario Vignoli quien es una de las profesionales más reconocidas por los entrevistados. Además ha enseñado este oficio a otras personas como Mariela Gotuso que ha ganado varios premios en su especialidad.

Como el maquillaje, el vestuario es otro de los elementos de puntuación en el Concurso de Carnaval, por lo que los conjuntos tienen que hacer grandes inversiones en telas y en la contratación de profesionales para el diseño del vestuario.

El vestuario de las murgas tuvo una evolución muy dinámica, a tal punto que el rubro telas para espectáculos musicales se transformó en una industria a la “sombra” del carnaval, ya que un conjunto consume aproximadamente unos 500 metros para el diseño de sus trajes. Cada uno de los trajes lleva aproximadamente entre 3 y 4 metros de tela, pero el gusto por las telas de los trajes se ha ido sofisticando elevando por ende su costo.

La confección del vestuario de las murgas genera puestos de trabajo, tanto para la venta de telas, diseño, como para la confección del mismo. En algunos casos se ha llegado a contratar a un artista plástico como fue el caso de los Diablos Verdes.

“Cuando el carnaval se fue transformando en un negocio para los que venden telas, para los que venden brillo, los que venden un montón de cosas (...) de repente algo que antes no tenía salida para eso, que te traían dos metros y te cobraban carísimo, pero en la realidad no era un producto de salida, de un día para el otro en una zafra se transformó en algo (...) pero yo calculo que cualquier murga tiene que gastar entre 400 y 500 metros de tela para

³⁷ Fragmento de entrevista a Carlos Melgarejo

³⁸ Fragmento de entrevista a Pablo Milich

hacer los traje (...) se transformò en una industria tambièn en el carnaval gira en torno a èl mucha gente y hay lugares que se encargan de venderte las telas, que es mäs (...) muchas veces hasta te dan créditos para que vos te puedas llevar la tela y eso llevó a que el vestuario evolucionara a la par del resto que ha evolucionado las cosas del carnaval... hay cosas que han evolucionado para bien”³⁹.

El hecho que el Concurso de Carnaval exija un buen vestuario a la hora de concursar, marca que es uno de los tantos factores que conforman el “profesionalismo de las murgas”.

“Me parece una realidad que te marca ese profesionalismo del que hablamos (...) antes se resolvía con dos bolsas de arpillera y un corcho quemado y ahora el concurso te exige que si quieres ganar o estar arriba te exige una inversión muy importante en dinero, y en el caso de nosotros que funcionamos como una cooperativa, no podemos poner ese dinero de nuestro bolsillo (...) hay murgas que tiene un dueño, que tengan sponsor o no, ellos tienen un respaldo económico que les da bancar lo que sea y en el caso nuestro no podemos”⁴⁰.

3 POST MODERNIDAD

Pretendemos dar una visión de la Post Modernidad que comienza a desarrollarse en la década de los setenta para consolidarse en la de los ochenta, para poder entender cómo influye en la murga de la década de los 90 hasta nuestros días.

Nos adherimos a la definición de Lipovestky *“Sociedad posmoderna significa (...) desencanto y monotonía de lo nuevo. cansancio de una sociedad que consiguió neutralizar en la apatía aquello en que se funda: el cambio. Los grandes ejes modernos, la revolución, las disciplinas, el laicismo, la vanguardia han sido abandonados a fuerza de una personalización hedonista; murió el optimismo tecnológico y científico al ir acompañados los innumerables descubrimientos por el sobre armamiento de los bloques, la degradación del medio ambiente, el abandono acrecentado de los individuos; ya ninguna ideología política es capaz de entusiasmar a las masas. la sociedad posmoderna no tiene ni idolo ni tabú, ni tan sólo imagen gloriosa de si misma, ningún proyecto histórico movilizador, estamos ya regidos por el vacío, un vacío que no comporta sin embargo, ni tragedia ni apocalipsis”*. (Lipovestky Gilles, 2000:10). El posmodernismo ha generado el hedonismo contemporáneo, la definición del hedonismo en síntesis: es la búsqueda del placer y la supresión del dolor como razón de la vida.

Esto ha creado que nuestras sociedades se vuelvan individualistas, consumistas, materialistas, con desapego sin compromisos duraderos, saturación de mensajes y sentidos.

Hay exceso de información, hiperregulación, exceso de transparencia y obscenidad a través de los medios de comunicación.

³⁹ Fragmento de entrevista a Carlos Melgarejo

⁴⁰ Fragmento de entrevista a Carlos Melgarejo

Otra característica que tiene la posmodernidad es el fin de todo lo social del modernismo – desarrollo, de la información, del control, de la revolución y de la organización social – hay una involución, la masa es el fin de lo social “*la masa absorbe toda la energía social, pero no la refracta. Absorbe todos los signos y todo el sentido, mas ya no devuelve ninguno. Absorbe todos los mensajes y los digiere*” (Baudrillard Jean, 1978:135).

La densificación del mundo social en las ciudades es una de las razones del hastío y la indiferencia con las instituciones y entre los individuos. Esto lo planteaba George Simmel cuando hablaba de los “círculos sociales” de los individuos que residen en las grandes urbes, cuando más son los círculos sociales que pertenece hay menos posibilidades que haya otro individuo con la misma “intersección” de círculos, se da una especificidad más acentuada en los individuos, a mayor cantidad de círculos sociales mayor heterogeneidad, disparidad. Como sosteníamos genera mayor individualidad y menos pertenencia hay un mayor desapego de lo social.

El posmodernismo influyó “fuertemente” en las murgas es por eso que podemos ver en nuestros días categorías de murgas con perfiles diferentes, pero cada vez se aprecia una “mutación” y empiezan a verse más homogéneas.

Los perfiles que podemos percibir en la actualidad son tres modelos de murgas que se encuentran presentes en el carnaval montevideano, la murga tradicional, la Movida Joven y lo que hemos llamado como “nuevo Paradigma de Murgas”.

3.1 Murga Tradicional y Murga Compañera

El carnaval claramente ha venido sufriendo una serie de transformaciones que demuestran que la categoría que tiene mayor número de seguidores, la murga, se encuentra en un claro proceso de profesionalización. Por el mismo proceso de profesionalización, la llamada “murga tradicional” ha ido perdiendo espacio y hasta ha transformado completamente su estructura.

Para las personas que se encuentran vinculadas al carnaval, el concepto de murga tradicional hace referencia a dos formatos de murgas. En primer lugar, lo “*tradicional*” hace referencia a aquellos primeros conjuntos que salían en la fiesta, que no contaban con grandes trajes ni maquillajes, el contenido de sus letras eran en su mayoría político, con una temática reducida a la realidad local. En cuanto a la inversión que realizaban estos conjuntos para salir en carnaval, era nula o escasa, ya que en esa época, se salía siguiendo una lógica de “amor al arte”. En segundo lugar, lo que se conoce como murga tradicional también hace referencia a los títulos de murgas que poseen historia dentro de la actual fiesta carnavalera, con esto hacemos referencia, a aquellas que cuentan con más de 20 años de existencia.

Las Murgas compañeras son murgas contestarías con una fuerte impronta política que compartieron en un momento el mismo espacio – tiempo con las murgas tradicionales.

Para la mayoría de los entrevistados, el surgimiento del término compañera se formó: *“después de que La Soberana...hace un cosa totalmente distinta...muy criticada por los tradicionalistas y bienvenida por algunos otros que estaban esperando otra clase de espectáculos...ahi surge el tema de que por ahora hay: murgas tradicionales y murgas renovadoras...”*⁴¹.

La historia de murga “La Soberana” y su trascendencia en el carnaval, se remonta hacia 1969 cuando José “Pepe Veneno” Alanís (director escénico de la murga), le aporta a la murga la coreografía y un cuidado movimiento escénico, además de preocuparse por lograr una perfecta vocalización que permitiera un correcto entendimiento de los versos entonados por el coro. Resulta interesante destacar que esta murga gana el primer premio de la categoría en 1970.

Luego de la irrupción en el carnaval de “La Soberana”, la brecha entre las murgas comienza a ser cada vez más profunda, puesto que algunas optan por cambiar, hacer algo distinto y otras optan por ser conservadoras, es decir, seguir siendo fieles a un estilo.

Posteriormente que “La Soberna” irrumpe en la fiesta de Momo, comienzan a surgir nuevos títulos que siguen su misma línea en cuanto a la forma de cantar, de comunicarse con el público, en la forma de vestir y en el maquillaje. Aquellas murgas que no cambiaron su estructura y continuaron haciendo y utilizando elementos ya existentes en el carnaval, pasaron a llamarse “tradicionales”, mientras que las nuevas, pasaron a ser “renovadoras”.

Hay quienes establecen que del primer conjunto de murgas tradicionales, las más representativas fueron: “Patos Cabreros”, “Los Saltimbanquis” y “La Nueva Milonga”. A estas murgas se las conocía como “de la Unión”, en contraposición a las murgas “de La Teja”, puesto que a diferencia de estas últimas, tenían dueño, la participación de los componentes en el proceso creativo era muy escasa ya que el armado de la parte artística les correspondía a técnicos especializados contratados para la ocasión.

Si bien las murgas “de la Unión”, tuvieron un papel activo en la fiesta popular, su participación fue decayendo durante los años de la dictadura (1973 – 1984), puesto que el público entendía que estas murgas no poseían letras consecuentes, de lucha contra el régimen, *“nunca se jugaron a cambiar demasiado las cosas...”*⁴².

Como contrapartida, las murgas (compañera) “de La Teja”, siempre jugaban al filo del reglamento y muchas veces lo transgredían con la complicidad del público. Por lo tanto, estas murgas identificadas al barrio de La Teja (zona de influencia en la que se nucleaba el movimiento obrero y sindical de enorme acción en la vida política uruguaya del siglo XX), se

⁴¹ Fragmento de entrevista a Carlos Melgarejo, integrante de murga La Cofradía.

⁴² Fragmento de la entrevista a Carlos Melgarejo.

transformaron en verdaderos frentes de resistencia popular ante el autoritarismo y luego se incorporaron a la vida militante con la llegada de la democracia (a partir de 1985).

Por otro lado, lo tradicional también hace referencia a aquellos títulos que cuentan con más de 20 años en nuestro carnaval. En la actualidad, estas murgas sólo conservan los títulos de aquellas que salían en carnaval y concursaban en los distintos tablados vecinales erigidos hacia la mitad del siglo XX. Para mantenerse en la fiesta y amoldarse a los tiempos modernos en los que vivimos, estas murgas han tenido que modificarse cuando el país comienza a transitar nuevamente el camino hacia la democracia (a partir del año 1985): usar otro tipo de lenguaje, mejorar su forma de cantar y no sobrecargar su espectáculo con temas políticos: *"...fue tan importante en su momento: de la transición, de la lucha contra la dictadura...pero también las cargó mucho a esas murgas, como una mochila...porque adquirís un poco de eso, te convertís en un héroe que capaz que no va mucho con lo que es el carnaval que supuestamente es una cosa como más descontracturada, más para divertirse, para el humor...sobre todo ciertas murgas tuvieron como un perfil demasiado serio, tomaron aquello como demasiado a la tremenda, se pusieron como una cosa media trascendente, un estilo que llegó un momento que ya no funcionó, pensando en el caso de Araca la Cana (que capaz que fue una murga que asumió un poco eso; de sentirse obligada a estar siempre como dando un discurso y mostrando un camino)...toda esa cosa que en cierto momento estuvo bárbara pero que se agotó y empezó medio a rechinar"*⁴³.

Las murgas comienzan a dejar de lado su dura crítica hacia los políticos de turno que las había caracterizado durante tantos años y comienzan a incorporar en su espectáculo, miradas más antropológicas, culturales, del ser humano en sí, por ello es que afirmo que estas murgas han transformado su estructura. Esto nos recuerda lo que establecen Guzmán Ramos y Alejandro Scherzer: *"El efecto y el impacto de los abordajes políticos o partidarios en el periodo que va desde la salida de la dictadura hasta nuestros días han sido directamente proporcionales a las necesidades de retroalimentación con referencia a dos temas centrales: el proceso de acumulación electoral de la izquierda, y los derechos humanos..."* (Ramos y Scherzer 2011: 31 – 32).

Con esta cita hacemos referencia a que la mayoría de las murgas que se han mantenido en el carnaval tenían una ideología de izquierda de alcanzar un mundo mejor, por lo que ante el ascenso del Frente Amplio al poder, genera que ese duro discurso político se deje a un lado para que en el espectáculo se le de una mayor relevancia a la celebración y alegría por el nuevo rumbo político del Uruguay.

Quizá el caso más representativo de una murga claramente de izquierda, tradicional y que se había embanderado durante años en un mensaje político y de crítica hacia el capitalismo que ahora cambió; es " Araca la Cana", pensando en el carnaval del 2012, ya que este conjunto ha realizado una gran inversión económica al contratar a Martín Sosa (actual integrante de la

⁴³ Fragmento de entrevista a la historiadora Milita Alfaro.

murga proveniente de San Carlos, “La Clave”) como letrista y ha renovado el 50% de su plantel, fundamentando lo siguiente: “*ya hemos perdido un montón de títulos...por a veces aferrarse a ese estilo de murga, o un estilo de letras que ya se perdió. Hoy por hoy el lenguaje es otro. No le podía pasar eso a Araca y Catusa tuvo la misión de decir: hay un nuevo lenguaje, una nueva forma de decir*”⁴⁴.

Este tipo de murga ha ido perdiendo espacios, ocasionado por una transformación en el lenguaje, en la forma de decir las cosas. Este cambio en el lenguaje, se debe en gran parte a la incorporación en el carnaval de los jóvenes y de un desgaste en el mensaje político. Es decir, la realidad social, cultural y sobre todo política ha cambiado y también deben hacerlo las murgas si es que quieren permanecer en el carnaval.

3.2 *Movida Joven*

La Movida Joven refiere a un encuentro de jóvenes que se produce ininterrumpidamente desde el año 1998 construyeron juntos una nueva sensibilidad y la pudieron mostrar a todos los que participaron de ella.

La Intendencia ha jugado un rol esencial en lo relativo a la organización y promoción de la fiesta. En la administración del Arquitecto Mariano Arana (1995 – 2000 y 2000 - 2005), fue cuando se impulsó, consolidó y promocionó este encuentro.

En 1995, el Taller Uruguayo de Música Popular (TUMP), cuya finalidad es enseñar y mantener en vigencia los géneros musicales populares, propuso a la intendencia de Montevideo la creación de talleres que preparaban a niños y jóvenes de 12 a 30 años para incursionar en el género murga.

La iniciativa tuvo un éxito inesperado. Año tras año, creció la demanda de abrir nuevos talleres, por el interés de jóvenes de sectores sociales diversos. Por lo tanto, y dado la gran demanda, hubo que darle “forma” a la propuesta.

En consecuencia, en 1998 se realizó por primera vez el Encuentro de Murga Joven. Al final de cada año, las murgas presentan en un espectáculo los resultados de su trabajo en los talleres. En aquel encuentro participaron unas pocas murgas, mientras que en el año 2010, actuaron 69 grupos, con un promedio de 25 integrantes cada uno. Durante los veinte días de noviembre que duró la muestra, unos 1700 jóvenes pasaron por el escenario.

⁴⁴ <http://www.sodre.gub.uy/Sodre/Sodre/Servicios/RadiodifusionNacionalSodre/Radiosyservicios/EmisoradelSur947FM/Programacion/Lacuchara/tabid/190/idNoticia/20176/Default.aspx>, 8 de Febrero de 2012.

Así, este encuentro permitió a mucha gente tener su propia murga y expresarse artísticamente sin otra inversión que su voz y su cuerpo. Con el tiempo, los grupos maduraron y sus espectáculos ganaron en consistencia⁴⁵.

En relación con lo anterior, Fernando González (Gerente de Eventos de la Intendencia de Montevideo), establecía lo siguiente: *“Nosotros nos encargamos de Murga Joven porque desde hace cuatro años, la Movida Joven entendió que Murga Joven había crecido tanto que desbalanceaba lo que era su organización... entonces, se separó de la movida y hoy Murga Joven está dentro de la gerencia de eventos...”*. Aquí notamos el gran crecimiento que ha tenido la Murga Joven, puesto que ya se lo considera aparte de lo que es la Movida Joven propiamente dicha.

Los grupos (murgas) que se presentan en el Encuentro, se organizan en forma heterogénea: en torno a facultades, alrededor de asociaciones culturales y/o deportivas, formando parte de programas de extensión cultural de instituciones del Estado que atienden contextos críticos, otras nacen a partir del grupo de amigos que se junta a cantar en la esquina del barrio. Es por ello que el espacio del Encuentro *“se propone como alternativo, integrador, abierto y receptivo a la diversidad de estilos”* (Ramos, Scherzer 2011: 113).

Más allá de lo heterogéneo que sean los grupos que se presentan, pretenden ser ellos los productores del bien simbólico cultural que es la murga, hay un trabajo de apropiación de dicho bien, estos grupos producen el producto y lo consumen, construyen un producto para su generación que a pesar de ser heterogéneos en capital social, económico y cultural tienen en común un tiempo histórico que es el posmodernismo en los cuales son homogéneos.

“un trabajo de apropiación: o, con mayor exactitud, que el consumidor contribuye a producir el producto que consume al precio de un trabajo de localización y desciframiento que, en el caso de la obra de arte, puede constituir la totalidad del consumo” (Bourdieu Pierre, 2002:97).

A través de esta movida joven se construyó un “habitus” cultural que generó prácticas objetivas “enclasables” y el sistema de “enclasmiento” del producto (gusto) murga joven las practica y de esa manera constituye el mundo social representado en un estilo de vida.

“Es en la relación entre las dos capacidades que definen al habitus – la capacidad de producir una prácticas y unas obras enclasables y la capacidad de diferenciar y de apreciar estas prácticas y estos productos (gusto) – donde se constituye el mundo social representado (...) los estilos de vida”. (Bourdieu Pierre, 2002:169).

La murga joven cuando hay un conjunto con varias temporadas son invitadas a participar en el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas, algunas de ellas son a modo de ejemplo:

“Queso Magro”, “Demimurga”, “La trasnochada” y “La Mojigata”.

⁴⁵ Extraído de <http://www.lanacion.com.ar/1350849-murga-joven-el-fenomeno-uruguayo>

Los integrantes de murga joven al ser tan heterogéneos sus orígenes sociales, permiten que el “habitus” cultural de murga joven se propague por todos los estratos sociales, haciendo homogénea las propuestas de las diferentes murgas que salen de esta movida.

Al momento de hablar específicamente de la murga joven, notamos que hay opiniones diversas: hay quienes se manifiestan claramente en contra y otros que están a favor del formidable crecimiento que ha tenido el encuentro. Carlos Melgarejo decía lo siguiente: *“la murga joven creo, deja muchos menos mensajes en materia de seriedad, en materia político”*, mientras que Juan Castell (encargado de comunicación del Museo del Carnaval) establecía lo siguiente: *“la Murga Joven aparece eso que no importa tanto que cantemos fuerte, sino que lo importante es estar arriba del escenario y hacer lo nuestro...”*.

Las respuestas son lógicas y predecibles ya que Carlos Melgarejo y Juan Castell pertenecen a generaciones diferentes, el primero con un compromiso fuerte de militancia política y el segundo es hijo del posmodernismo donde el involucramiento en temas políticos no es relevante, no interesa.

Otro de los méritos atribuidos a este Encuentro es el cambio en el lenguaje como consecuencia del origen de estas nuevas murgas. Es decir, se utiliza un lenguaje (llámese) técnico puesto que la mayoría de los componentes de estas murgas son estudiantes universitarios y/o profesionales que vieron en el carnaval y fundamentalmente en la Murga Joven un espacio donde poder expresarse libremente.

Claramente había excepciones, pero la murga joven hizo que la clase media, se interesaran por el carnaval justamente por este cambio en el lenguaje, logrando así un corrimiento de clases sociales en lo referido al público asistente a espectáculos carnavaleros.

Asimismo, el Encuentro tuvo su gran promotor con una murga que luego de haber ganado en el año 2002 dan el salto hacia el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas en 2003, y se consagran ganadores dos años después, repitiendo el primer premio en 2005, 2006 y 2008; me refiero a la murga “Agarrate Catalina”. Con la consagración y el gran éxito de esta murga, muchos jóvenes vieron en el Encuentro, un lugar en el que verdaderamente se premiaba al mejor espectáculo y que se podía llegar lejos. Pero también es la Intendencia quien se siente en la necesidad de demostrar que el programa que ha promovido durante tantos años ha sido un éxito a tal punto de otorgar beneficios a los conjuntos para que participen en el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas: *“había como una promoción...creo que era con el afán de renovar los aires dentro de Murga Joven...que no sea siempre: “Queso Magro”, “Agarrate Catalina”, “Mojigata, Demimurga”...y mostrarle a los jóvenes que si vos hacés murga joven, si hacés el proceso...”*⁴⁶.

⁴⁶ Fragmento de entrevista a Camilo Sequeira.

Queso Magro en 2006 realizó un cuplé basado en la prohibición de fumar en espacios públicos cerrados y obtuvo un premio por ello; La Mojigata realizó en el año 2010 un cuplé acerca del menor infractor y obtuvo un premio.

Los jóvenes encontraron en el carnaval una vía de acceso para decir cosas y ello permitió la adhesión de otros jóvenes que estaban por fuera del concurso que vieron y comprendieron que la fiesta de Momo no era un espacio de congregación exclusivamente de las generaciones más viejas. Asimismo, la *"murga joven trajo nuevo público, también acerca otro tipo de público se hizo masivo..."*⁴⁷.

Las nuevas murgas jóvenes ingresaron en el Carnaval con otra mirada y *"se cambiaron algunos clichés que tenían las murgas... fueron hacia otro lado. Por ejemplo, cambios en el humor... hacer chistes en relación a la métrica, no respetar la métrica de las estrofas, de las rimas... de reírse de los lugares comunes de las murgas tradicionales: del canto a la luna, al barrio, al pueblo"*⁴⁸.

Ello generó tensiones, debates ante la irrupción de algo nunca visto que tuvo como principales protagonistas a los "viejos" murgueros con años de experiencia. Sin embargo y como vimos cuando hablamos de las murgas tradicionales, *"siempre hay una tensión entre la innovación y el reglamento... siempre va a haber murgas que van más arriba en el reglamento y otras que se aguantan más a lo que dice, a lo formal... pero siempre hay murgas "nuevas" y murgas más tradicionales..."*⁴⁹.

Justamente, esas murgas que fueron más allá del reglamento, esas murgas nuevas, jóvenes, ganadoras del Encuentro de Murga Joven, tuvieron un éxito inesperado y una gran recepción en el público.

Del Encuentro de Murga Joven diremos que se logró el objetivo de haber construido una "clase" cultural.

Incorporaron propiedades distintivas que hicieron posible que agentes sociales, es decir, los jóvenes que participaron y los que no lo hicieron pero que adquirieron el producto murga joven lograron a través de las prácticas reagruparse a la murga joven dentro del carnaval.

"Es también comprender el principio (...) incorporadas (...) propiedades distintivas, (...) los agentes tienen el máximo de probabilidades de dividirse y reagruparse realmente en sus prácticas ordinarias, al mismo tiempo que de movilizarse (...) para la acción política, individual o colectiva". (Bourdieu Pierre, 2002:63).

Jorge Drexler dice en su canción *"todo se transforma"*, y quizá esta frase comience a ser el leitmotiv (tema central) del carnaval montevideano.

⁴⁷ Fragmento de entrevista a Eduardo Rabellino, encargado del Museo del Carnaval.

⁴⁸ Fragmento de entrevista a Juan Castel.

⁴⁹ Fragmento de entrevista a Gustavo Diverso, escritor.

3.3 Nuevo Paradigma de Murga

Como “nuevo paradigma de murga”, hacemos referencia a las murgas de la actualidad que ya hicieron la “mutación” y son murgas del posmodernismo, las mismas han alcanzado un gran nivel de profesionalización, tienen actuaciones todo el año y son de tiempo completo ya que al tener giras – internacionales y/o nacionales – durante todo el año los integrantes no pueden tener otro trabajo.

Otra particularidad que desarrollaron las murgas actuales es que dejaron a la temática de la política nacional que ocupaba la mayor parte de su repertorio, para que sean los temas globales el “hilo conductor” del repertorio de las murgas.

Esto se puede explicar porque en el posmodernismo hay un des involucramiento, no hay militancia política siendo para nuestra sociedad temas más importantes los económicos, laborales, educación, inseguridad, tomando palabras de Baudrillard cuando dice: *“Nada de todo es eso cierto (...) el poder no manipula nada. las masas no están ni perdidas ni mistificadas (...) esa indiferencia de las masas es su verdadera, su única práctica, que no hay otra que imaginar, que no hay nada que deplorar, sino que está todo por analizar ahí, en ese hecho bruto de retorsión colectiva y de rechazo en la participación en los ideales – por otra parte luminosos – que le son propuestos”*. (Baudrillard Jean, 1978:121).

Hay una indiferencia por los ideales en la masas de la sociedad del posmodernismo, es por eso que las murgas cambian su repertorio y ya no están comprometidas con hechos políticos como los que marcaba “La Soberana” en sus actuaciones, por eso coincido con el Sociólogo Felipe Arocena que en su libro “La modernidad y su desencanto” propone que hubo un proceso semejante dentro del pensamiento de izquierda para aceptar la autonomía de la política y que no quede subordinada a lo económico social; se puede hablar de una autonomía de la indiferencia en este caso.

Podemos sostener desde esta óptica que las murgas de la actualidad no encuentran atractivo en poner en sus temática hechos políticos como lo hacían las murgas del modernismo, en cambio toman como eje central al hombre, su moral, sus problemas y a Dios.

Si bien “Falta y Resto” y “Contrafarsa” lo habían hecho con anterioridad, es con “Agárrate Catalina” que se potencia el cambio: *“Agárrate Catalina” trato el tema de Dios. Dios es común a todos los habitantes de esta tierra y la pregunta Dios existe la pensó el primer habitante que estuvo en la tierra es una interrogante que la tenemos todos. entonces en ese sentido es un espectáculo muy inteligente se puede hacer acá en Montevideo o se puede hacer en Israel, África en cualquier lado, en cambio hay murgas que están tomando la realidad nacional con nombres y apellidos ...⁵⁰*.

“Agárrate Catalina” es una de los mayores exponentes del concepto “nuevo paradigma de murga”, puesto que desde el año 2006 (cuando se consagra bicampeona del Concurso Oficial) hasta la fecha, ha tratado en todos sus espectáculos sobre cuestiones generales: Dios, Fin del

⁵⁰ Fragmento de entrevista a Dario Prieto, integrante de la murga “Agárrate Catalina”.

mundo, civilización, ser humano, entre otros. Relacionado a esto: *“Yo pienso que se busca... hoy día busca un espectáculo global con temáticas universales globales”*⁵¹.

Con respecto a las temáticas universales que trata “Agárrate Catalina” podemos observar que es un exponente del post modernismo que tiene una “tensión” entre la ética fraternal basada en el amor, la fraternidad y las esferas profanas del mundo con sus propias lógicas – el arte, sexualidad, política y economía – como ya lo había hecho el modernismo, hay una cita a modo de ejemplo:

*“Es una obsesión del ser humano
Siglos intentando hablar con Dios
Y se ve que Dios anda ocupado
Porque mucho no nos respondió...”*⁵²

Podemos argumentar nuestra posición basándonos en palabras de Weber: “el capitalismo triunfante, siendo que se apoya en bases mecánicas, ya no requiere más de la ayuda religiosa. Asimismo, es de suponer que se ha extinguido para siempre la rosácea mentalidad de la jubilosa sucesora del puritanismo, la ilustración” (Weber Max, 1991:111).

Las sociedades posmodernas se basan en una fragmentada moralidad, anclada en el presente e indiferente del futuro, un pluralismo que provee una multiplicidad de valores ninguno más genuino que otro.

“La moral posmoderna ha dejado atrás tanto al moralismo como el anti-moralismo”.⁵³

Otro hecho relevante de las murgas de la actualidad es el desapego entre componentes de las murgas y las mismas. Hay un ir y venir de un conjunto a otro no solo en los integrantes, también en los técnicos, letristas y otros componentes de conjuntos.

“Los lazos humanos, las comunidades y las asociaciones decaen, se marchitan, se desmoronan y se descomponen. Los compromisos “hasta que la muerte nos separe” se convierten en contratos “hasta que la satisfacción decaiga”, temporales por definición y por diseño y de posible ruptura unilateral en cuanto uno de los socios olfatee que le aporta más valor salirse de ellos que continuar la relación”. (Bauman Zygmunt, 2001:181).

El vivir en esta sociedad post moderna no ha sido ajeno a los integrantes de las murgas de la actualidad, en una entrevista con Carlos Soto – uno de los últimos “murguistas” de la época del modernismo – que comenzó en el carnaval en el año 1947 y fue letrista por primera vez en el año 1952 con la “Milonga Nacional”, después llegó a ser por 30 años letrista con “Asaltantes con Patente” y él decía que nunca le escribió a dos conjuntos de la misma categoría, él decía que tenía códigos y ahora a esos códigos los mataron, se sentía molesto por la falta de apego y compromiso de los integrantes para con sus conjuntos de murga.

⁵¹ Fragmento de entrevista a Bananita González

⁵² Fragmento del cuplé “Dios” de la murga “Agárrate Catalina” del año 2007.

⁵³ http://dialogue.adventist.org/articles/14_2_kerbs_s.htm

En el post modernismo todo objeto de deseo se queda obsoleto en un lapso breve y no hay tiempo de disfrutar del mismo, las modas cambian en forma de “vértigo”, lo que hoy es moda a la mañana siguiente es obsoleto, a modo de ejemplo: en la informática las computadoras y el software son reemplazados aunque sirvan y funcionen perfectamente solo porque salieron modelos o versiones nuevas y hay que desecharlas, esto ocurre en el carnaval, salen conjuntos y los que eran “fans” de un conjunto en el carnaval al siguiente lo son de otro conjunto nuevo, los generadores de “deseo” que son los “mercados de consumo” se encargan de que la satisfacción como la obsolescencia sean instantáneas, en nuestras sociedades posmodernas no hay desarrollo de hábitos ni de apegos ni tampoco compromisos duraderos, es por eso que algunos de los integrantes de las murgas cada temporada son integrantes de otro conjunto. Muchos con una carrera exitosa dentro del carnaval son asediados y son atraídos por contratos económicos muy seductores, es el caso de artistas como el “Zurdo” Bessio o “Pitufu” Lombardo, el “mercado de consumo” ha integrado a las murgas en su circuito de hiperconsumismo.

“Agarrate Catalina”, problematizó sobre uno de los pilares donde se asienta el posmodernismo “el consumismo”. Sin embargo, unos años antes, “Falta y Resto” y la murga de Sayago, “Contrafarsa”, ya habían comenzado a incluir en sus libretos este tipo de cuestiones. Ejemplo de esto es parte del siguiente dúple:

“¡Me encantan las promociones! Voy a llevar alguna cosita. A ver,

Me llevo aquella cocina, la tele y un lavarropa,

Cámara filmadora y alguna computadora.

Me llevo la licuadora, el freezer y el microonda.

Esa video casetera, una radio y la freidora.

Juguera y exprimidora, un fax y la impresora.

Me llevo la tostadora, la plancha y la aspiradora...”⁵⁴

Esta es una de las características del consumismo del posmodernismo, ingresar en el circuito del consumo, mercancía que contradiga al propio consumismo “El hecho de que contradigan a la sociedad que los vende no cuenta. Del mismo modo que la gente sabe o siente que los anuncios y los programas políticos no tienen que ser necesariamente verdaderos o justos y sin embargo los escuchan u leen e incluso se dejan guiar por ellos, aceptan los valores tradicionales y los hacen parte de su formación mental”. (Marcuse Hebert, 1993:87).

Murgas de años anteriores también comenzaron a explorar temas más generales porque entendieron que necesitaban decir cosas, expresarse, ya que la realidad social se estaba transformando.

Para la mayoría de los entrevistados, fueron “Falta y Resto” en la década de 1980, “Contrafarsa” en la década de 1990 y “Agarrate Catalina” en los 2000, las murgas que han marcado al

⁵⁴ Fragmento del dúple “Consumidor” de la murga Contrafarsa del año 2000.

carnaval, por la originalidad de sus propuestas y por haberle incorporado nuevos elementos al carnaval, siendo el principal de ellos la exigencia en los arreglos corales (incorporado por “Contrafarsa” bajo la dirección de Eduardo “Pitufó” Lombardo). A raíz de esto, podemos establecer lo siguiente: *“siempre hay una murga que resume toda una época, toda una serie de innovaciones artísticas y siempre se resume en un conjunto...ese fenómeno se ha repetido...fue Falta y Resto en su momento, fue la Contrafarsa hace diez años...y la Catalina ahora...”*⁵⁵.

Sin embargo, y dejando un poco de lado estas murgas y haciendo un análisis más global, observando a las murgas que concursaron en el año 2010, notamos que el *“nuevo paradigma de murgas”* está claramente presente y en expansión. Todas las murgas en la actualidad, como ya se analizó en capítulos anteriores, realizan grandes inversiones en telas, maquillaje y en contratar a profesionales de otros ámbitos artísticos para obtener una alta puntuación en el concurso. No descuidan ningún rubro, e incluso cuidan al extremo la calidad de voz, haciendo, en algunos casos grandes inversiones para contratar a cantores de renombre (como fue el caso de la murga Agarrate Catalina con Freddy “Zurdo” Bessio).

Como otro punto a tratar, es que las murgas han trascendido los meses de carnaval y hoy por hoy las murgas están presentes en los doce meses. Es decir, realizan presentaciones en teatros, giras en el interior y exterior del país: *“...nosotros somos una murga que trabaja todo el año: cumpleaños, casamientos, toques en el interior, en Argentina, en congresos...”*⁵⁶. Ante esto, vemos que la murga ha crecido enormemente en estos últimos años y aún lo sigue haciendo.

En relación a esto, *“lo que se necesita hoy para salir en una murga, tenés que tener una cantidad de elementos, de conocimiento a nivel de canto, a nivel de música...toda una cantidad de aspectos que era inimaginables en el pasado, hoy no lo podrían creer...”*⁵⁷.

El *“nuevo paradigma de murgas”* ha emergido, como consecuencia de lo que venimos afirmando: profesionalización del género, incorporación de los jóvenes en las murgas y sobre todo (como detallaremos a continuación), por lo que ha generado la televisación del carnaval. La murga, se ha convertido en un espectáculo televisado y por ello deben cuidarse todos los detalles, puesto que no sólo se circunscribe a una realidad local, sino que trasciende fronteras.

Medios de comunicación masivos – Consumismo

Los medios de comunicación han jugado un papel fundamental en relación a la producción de “consumidores” y crear un producto llamado “Carnaval”.

Estamos de acuerdo con Bauman de que somos una “sociedad de consumidores” en esta posmodernidad.

⁵⁵ Fragmento de entrevista a Gustavo Diverso.

⁵⁶ Fragmento de entrevista a Camilo Sequeira.

⁵⁷ Fragmento de entrevista a Milita Alfaro.

Desde el momento en que comienzan a popularizarse los medios masivos de comunicación, la gente empieza a tener más vías de acceso para informarse y estar “empapado” con la realidad cotidiana y las murgas se sienten con más libertad al momento de escribir sus espectáculos. Este fenómeno ya se registraba a principios de siglo, *“...cuando la prensa pasó a ser más popular, los diarios... el público tenía... estaba más informado de lo que pasaba en el año, entonces la murga tenía más posibilidad de cantar sobre eso y recibir cierta devolución...”*⁵⁸.

Los medios masivos de comunicación son los medios idóneos para moldear a los integrantes de la comunidad de consumo del producto carnaval, ellos desempeñan el papel de imponer la capacidad y voluntad de consumir, para ello se servirá de la radio y la televisión para el consumidor que no consume tecnología de vanguardia, para los consumidores expertos en tecnología dispondrá de redes sociales, sitios web, videos de actuaciones “subidos” a la red y toda forma de compartir, ya que ahora la televisión “abierta” también es consumida a través de la red de redes (Internet).

“La voracidad del consumo queda atravesada por la delimitación de barreras simbólicas entre sectores sociales, clases y ámbitos de la ciudad.” (Radakovich Rosario, 2011:63).

Hay una “voracidad” de los consumidores según su estratificación social por participar en este género cultural – artístico, que se da en la zona de la costa de la ciudad de Montevideo, debido a la proliferación de escenarios privados, que tienen un alto costo en las entradas y en la oferta gastronómica que ofrecen para los asistentes a dichos espectáculos. El Teatro de Verano es otro escenario en el cual no tienen posibilidades de asistir gran parte de la clase baja por el alto costo de sus entradas, así como su ubicación geográfica, esto ha generado una “apatía cultural” más importante en dicha clase social.

El gran mérito de la radio y su relación con el carnaval, fue el de demostrarles a los radioescuchas que el carnaval podía seguir vigente durante todo el año. Es decir, desde el momento en que alguien grabó una actuación de murga en vivo, esta pasó a ser una pieza reproducible y empezó a transformar a la murga en un producto que no necesariamente se debía de ver en vivo y en directo.

En la actualidad, son varios los programas radiales que transmiten todas las etapas del Concurso Oficial en Vivo y promueven también la murga por fuera de los meses de carnaval: 97.9 (M24 con su programa “Siga el corso”), 102.9 (con el programa “Colados al camión”), CX30 (con el programa “Carnaval de Gala”), 100.3 (con el programa “Aire Popular”). Asimismo, encontramos radios que transmiten vía internet el carnaval como ser: Carnaval del Futuro y Portal las murgas, entre otras.

⁵⁸ Fragmento de entrevista a Gustavo Diverso.

En relación a esto, es la televisión la que masifica el concepto de que la murga es un “producto” para ser consumido a través de la televisión.

El Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas que tiene lugar durante el mes de Febrero en el Teatro de Verano (“Ramón Collazo”), es televisado en su totalidad, además de ser televisado también el Desfile Inaugural de Carnaval y el Desfile de Llamadas.

Los encargados de esa transmisión en directo es la empresa Tenfield que cuenta con el canal VTV, para seducir a consumidores de otros Departamentos, logra acuerdos con los canales abiertos que son vistos en todo el país a través de la red de cables privados de cada uno de los Departamentos de nuestro país.

Las murgas se presentan ahora ante un público que critica y que ya no es más el que vive al lado del tablado barrial donde se concursaba, ahora llegan mediante internet a todo los “rincones” del mundo.

*“Estar en Alemania y venir un empleado de un bar y vienen derecho a la mesa y me dice ven en castellano perfecto. era uruguayo además y me lleva a la máquina de tocadiscos lee acá que dice, en alemán estaba que sabía yo una palabra larga así, entonces agarro metió una moneda y empezó a cantar la murga me quería morir los alemanes no entendían nada lleno el bar y lo había puesto él y tenía un montón después iba casi todas las noches a escuchar y le decía pone a fulano”.*⁵⁹

Por el alcance masivo que ha tenido la televisación e Internet del Concurso y de los conjuntos, han visto acrecentado el número de giras, *“salen al interior y hacen actuaciones y a veces hacen alguna gira... Ya es común que en Semana de Turismo dos o tres murgas vayan a distintos lugares... se hacen en la Semana de la Cerveza, hay varios días donde van murgas solamente a actuar”*⁶⁰. Ahora, las murgas se dirigen al interior y la gente los reconoce, saben quienes son.

Incluso, el haber ganado el Concurso Oficial les agrega un “plus” en el reconocimiento del público como es el caso de “Agarrate Catalina” que ha realizado giras por México, Cuba y España.

Asimismo, y en relación a lo que venimos diciendo, *“...la televisación hizo dar un salto muy grande al carnaval. para masificarlo y promoverlo, hay muchas empresas que se han volcado a aportar al carnaval porque se televisa el mismo. Uno pensaba que con la televisación iba a bajar las entradas en los tablados sin embargo creció”*⁶¹.

Por el gran desarrollo y reconocimiento que ha tenido el carnaval, es que hay más empresas que han visto en el Carnaval una excelente vía de acceso para obtener beneficios económicos. Como colación: *“en un país que tiene tan frondoso capital cultural los sponsor son muy necesarios para que pueda pasar algo es un país pobre esto no es Europa es muy necesario”*⁶².

⁵⁹ Fragmento de entrevista a Carlos Soto

⁶⁰ Fragmento de entrevista a Juan Castel.

⁶¹ Fragmento de entrevista a González, director responsable de Murga Diablos Verdes.

⁶² Fragmento de entrevista a Darío Prieto.

Empresas tales como: Schneck, Coca Cola, Pilsen, Antel, Canarias, Banco República y Anda son algunos de los sponsors presentes en nuestro carnaval actual.

Por lo dicho anteriormente vemos que la televisación del concurso ha dado lugar a que el carnaval se “descentralice”, pero a su vez, puede tener una parte negativa, este fenómeno ha generado una pérdida de interacción entre el artista y el público. Se ha producido una disminución en el número de tablados: mientras que en el carnaval del 2010 existían 16 tablados barriales, en el año 2011 la cifra disminuyó a 10.

Mientras en el trabajo estar comunicados y tener una interacción con los demás individuos es importante, en el caso del consumidor es totalmente lo contrario, el consumo es una actividad esencialmente individualista, los consumidores pueden hacerlo en forma colectiva por eso podemos apreciar los escenarios privados y barriales pero el consumo es una experiencia que se vive individualmente. Esto explicaría el porqué de la diversificación en el consumo del producto murga. Los escenarios privados son montados para abarcar gran cantidad de público como ser el velódromo. Sienten un gran placer al consumir en compañía de otros adoradores del mismo producto de consumo.

“Elegir, es claro, resulta más satisfactorio cuando se lo hace en compañía de otras personas que también eligen, sobre todo si la experiencia se realiza dentro de un templo dedicado al culto de la elección y repleto de otros adoradores de ese culto” (Bauman Zygmunt, 1999:54).

Este consumismo alentado por los medios masivos de comunicación de masas puede llevar a una peligrosa “alienación cultural” donde los individuos aceptan el uso de los medios de comunicación y son solo receptores y en ningún momento son emisores, la industria de la diversión lleva consigo actitudes prescriptas como reacciones emocionales, esto es aprovechado por intelectuales que vinculan a los consumidores con los productores de la cultura, los productos adoctrinan y manipulan creando una falsa conciencia y en la medida que los productos son accesibles a más clases sociales, el adoctrinamiento llevan a que se convierta en modo de vida. En los carnavales que se desarrollaron en la modernidad, el individuo era parte del carnaval, hoy es solo un mero espectador (receptor).

Podemos ir concluyendo que la “voracidad” cultural depende de la desigualdad de la riqueza.

En nuestra sociedad se da dos categorías de consumidores cuyo concepto – extraídos del libro “Retrato Cultural” (Radakovich, 2011:137) – son los “omnívoros” y los que tienen “apatía cultural”, habrá un tercer concepto de consumidor llamado “Cosmopolitan” que se dará fuera de nuestro país.

El “omnívoros” son consumidores abiertos a otros gustos musicales en los cuales no fueron socializados, son nacidos del post modernismo, ya que tienen cierta individualización que sus pares del mismo estrato social. Esta clase de consumidores se dan en las clases media y alta de nuestra sociedad que consumen el género musical “murga”.

En contrapartida los “apáticos culturales” son los que manifiestan un “infra consumo” cultural, porque en la mayoría de los casos su poder económico no les permite asistir a las actividades culturales, para consumir tienen que ir a escenarios móviles barriales o depender que una comisión de vecinos de su barrio pueda lograr un acuerdo con la IMM para erigir un escenario barrial subvencionado. En donde la programación de las actuaciones de los grupos musicales no es de la calidad de los escenarios privados en donde actúan los mejores conjuntos carnalescos.

Las murgas han logrado captar un tercer consumidor que son los “Cosmopolitan”.

El “Cosmopolitismo” son los consumidores culturales asociados al consumo de espectáculos internacionales, las murgas han captado un gran público sobre todo en la Argentina, donde hacen giras al interior de este país, además de presentarse en los grandes teatros del gran Buenos Aires.

La murga “Agarrate Catalina” ha logrado capitalizar a este tipo de consumidor internacional y sus giras no solo se remiten a la Argentina, sino que han recorrido gran parte del mundo, una de sus últimas giras fue a CUBA, donde vendieron la grabación de la misma a un canal televisivo de nuestro medio, que exhibió la misma en una serie de capítulos.

“... con el confinamiento decisivo de la ciencia, la moralidad y el arte en esferas autónomas separadas del mundo de vida y administradas por expertos, lo que queda del proyecto de la modernidad cultural sólo es lo que tendríamos si renunciáramos al proyecto completo de la modernidad” (Foster 2008: pags 35)

Jürgen Habermas

4 Conclusiones

Puedo concluir diciendo que este capitalismo “cosificó” las expresiones culturales contestatarias incorporándolas en la Industria Cultural, consiguió absorber la cultura como mercancía, donde hay un predominio de la utilidad económica del arte frente al valor expresivo del mismo.

El capitalismo ha sido muy eficiente en lo referente a la industria discográfica, actualmente mueve más de 40.000 millones de dólares, teniendo este capital acumulado, concentrado y centralizado en menos de una decena de multinacionales discográficas.

Logró homogeneizar toda expresión cultural, a través de toda la infraestructura de la industria de la cultura, donde predominan las grandes empresas multinacionales del arte y los medios de comunicación masivos.

Si bien está homogeneizado, dentro de la misma hay una diversidad cultural “ficticia”, ya que las culturas locales se transforman en un cauce de comunicaciones de significados compartidos para el esparcimiento de masas, conservando la forma, pero no el contenido ni el contexto.

La música perderá su capacidad de expresar los sentimientos de una clase, comunidad o etnia.

Se aprecia en este trabajo la importancia que ha tenido el carnaval y la murga a través del tiempo en nuestra sociedad.

Siendo un género musical que ha sufrido una “metamorfosis” que fue incrementándose a partir de mediados del siglo XX hasta nuestros días, conformando en la actualidad uno de los bienes culturales más representativos de nuestra sociedad.

El origen del cambio y los “ejes” más relevantes que apreciamos en este trabajo fueron el cambio político – histórico y la profesionalización de las murgas y los medios de comunicación masivos para amplificar este fenómeno sociológico que es la murga.

Origen del Cambio

Podemos sostener que la murga es una creación socio – cultural, siendo la misma un bien simbólico “Cultural” que se objetiva mediante una producción, que se practica y se consume.

Producida, practicada y consumida por la clase baja sufre una “apropiación” por parte de artistas e intelectuales de un estrato social diferente a la clase baja, que luego de reformular el concepto artístico de la murga – se mejora los coros, el audio, el vestuario y el maquillaje – es

brindado a la clase baja y a un extenso sector de la clase media, esto lleva en la actualidad a generar “degustadores” a nivel nacional e internacional para este género musical.

Podemos apreciar que el comienzo de la “apropiación” de la murga es a mediados de la década de los años sesenta, una serie de artistas e intelectuales confrontan con un gobierno que si bien era democrático, gobernaba con “medidas prontas de seguridad”. Para transmitir sus ideas los intelectuales y artistas, aprovecharon este género musical que era muy popular en la clase baja de nuestra sociedad, esto permitió que estas “ideas” también llegaran a gran parte de la clase media.

Este hecho provocó que se empezara a gestar la “metamorfosis” en las murgas.

Intelectuales y artistas querían expresar sus ideas a la mayoría de la población, por esta razón es que se sirven de la murga. Hubo técnicos del teatro que incursionaron en el carnaval transfiriéndole a las murgas las técnicas para desarrollar espectáculos que ofrecía el teatro logrando mejorar la propuesta musical y de esa manera tener un canal de comunicación con las clases sociales – baja y media – con más densidad de población.

En este período y hasta los primeros gobiernos democráticos después de la dictadura habrá un tipo de murgas “Politizadas” que sufrirán la persecución, con la detención de algunos de sus integrantes y la censura de sus libretos, queda aún en la memoria de la mayoría de la gente la despedida “La Murga Compañera” perteneciente a la murga “Araca la Cana” del año 1973.

En la salida democrática se profundizaron los escenarios privados y se incrementó el público adherente a este género musical.

Se comienza a percibir un agotamiento de la propuesta musical de la murga llamada de la “Resistencia” y comienza a surgir una renovación artística en murgas nuevas, que muchas de ellas saldrán de la “movida joven”.

Con el Frente Amplio en el gobierno de la IMM, en el periodo en el que fue Intendente el Arquitecto Mariano Arana surgió la “movida joven” la cual trató temas generales como lo son religión, derechos humanos, sexualidad, envejecimiento de la sociedad, que dejaron la política como punto central para tratar temas que pueden ser presentados en cualquier parte del mundo.

Si bien en esta época la murga era consumida por la clase media, es cuando se origina la “apropiación”: de este género musical, ya que en esta “movida joven” la mayoría de estos jóvenes son de clase media y muchos de ellos universitarios.

Habrá una apropiación por parte de la clase media en los sistemas de esquemas generadores de la obra – género musical murga – enclasables.

Obra enclasable que es un estilo de vida como sistema de prácticas, esto es signo distintivo “Los Gustos”, para este caso el género musical murga.

Los contenidos de sus letras, vestuarios, maquillaje y las voces de sus coros ya no son simples sino que se fueron complejizando y sus espectáculos empezaron a convertirse en un “teatro popular”, donde apareció la figura del director escénico y otros técnicos que hacen a la elaboración de las actuaciones de las murgas.

La profesionalización fue otro de los ejes. Podemos definir dos tipos de agentes, potenciador y dinamizador.

El potenciador lo fueron la I.M.M. y DAECPU, que tuvieron como cometido la organización del carnaval.

La I.M.M. reformando el reglamento ha exigido mejores propuestas musicales, el ceder las instalaciones del Teatro de Verano y de subsidiar tabladillos barriales ha permitido que una población de bajos recursos pueda asistir a los espectáculos de carnaval. La Movida Joven ha sido un efecto renovador ya que trajo público nuevo y dio posibilidades de que se originaran murgas nuevas, que muchas de ellas ya están participando en el carnaval con buen suceso.

DAECPU en la actualidad es un agente “potenciador” de las murgas, protegiendo sus intereses tanto en lo económico como en el armado de su espectáculo.

Los técnicos del teatro oficiaron como agentes dinamizadores, podemos destacar dos tipos de técnicos los de teatro y los tecnológicos.

Los técnicos del teatro a través de los distintos directores – escena, baile, coro y artístico – han logrado influenciar a la murga para que se convirtiera en un espectáculo musical de excelente calidad, también se encuentran diseñadores de vestuario, maquillaje y escenografía.

Los técnicos tecnológicos le han dado una infraestructura en lo referente al sonido e iluminación, muchos de estos técnicos son ingenieros tanto en lo lumínico como en el audio sin los cuales sería imposible que puedan actuar las murgas.

El eje de los medios de comunicación masivos – empresarios del espectáculo, medios de comunicación y la industria de la cultura – es uno de los más influyentes en la actualidad ya que ellos son los que permiten que las murgas sigan teniendo actividad durante el resto del año.

Han servido para combatir el “infra consumo” cultural de quienes no disponen de medios económicos y por consiguiente no pueden asistir a escenarios privados o al Teatro de Verano y se convierten en “apáticos culturales” de murga.

Esto es aprovechado por la industria cultural donde están los empresarios de espectáculos y los medios de comunicación masivos que vieron en este género un potencial económico muy importante.

Vemos como principales protagonistas de este eje:

- Empresarios del espectáculo – discográficas, empresarios de escenarios privados, teatros y locales donde hacen funciones durante el resto del año, agentes que instrumentan giras internacionales y al interior de nuestro país.
- Televisión y Radio – son canales de comunicación que masifican las propuestas de este género musical por su llegada a todo el territorio nacional y vender este producto a otras canales y emisoras de otros países.
- Sponsors – empresas privadas y públicas – son responsables de que las murgas puedan financiar sus propuestas musicales y le dan la posibilidad de invertir en sus espectáculos para que los mismos hoy sean reconocidos a nivel local como internacional.

Habrá un cambio en el público de nuestros días que no tendrá una murga en especial sino que se volcará por la que presente la mejor propuesta. Hoy podemos sostener que este género musical esta “derramado” en todos los estratos sociales incluyendo una parte de la clase dominante

Este género musical atraviesa gran parte de la sociedad uruguaya y quienes más lo consumen pertenecen a las clases media y baja.

La propuesta del espectáculo que brinda la murga de la actualidad ha dejado de ser “popular” por diferentes motivos, uno de ellos son las estructuras de “significaciones” de los contenidos de sus canciones demandan un “origen social” en lo que respecta al nivel educativo que es de un nivel más alto con respecto al de la clase baja.

Es por ello que la clase baja se inclina más por los parodistas y las comparsas de lubolos, entre otros.

La clase baja se ve obligada a ver los espectáculos a través de los medios de comunicación cuya estrategia es comercializarlo a través de distintas formas como ser: transmisión por VTV, transmisión en directo del desfile por los canales abiertos, así como programas especiales “Carnaval en Concierto” emitido por uno de los canales abiertos de nuestro país.

Para que la clase baja pueda asistir a los espectáculos de carnaval la IMM tiene que subvencionar los escenarios barriales y utilizar escenarios móviles cedidos por la empresa CUTCSA para que el carnaval pueda acceder a los barrios más populosos de la periferia de Montevideo, con el agravante de que cada vez se reduce más la cantidad de escenarios barriales y esto hace que el espectáculo sea más orientado a la clase media.

Los espectáculos en vivo han tenido un incremento muy importante, cada año crece más la actuación de las murgas en escenarios en época de carnaval y en el transcurso del año a través de los circuitos de escenarios exclusivos para espectáculos como lo son los teatros.

La conformación del espectáculo de las murgas hoy exige una infraestructura tecnológica muy importante ya que necesita una consola de audio y luces muy sofisticadas, por este motivo no se hace la actuación completa de su espectáculo en escenarios con poca infraestructura tecnológica.

El hacer inversiones económicas cuantiosas para el vestuario, maquillaje e infraestructura y el alto caché de algunas de sus figuras, hacen que el costo del espectáculo sea muy elevado a nivel económico, el público que está en condiciones de consumir estas actuaciones en “vivo” tiene que tener un poder adquisitivo importante. Hoy los empresarios del espectáculo consiguen para las murgas giras a nivel nacional e internacional.

Las murgas no sólo dependen económicamente de brindar su espectáculo sino que hacen uso de estrategias comerciales grabando CD, haciendo giras durante todo el año y otras actividades relacionadas con el tema como firmar contratos con grandes empresas comerciales de distintos rubros, vendiendo su imagen artística no sólo como grupo sino la de sus integrantes para spot publicitarios, merchandising de la murga vendiendo pin, sticker para termos, materas, remeras, etc.

Las murgas están condicionadas por el mercado de este “Capitalismo Tardío” que las integró en su circuito de mercantilización como un producto de la Industria Cultural muy valioso que atrae mucho público por la calidad de la propuesta que brinda, ya que se ha ido transformado en un espectáculo musical reconocido a nivel internacional.

Habrà que cuidar a este género musical de que no adquiriera un formato industrial, porque de hacerlo se estará moviendo en las redes transnacionales de comunicación y será recibido por masas de consumidores, que están instruyéndose a ser audiencia de mensajes salidos de su contexto social.

El Capitalismo Tardío para Jürgen Habermas se dio en las décadas que siguieron a la Segunda Guerra Mundial por parte de los países capitalistas más avanzados, ellos lograron mantener en estado de latencia el conflicto de las clases. Lograron dilatar los plazos del ciclo económico y transformar las fases periódicas de desvalorización del capital en una crisis inflacionaria, también lograron filtrar los efectos secundarios disfuncionales de la crisis económica contenida y distribuirlos entre cuasi grupos como: los consumidores, usuarios de medios de transportes, enfermos, ancianos que tienen escaso grado de organización. Con ello lograr una fisura en la conciencia de clase y la identidad de las mismas, en la estructura del capitalismo tardío casi todos son **participantes** y **súbditos** en una misma persona con una clara desigualdad en lo que se refiere a **poder** y **fortuna** y él decide la pertenencia a las mismas.

Como conclusión final diremos que esta “metamorfosis” no tendrá retroceso.

5 Anexos

Listado de Entrevistados

La estrategia de la elección de los informantes calificados fue concebida desde el punto de vista de poder entrevistar a todas las posiciones ocupacionales del espectáculo del carnaval, con ello se pretendió abarcar el mayor espectro posible de las distintas visiones del mismo “objeto de estudio” de nuestra investigación.

De acuerdo a lo establecido anteriormente, los entrevistados fueron:

- 1) *Informantes calificados de las murgas que han participado en el carnaval en el año 2010:*
 - Murgas provenientes del encuentro de Murga Joven: Queso Magro (Camilo Sequeira)
 - Murgas que han ganado una vez o más el concurso: Curtidores de Hongos (Pablo Milich), Diablos Verdes (Rafael González y Carlos “Bananita” González) y Agarrate Catalina (Darío Prieto)
 - Murgas de reciente formación: La Cofradía (Carlos Melgarejo)

- 2) *Agentes culturales:* Milita Alfaro (Historiadora. Estudiosa del tema), Juan Castel (Encargado de comunicación del Museo de Carnaval), Gustavo Diverso (Escritor. Panelista del programa televisivo “Todo carnaval en estudio”, Fernando González (Gerente de Eventos de la Intendencia Municipal de Montevideo, Eduardo Rabellino (Fundador del Museo del Carnaval), Carlos Soto (Escritor, periodista)

- 3) *Agentes económicos:* Federico Marinari (Gerente de producción y uno de los responsable de la discográfica Montevideo Music Group), DAECPU (Rafael González).

Pauta de Entrevistados

MP – ¿Cómo nace tu amor por el Carnaval?

MP – ¿cuántos años tenías?

MP – ¿En qué murgas has participado?

MP – ¿Cuál era tu rol es esta murga?

MP – ¿Por qué cambiaste de murga?

MP – ¿Qué tiempo le dedicas a esta actividad por semana, durante los meses de ensayo, que tiempo le dedicas?

MP – Actualmente ¿esta actividad te da para vivir todo el año?

MP – ¿Consideras que este ingreso se ha mantenido igual desde que comenzaste como murguista o ha aumentado o disminuido a lo largo del tiempo?

MP – Actualmente ¿conoces a algún integrante de murga cuyo único ingreso en el año sea el que percibe por participar en una murga o actividades relacionadas?

MP – Historia de la murga ¿En qué año nació esta murga?

MP – En el año 2010 o 2011 según lo que recuerdes ¿En qué mes comenzaron a diseñar el vestuario?

MP – ¿Es gente de teatro?

MP – ¿Sabes cuánto sale un vestuario o sabes aproximado el costo?

MP – ¿El diseño del vestuario está hecho por amateurs o profesionales?

MP – ¿Qué importancia tiene el vestuario para la murga?

MP – ¿Cuándo gente de teatro irrumpe en el carnaval?

MP – ¿El maquillaje qué importancia tiene para la murga?

MP – ¿El libreto fue escrito por una persona o por un grupo de personas?

MP – ¿Estas personas se ofrecen o las murgas lo van a buscar?

MP – A la hora de comenzar a escribir, ¿La intención de la murga es revivir lo acontecido en el plano político, social y/o cultural o buscan formar un espectáculo que se relacione con temáticas más generales, del ser humano como Agárrate Catalina en el año 2007?

MP – ¿Qué importancia tiene el libreto para la murga?

MP – ¿Hacen una inversión grande a la hora de contratar a un libretista, que porcentaje del dinero que tiene para organizar la murga lo invierten en el libretista?

MP – ¿Con cuántos meses de anticipación comenzaron a diseñar la escenografía? ¿Son profesionales o amateur?

MP – ¿Quién son los encargados de idear la puesta en escena y el movimiento escénico de la murga? ¿Son amateurs o profesionales? ¿Son Directores escénicos del teatro o del carnaval?

MP – ¿Con cuántos meses de anticipación comenzaron a desarrollar la puesta y el movimiento escénico?

MP – ¿Toda la puesta en escena la hacen profesionales?

MP – ¿Se cambia o se intenta quedarse con el mismo?

MP – ¿Qué importancia tiene la puesta y el movimiento escénico para la murga?

MP – ¿Hubo persona que represento a la murga?

MP – ¿Cómo surge la relación con los sellos discográficos?

MP – ¿Cómo llegan a relacionarse con los medios de comunicación (Radio, TV, prensa)?

MP – ¿Crees que la televisación del Concurso ha provocado una mejora en el espectáculo ofrecido por las murgas? ¿Qué piensas de la televisación por TNU canal 5?

MP – ¿Realizaron giras por el interior del país? ¿Cómo los recibió la gente? ¿Sabían quiénes eran, es decir, de dónde venían?

MP – ¿Fue beneficioso el cambio en el número de tablados?

MP – ¿Qué opinión te merece la formación de grupos en Facebook en apoyo a la murga?

MP – ¿La murga tiene sponsor?

MP – ¿Qué significado le das al carnaval y qué cambios hubieron desde que participas en carnaval?

MP – ¿Y qué cambios hubieron desde que participas en el carnaval?

MP – ¿Qué opinión te merece el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas desarrollado en el Teatro de Verano?

MP – ¿Crees que los premios en el concurso han influido en la profesionalización de la murga?

MP – ¿Qué opinión te merece la transmisión del Concurso Oficial a través de TNU (Televisión Nacional de Uruguay) iniciada en el año 2010?

MP – ¿A qué atribuye el éxito de las murgas más famosas, que logran estar en las finales de concurso de carnaval y actúan en diferentes escenarios fuera del tiempo de carnaval?

MP – ¿Qué importancia tuvo y tiene la intervención de la Intendencia de Montevideo en el Carnaval?

MP – ¿Crees que la intervención de la Intendencia de Montevideo, con la creación del Museo del Carnaval, los espacios de difusión como lo son tablados barriales, hacen posible concentrar público y crear adeptos a este género musical?

MP – ¿Qué opinión te merece el encuentro de Murga Joven organizado por la intendencia de Montevideo?

MP – ¿Qué opinión tienes acerca de DAECPU?

MP – ¿Crees que hay sectores del Carnaval que ganan más dinero que otros? Si es así ¿Cuáles y por qué?

MP – ¿Consideras que el trabajo que realiza la murga es un aporte a la cultura?

Aspectos Metodológicos

Para responder a los objetivos de esta investigación, utilice un abordaje de tipo cualitativo, de un modelo Emergente.

Utilice un modelo de diseño emergente que en el proceso de investigación tiene una modalidad de diseño semia – estructurado y flexible, puesto que se encuentra sujeto a los hallazgos de esta investigación, que permite entender la evolución en la profesionalización de las murgas.

El enfoque fue cualitativo ha sido: Crítico Social/ Constructivista/ Dialógico. En este enfoque *“...se asume que el conocimiento es una creación compartida a partir de la interacción entre el investigador y el investigado, en la cual, los valores median o influyen la generación del conocimiento; lo que hace necesario “meterse en la realidad”, objeto de análisis, para poder comprenderla tanto en su lógica interna como en su especificidad. La subjetividad y la intersubjetividad se conciben, entonces, como los medios e instrumentos por excelencia para conocer las realidades humanas y no como un obstáculo para el desarrollo del conocimiento”* (Sandoval 2002: 29).

La metodología cualitativa, parte de una experiencia que trata de interpretar en su contexto puntos de vista de los implicados. No se busca verdades últimas, sino relatos (Valles, 1999).

He creído conveniente utilizar un abordaje cualitativo puesto que, teniendo en cuenta el fenómeno a analizar (profesionalización de las murgas) la interacción entre el investigador y el investigado aportó una mayor riqueza conceptual a través de un intercambio entre iguales de preguntas y respuestas. Es decir, resulta necesario meterse en la realidad del objeto investigado, logrando así un mayor éxito en la investigación, hecho que resultaría imposible si adoptará una mirada cuantitativa.

Me incliné por reflexionar, analizar y poder decodificar las construcciones que hacen los individuos de sus realidades.

El tipo de entrevista cualitativa semia – estructurada que utilice es la que se dirige al aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente. Los interlocutores son informantes en el más sentido de la palabra. Los informantes fueron *altamente calificados* ya que muchos de ellos integran la historia del carnaval.

Integrantes altamente calificados de integrantes de murgas (ganadoras de premios, de murgas jóvenes y recién formadas), Agentes culturales (letristas, periodistas, funcionarios de alto rango de la IMM y del Museo de Carnaval, jurados de carnaval), Agentes económicos (gerente de discográfica e integrante de DAECPU - Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos Populares del Uruguay).

Técnica Utilizada – Entrevista *cualitativa* sema - estructurada

La técnica que se utilizó para el desarrollo de este trabajo de campo en esta investigación fue: la *entrevista cualitativa sema – estructurada*.

Según Taylor y Bogan, las *entrevistas cualitativas en profundidad* se refieren a reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras (Taylor y Bogan 101). Asimismo, se sigue el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas.

Siguiendo la perspectiva de estos autores, hay tres tipos de entrevistas cualitativas en profundidad.

El primer tipo refiere a la historia de vida o autobiografía sociológica en donde “*el investigador trata de aprehender las experiencias destacadas de la vida de una persona y las definiciones que esa persona aplica a tales experiencias... presenta la visión de su vida que tiene la persona, en sus propias palabras...*” (Taylor y Bogan 102).

El segundo tipo que ellos proponen se dirige al aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente. Nuestros interlocutores son informantes en el más verdadero sentido de la palabra.

El tercer tipo tiene la finalidad de proporcionar un cuadro amplio de una gama de escenarios, situaciones o personas. Las entrevistas que se realizan, se utilizan para estudiar un número relativamente grande de personas en un lapso breve.

Por lo dicho, utilicé la técnica de entrevista semi – estructurada. Esta técnica de investigación “*es aquella que como su nombre indica, el investigador desplegará una estrategia mixta alternando preguntas estructuradas, con preguntas espontáneas*” (Aznar, L. 2006). En cuanto a la utilización de preguntas espontáneas, estas me permitieron profundizar en las características específicas del entrevistado, permitiendo una mayor libertad y flexibilidad en la obtención de la información. Bajo esta perspectiva, será recomendable que el investigador plantee las preguntas, las entrevistas, las desgrabe, las analice y formule las conclusiones del estudio (Aznar, L. 2006).

Por lo dicho, y si bien esta técnica posee algunas desventajas creo que me ha ayudado a recolectar información cuando se realizó el trabajo de campo, puesto que fueron flexibles y dinámicas, en el sentido de que permitieron generar un discurso con el entrevistado.

6 Bibliografía

- Adorno, Theodor (1960): “Dialéctica del iluminismo”, Editorial Sudamericana, Bs. As.
- Aharonián, Coriún (2007): “*Músicas populares del Uruguay*”. Publicación financiada por la Comisión Sectorial de Educación Permanente de la Universidad de la República
- Alfaro, Milita (1998). “Carnaval y modernización. Impulso y freno del disciplinamiento (1873 – 1904)” en *Carnaval: una historia social de Montevideo desde la perspectiva de la fiesta*. Montevideo, Trilce.
- Alfaro, Milita (2008): “*Memorias de la bacanal: Vida y milagros del carnaval montevideano*”, Ediciones de la Banda Oriental, Montevideo
- ” Madrid, Ediciones Cátedra
- Berger, Peter y Luckhman, Thomas: “La construcción social de la realidad”, Bs. As. Editorial Amorrortu
- Bourdieu, Pierre (1999): “Intelectuales política y poder” Bs As, Editorial Univ. de Bs. As.
- Bourdieu, Pierre (2002): “La distinción” México, Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S.A.
- Coleman, James (1987): “*Micro fundamentos de conducta macrosocial*”
- Diverso, Gustavo (1989): “*Murgas: La representación del Carnaval*”, versión digital.
- Durkheim, Emile (1987): “La división del trabajo”, Editorial Akal, España.
- Fernández, Marcelo y Alfaro, Milita (2009): “*Carnaval A Dos Voces*”, Medio & Medio, Montevideo.
- Foster, Half (2008): “La Posmodernidad”, Editorial Kairos
- Lipovestsky, Gilles (2000): “La era del vacío”, Editorial Anagrama Barcelona.
- Marcuse, Hebert (1994): “El hombre unidimensional”, Editorial Ariel
- Mingione, Enzo (1993): “*Las sociedades fragmentadas: Hacia una teoría de la reproducción social*”.
- Radakovich, Rosario (2011): “Retrato cultural de una matriz social. Montevideo entre cumbias, tambores y óperas”, edición: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República: LICCOM – UdelaR, Montevideo (Uruguay) 2011.
- Rama, Claudio (1999): “*El capital cultural*”, Arca, Montevideo.
- Riesman, David (1954): “*Individualismo, marginalidad y cultura popular*”, Paidós, Buenos Aires.
- Rifkin, Jeremy (2000): “La era del acceso, La revolución de la nueva economía”, Paidós, Bs As.

- Sandoval, Carlos (2002): *“Investigación cualitativa”*, ARFO Editores e Impresores LTDA, Composición electrónica.
- Sans, Isabel (2008): *“Identidad y globalización en el Carnaval”*, Fin de Siglo, Montevideo.
- Scherzer, Alejandro y Ramos, Guzmán (2011): *“Destino: murga joven”*, Editorial Medio & Medio, Montevideo.
- Stolovich, Lescano, Mourelle (1997): *“La cultura da trabajo: Entre la creación y el negocio: Economía y Cultura en el Uruguay”*, Editorial Fin de Siglo, Montevideo.
- Stolovich, Lescano, Mourelle, Pessano (2002): *“La cultura es capital”*, Editorial Fin de Siglo, Montevideo.
- Taylor, S. J., Bogdan, R. (s/d): *“Introducción a los métodos cualitativos de investigación”*, Paidós Básica, Madrid.
- Toffler, Alvin (1987): *“Los consumidores de cultura”*, Editorial Leviatán, Buenos Aires.
- Valles, M. (1999): *“Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional, Síntesis sociológica”*, Madrid.
- Zallo, Ramón (1988): *“Economía de la comunicación y la cultura”* Madrid, Ediciones Akal.
- Weber, Max (1991): *“La ética protestante y el espíritu del capitalismo”* México, Premia editora de libros S.A.

Páginas web consultadas y utilizadas en este Proyecto

- http://www.uvm.cl/csonline/2007_1/pdf/conflicto.pdf
- [http://www.taringa.net/posts/info/1601585/Historia-de-la-Murga-Uruguay-\(video-Agarrate-Catalina\).html](http://www.taringa.net/posts/info/1601585/Historia-de-la-Murga-Uruguay-(video-Agarrate-Catalina).html), enero 2012.
- http://www.lasmurgas.com/html_07/reglamento07/reglamentos.htm, enero 2012.
- http://www.lasmurgas.com/html_07/librosyart/articulo_pilar.htm enero 2012.
- http://www.lasmurgas.com/html/murgas_concurso2006/contrafarsa/contrafarsa.htm, enero 2012
- <http://www.larepublica.com.uy/comunidad/439412-surgidas-de-las-mismas-raicesconjugan-un-nuevo-tiempo-murguero>, enero 2012.
- <http://www.larepublica.com.uy/comunidad/320324-la-trasnochada-debuto-y-gano-en-murga-joven-ahora-dara-el-salto>, enero 2012.
- <http://www.lanacion.com.ar/1350849-murga-joven-el-fenomeno-uruguayo>, enero 2012.
- http://www.elpais.com.uy/Especiales/Carnaval2003/esp_c03Cat_29993.asp enero 2012.
- http://www.diablosverdes.com.uy/sitio/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=4&Itemid=26, enero 2012.
- http://www.daecpu.org.uy/index.php?option=com_content&view=article&id=16&Itemid=8, enero 2012.
- <http://www.l80.com.uy/articulo/La-inversion-de-la-IMM-en-el-Carnaval>, enero 2012.
- http://museodelcarnaval.org/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=59&Itemid=89. enero 2012.
- http://www.teatrodeverano.org.uy/index_1.html enero 2012.
- <http://www.quesomagro.com/historia/>, enero 2012.
- <http://www.portaluruguaycultural.gub.uy/sic/musica/> enero 2012.
- <http://www.murgaclave.com/>, enero 2012.
- <http://www.montevideomusicgroup.com/index.html> enero 2012.
- <http://www.montevideo.gub.uy/ciudad/cultura/murga> enero 2012.
- <http://www.gestioncultural.org/gc/> enero 2012.
- <http://www.carnavaldelfuturo.com.uy/cdf/>, enero 2012.
- http://lasmurgas.com/html_07/principal_general_07.php, enero 2012.
- <http://exorcist.galeon.com/inicios.html>, enero 2012.
- <http://daecpu.com.uy/daecpu.htm> enero 2012.
- <http://clusterdemusicauy.blogspot.com/> enero 2012.
- http://www.lasmurgas.com/html_07/principal_general_07.php enero 2012.
- http://www.lasmurgas.com/html_07/reglamento07/2011.html, enero 2012.
- http://www.elpais.com.uy/suple/quepasa/10/05/22/quepasa_489837.asp enero 2012.

Artículos utilizados

- Casacuberta, Steneri (2009): *Informe de Caracterización: el Sector de la Música en Uruguay.*
- Castro Salamanca, Ana Belén, Crespo Blanco, Cristina Martín (2007): *El muestreo en la investigación cualitativa.*
- Manrique, A: *La murga, objeto de la cultura popular.*
- Sicardi, Aníbal: *La murga uruguaya*
- Stolovich, Luis: *Diversidad creativa y restricciones económicas. La perspectiva desde un pequeño país*