



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



Facultad de
Información y
Comunicación

Tutora: Virginia Martínez

¿Cuánto cuesta la fiesta de momo?

Agustina Ferré Nahuel De Giobbi Gastón Muinos



¿Cuánto cuesta la fiesta de Momo?

Facultad de Información y Comunicación

Trabajo Final de Grado

Agosto 2024

Agustina Ferré - 5.175.810-9

Nahuel De Giobbi - 4.934.623-5

Gastón Muiños - 5.136.502-7

Índice

Índice	3
Introducción	4
Antecedentes	5
Bibliografía	6
Notas periodísticas de referencia	6
Objetivos de la investigación e hipótesis	8
<i>Objetivo general</i>	8
<i>Objetivos específicos</i>	8
¿Cuánto cuesta la fiesta de Momo?	14
Pacto de caballeros	15
El dueño del circo	18
Un camión que se va	20
Realidad maquillada	24
Que el Estado no se olvide	26
Reflexiones individuales	29
Anexos	35

Introducción

El carnaval es uno de los fenómenos culturales más importantes de Uruguay por su carácter popular y su tradición de más de un siglo. Es considerado “*el más largo del mundo*”, con una duración de aproximadamente 40 días, que se extiende desde mediados del mes de enero, hasta principios de marzo. Existen registros que ubican a las primeras fiestas carnavalescas en la Grecia del 1100 a.c, donde durante varios días se celebraba con danzas, disfraces y excesos, ubicando de a poco a esta celebración como un espacio de manifestación cultural que involucra a diversos individuos, sus comunidades y sus sentires. Si bien el carnaval es celebrado en diversas partes del mundo, en Uruguay, en las últimas décadas, se ha convertido en un elemento de la agenda pública del país muy importante e incluso en 2009 fue declarado por el Poder Ejecutivo de interés nacional.

A partir de 2004, el concurso de Carnaval que se lleva a cabo en el Teatro de Verano, empezó a emitirse por televisión de forma completa después de un acuerdo al que llegaron los Directores Asociados de Espectáculos Populares y Carnavalescos del Uruguay (DAECPU) con la empresa Tenfield S.A. Hasta ese momento, todo aquel que quisiera disfrutar del carnaval, debía abonar una entrada para ingresar a un escenario o podía escucharlo por radio. La llegada de la televisación permitió a los uruguayos consumir el concurso completo desde sus hogares. Este hecho generó movimientos importantes dentro de la fiesta popular uruguaya.

La presente investigación indaga sobre los efectos que produjo la televisación desde el punto de vista social, económico y cultural, a través del diálogo con fuentes de los principales actores que construyen la fiesta popular, así como del acceso a información relevante de los organismos que administran los asuntos que competen a los objetivos de este trabajo.

Antecedentes

Los antecedentes que sirvieron como una primera aproximación al tema de investigación, aportaron información básica sobre distintas aristas del fenómeno a estudiar y desde diversas perspectivas. Una parte fundamental de los antecedentes es de índole periodística y colaboró, tanto en un sentido de orden cronológico, como de interiorización de los conflictos de intereses existentes en el carnaval.

Resultan de especial utilidad las notas periodísticas que abarcan temas como la sindicalización de los trabajadores del carnaval, los ingresos por publicidad y la relación entre Tenfield y DAECPU. Se destaca, en particular, una entrevista de 2010 al presidente de DAECPU, Enrique Espert, en la que dejó entrever fuertes diferencias con Tenfield en la negociación por los derechos de televisación del carnaval. A su vez, fue de utilidad una nota del diario El País titulada “¿Quién manda en esta fiesta?” de Tomer Urwicz, en la que analiza los cambios económicos sobre los que este trabajo profundiza.

En el ámbito académico los trabajos de Balduvino (2013) y Castro & Di Iorio (2017) sirvieron como un insumo básico para comprender el proceso de profesionalización del carnaval y su masificación, así como también su transformación a lo largo del tiempo a causa de la mediación de la tecnología. Dichos trabajos, al ser elaborados desde una lógica estrictamente académica, aportan a su vez elementos teóricos relevantes para comprender los cambios económicos producidos en el carnaval. El fenómeno no es abordado de forma aislada sino como parte de una sociedad históricamente determinada, cuyas relaciones sociales influyen directamente en la naturaleza económica de los productos culturales.

Tanto los antecedentes periodísticos, como los académicos, permiten una comprensión del tema de investigación suficiente para profundizar en los aspectos pertinentes de acuerdo a los objetivos propuestos.

Bibliografía

Cestau Yannicelli, V. M. (2020, Abril 29). *La murga uruguaya. Problematizaciones acerca de las identidades artísticas murgueras y condiciones de producción dentro del concurso oficial del Carnaval*. Universidad de Buenos Aires, Untref / Universidad de la República, Uruguay.

Alzaga Balduvino, V. (2013). *Murgas y profesionalización*. Universidad de la República, Facultad de Ciencias Sociales.

Castro, Leticia., & Lucía Di Iorio (2017) *El carnaval uruguayo: ganadores y perdedores*. Universidad de la República, Facultad de Información y Comunicación.

Rodríguez Montossi, M. E. (2008). *Andamiaje económico de las murgas uruguayas en el contexto del concurso oficial de agrupaciones carnavalescas*. Universidad de la República, Facultad de Ciencias Sociales.

Pereira Silva, M. (2013). *Metamorfosis de las murgas*. Universidad de la República, Facultad de Ciencias Sociales. Montevideo, Uruguay.

Asuaga, C., & Hochsztain, E. (2013). *Impacto económico del carnaval de tablados: análisis preliminar de los efectos indirectos*.

Notas periodísticas de referencia

Abreu, M. (2018, Agosto 3). Momo, el proleta. *Brecha digital*.

Antel dejó de auspiciar murgas y no transmitirá el carnaval por Vera TV. (2022, Enero 15). *M24*.

Calle Febrero. (2021, Agosto 13). Gurméndez sobre inversión de Antel en carnaval: «Diremos presente donde debamos, en su justa medida; manejo anterior no fue acorde a objetivos empresariales» – Calle Febrero. *Calle Febrero*.

La IMM analiza al más alto nivel el acuerdo por derechos de televisación del Carnaval.

(2003, Noviembre 19). *LaRed21*.

Laitano, F. (2022, Enero 24). Políticos aficionados al carnaval opinan sobre la crítica de las murgas y su vinculación con la izquierda. *La Diaria*.

Medina, F. (2022, Marzo 3). *La llegada de las pantallas y la complejización de los aspectos técnicos del carnaval*. *La Diaria*.

Medina, F. (2022, Enero 20). Tras dos años, vuelve el carnaval con menos dinero de auspiciantes y polémica por la decisión de Antel de no invertir en conjuntos. *La Diaria*.

Muñoz, D. (2010, January 19). Espert: "la plata de Tenfield se cubre con un solo avisador". *Portal 180*.

Urwicz, T. (2017, Febrero 4). ¿Quién manda en esta fiesta? - 04/02/2017. *El País Uruguay*.

Objetivos de la investigación e hipótesis

Objetivo general

Identificar e interpretar los cambios económicos que supuso la televisación del carnaval y sus consecuencias sociales y culturales a partir del contrato firmado entre DAECPU y Tenfield en 2003.

Objetivos específicos

Examinar qué cambios implicó la televisación en la forma de consumo del carnaval.

Analizar el papel de DAECPU en la negociación y administración de los recursos otorgados por la televisación del concurso.

Detallar las lógicas mercantiles introducidas en el carnaval luego del inicio de la televisación.

Identificar las inversiones y las ganancias de los actores que participan de la realización del carnaval.

Analizar el proceso de sindicalización de los trabajadores del carnaval.

Hipótesis

El inicio de la televisación del concurso de carnaval en su totalidad generó cambios en su estructura económica que profesionalizaron el espectáculo, pero generaron conflictos de intereses entre los diversos actores que lo componen.

Preguntas de investigación

- I. ¿Para qué actores significó un beneficio económico el inicio de la televisación y para qué otros un perjuicio?

- II. ¿Qué modificaciones hubo en los escenarios con el inicio de la televisación? ¿Se amplió el público?
- III. ¿Cuáles son los principales conflictos de intereses entre DAECPU, Tenfield y los trabajadores del carnaval, a partir del inicio de la televisación?
- IV. ¿Cómo se transformó el carnaval en el ámbito laboral después del comienzo de la televisación?
- V. ¿Cuál es el presupuesto anual que destina la Intendencia de Montevideo para el concurso de carnaval?
- VI. ¿Existe transparencia en los vínculos económicos que se establecen en el marco del concurso?

Justificación

Siendo el carnaval una de las manifestaciones culturales más importantes de nuestro país, no existían investigaciones que profundizaran acerca de su transformación desde un punto de vista económico luego de consolidarse como un producto televisivo de alcance masivo.

El tema tiene varias aristas que arrojan elementos periodísticos de interés, puesto que algunos actores se han visto beneficiados con la creciente introducción de lógicas mercantiles en el carnaval, mientras que los trabajadores reclaman derechos y otros sectores de la sociedad tienen cada vez más obstáculos para acceder a la cultura.

La investigación puede adquirir un carácter de denuncia ya que, si bien la televisación puede haber ayudado a descentralizar el carnaval, los espectáculos presenciales se han retirado paulatinamente de los barrios de ingresos medios-bajos y han dejado de ser accesibles para amplios sectores de la población, algo que reproduce la exclusión en términos de acceso a la cultura.

En línea con criterios de noticiabilidad y en la búsqueda por aportar conocimiento nuevo, el presente trabajo se sustentará con cifras y datos concretos para ilustrar esta realidad económica en constante cambio. Algunos aspectos cuantitativos son: los ingresos acordados en el contrato firmado entre Tenfield y DAECPU, la cantidad de personas que consumen carnaval por televisión, el rating que tiene la transmisión del concurso, el dinero volcado por la Intendencia de Montevideo para sostener los escenarios barriales, así como también el número de empresas que pagan publicidad durante la emisión.

Por otra parte, esta investigación reúne las reflexiones de los grupos de interés que componen el carnaval sobre un tema que tiene un valor que excede a lo periodístico y abarca otras áreas del campo de la comunicación, en tanto explica los cambios producidos desde la óptica económica en un fenómeno cultural luego del establecimiento de la televisión como principal medio de masas para su difusión. Dicho aporte adquiere relevancia al poner de manifiesto el debate sobre la transformación de la sociedad a partir del avance de la tecnología.

Los cambios introducidos en el carnaval crearon un nuevo escenario donde carnavaleros, directores y empresarios han sido protagonistas de contradicciones que tienen su origen en cuestiones económicas, por lo que resulta pertinente indagar en ellas y ahondar acerca de su resolución. Algunos ejemplos de ello son la interrupción del acuerdo entre Tenfield y DAECPU en 2010, así como también la creación del Sindicato Único de Carnavaleras y Carnavaleros del Uruguay (SUCAU). Es en el seno de estas contradicciones que el trabajo pretende profundizar, puesto que pueden surgir elementos noticiosos que pongan sobre la mesa las lógicas de poder imperantes en el carnaval y una realidad económica que no se conoce en detalle.

En 2022 se firmó un nuevo contrato entre Tenfield y DAECPU, por lo que el tema de investigación tiene relevancia en términos de actualidad. Para indagar sobre los términos del

acuerdo vigente tomamos como antecedente fundamental la negociación de 2010 (en la que no acordaron) y abordamos a las fuentes de tal forma de conocer las posiciones de ambos actores en las últimas tratativas contractuales.

Metodología

Utilizamos fuentes documentales y testimoniales, principalmente a través de entrevistas. En relación al contrato firmado por la empresa Tenfield y DAECPU sobre la televisación del concurso (condiciones del contrato, cambios a lo largo de los años, cantidad de dinero otorgado o recaudado, aumento de los ingresos por publicidad etc.), recabamos la mayor cantidad de datos a través de documentos oficiales y la prensa. También accedimos a registros históricos e información de índole estadística, que permiten ilustrar el proceso de transformación del carnaval (y su cambio antes y luego de la firma del contrato).

A su vez, accedimos a fuentes documentales a través de pedidos de acceso a la información pública a la Dirección Nacional de Empleo y la Intendencia de Montevideo, así como en el trato directo con las fuentes, como lo fue en el caso de las mediciones de Anamatrix.io y el registro de trabajadores de carnaval de la IM.

En el caso de las fuentes testimoniales, realizamos entrevistas con representantes, jefes, miembros o exmiembros de DAECPU, Tenfield, SUCAU y la Intendencia de Montevideo. Elegimos a Hugo Ligrone, exdelegado de DAECPU, una fuente de jerarquía de Tenfield que solicitó anonimato, Myriam Bertollini, Secretaria General de SUCAU, Ramiro Pallares, Presidente del Jurado y exdirector de Cultura de la IM, Gerardo Reyes exgerente de eventos de la IM, Marcelo Fernández, periodista de Tenfield de trayectoria en carnaval, la historiadora Milita Alfaro y al encargado del centro de documentación de DAECPU, José Arisi.

La guía para el desarrollo de la investigación fue buscar elementos noticiosos y de actualidad sobre este tema, así como tratar de ilustrar los cambios económicos producidos en el carnaval luego del inicio de la televisación en forma completa. Teniendo en cuenta los conflictos de interés existentes entre los diversos actores que componen el carnaval la presente investigación buscó llegar a nuevas líneas de investigación.

Una dificultad transversal presente en todas las áreas del tema fue la falta de registros documentales. En el caso del contrato firmado entre Tenfield y DAECPU, pocas personas lo conocen y, a su vez, en lo que a los trabajadores de carnaval respecta, el Ministerio de Trabajo no tiene información concreta y la Intendencia de Montevideo brindó un número aproximado. Por otra parte, los gastos solicitados a la IM están sistematizados de 2017 a la actualidad y tanto los directores, como los componentes, remarcaron que muchos acuerdos se dan de palabra.

Conforme fue avanzando la investigación, estos obstáculos se convirtieron en información en sí misma, por tratarse de algo generalizado en el mundo del carnaval: que no haya registros, no se conozcan los contratos, los trabajadores no estén regularizados y DAECPU no brinde información contable, es un elemento noticioso, que ilustra el desfasaje entre estas prácticas aún vigentes y la creciente profesionalización del concurso.



¿Cuánto cuesta la fiesta de Momo?

Mientras la Intendencia de Montevideo invierte cientos de miles de dólares en el concurso de Carnaval, Tenfield hace el negocio, DAECPU administra los recursos y los trabajadores reclaman más derechos laborales.

El club está lleno, el cantinero no da abasto y el director afina detalles y voces para pisar las tablas un año más. El 2003 está por llegar: ya se empieza a sentir el aroma a purpurina. Los vecinos del barrio, ansiosos, reciclan cada retazo de tela para construir, en la esquina, su propio Ramón Collazo. La prueba de admisión ya anunció las nuevas caras, el calendario está cerrado, los conjuntos confirmados, pero hay uno que se quiere colar y pretende discutir las reglas de la fiesta al Dios Momo: Tenfield.

Nada fue igual en la fiesta popular desde la llegada de la empresa de Francisco “Paco” Casal: los guionistas ya no pudieron escribir sin tener en cuenta las cámaras; los escenógrafos comenzaron a discutir cómo resaltar en las pantallas; las maquilladoras comenzaron a pintar las caras de los componentes con lujo de detalles; y los carnavaleros supieron que, cada actuación en el Teatro de Verano ya no quedaría ahí, sino que traspasaría las pantallas de miles de uruguayos que disfrutarían de todos los espectáculos de carnaval desde su hogar.

El carnaval es uno de los fenómenos culturales más importantes de Uruguay. Su carácter popular, su tradición de más de un siglo —los primeros tablados datan de 1890— y el respaldo de instituciones públicas y privadas, hacen de esta fiesta un espectáculo que ronda, según un estudio solicitado por los Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos Populares del Uruguay (DAECPU) a Cifra y Factum en 2019, los dos millones de espectadores, en un país de tres y pico.

En 2003 la empresa Tenfield firmó un contrato con DAECPU que significó un antes y un después en el consumo del concurso de carnaval. Con Jorge Natale como presidente de DAECPU y Casal como representante de Tenfield, la gremial de directores le cedió a la empresa los derechos de televisación del concurso por un total de unos 70 mil dólares anuales por un período de cuatro años, según informó Natale en ese momento. “Por primera vez la televisión reconoció el esfuerzo de los directores de los conjuntos de carnaval y la calidad de los espectáculos”, señaló el entonces expresidente de DAECPU.

De acuerdo a una fuente de jerarquía en Tenfield —cuyo nombre pidió reservar— “fue un hecho fuerte, desde el punto de vista social”, que generó miedo en torno a si la televisión “iba a potenciar el evento o le iba a sacar asistencia” porque los carnavaleros son “de tradición contestataria y todo lo nuevo amerita un cuestionamiento”. Además, afirmó que “Tenfield venía con un enfrentamiento con los canales tradicionales de hasta ocho o diez años” y tuvieron que aceptar que “Casal era un elemento más de la industria de televisión”.

Pacto de caballeros

El contrato entre la gremial de directores y Tenfield se mantiene bajo reserva. No se conocen muchos detalles y las versiones sobre el monto que paga la empresa de Casal son variadas y contradictorias.

Sobre el carácter reservado del contrato, la fuente de Tenfield afirmó que “hay cláusulas en los contratos que dicen que son confidenciales”, por lo que “si alguien anda repartiendo tiene causa de multa, por hacer mal las cosas”. Además agregó que es una cuestión de procedimiento porque es un acuerdo entre privados.

Por otro lado, explicó que la empresa de Casal paga por los derechos de televisación “un millón de dólares por año” incluido desfiles y llamadas, y añadió que estos están dentro de

los diez programas más vistos del año. “Es muy complejo llegar al número exacto de cuán rentable es para Tenfield televisar el carnaval, no es un evento por sí solo”, precisó.

Por su parte, Hugo Ligrone, histórico delegado de DAECPU ante el jurado del concurso y director de parodistas Adam's, estima que se trata de una inversión de unos 600.000 dólares por carnaval. El exdirector de Cultura de la IM y presidente del jurado de carnaval, Ramiro Pallares, confirmó que la comuna capitalina nunca ha tenido acceso a los contratos firmados entre la gremial y la empresa de telecomunicaciones.

Por su parte, el periodista cultural, fotógrafo, investigador y encargado del centro de documentación de DAECPU, José Arisi, señaló que el contrato oficial no está. “Lo que sí hay son publicaciones que dicen muchas de las características del acuerdo que se hizo”, agregó.

Si bien en la actualidad es difícil imaginarse un carnaval sin pantallas, de los más de cien años de concurso, sólo se han televisado veinte. Dieciocho años a través de la pantalla de Tenfield y dos años a través de Televisión Nacional del Uruguay (TNU). En 2010 y 2011 la gremial de directores optó por no ceder los derechos de imagen a la empresa de Casal.

En una entrevista realizada en 2010 por el Portal 180, el entonces presidente de la asociación de directores, Enrique Espert, declaró que si bien los canales 4 y 12 habían acercado propuestas, “Tenfield les puso sus productos por delante. No les iban a sacar a Tinelli ni otros productos; si compraban el carnaval le sacaban los goles”, explicó.

Este antecedente marcó un hito en la relación de DAECPU con Tenfield, obligando a la empresa a multiplicar su oferta. Para Marcelo Fernandez —periodista con más de veinte años de trayectoria cubriendo carnaval y comentarista en VTV de Tenfield— esta interrupción en el acuerdo entre la gremial y la empresa fue “muy interesante”. “DAECPU creía que el

carnaval era una mina de oro y terminó perdiendo dinero con una producción bastante artesanal”, agregó Fernández.

Según la fuente de la empresa de Casal, “el carnaval por sí solo no tiene posibilidad de autosustentarse y ganar dinero. Mañana no existe más Tenfield y no hay nadie que quiera comprar el derecho de televisación de Carnaval. DAECPU no llegaría a recuperar el costo de la operación”, concluyó.

Para Ramiro Pallares la llegada de las pantallas instaló una discusión sobre la tradición y el valor del concurso: “hay una cuestión de origen del carnaval que no está relacionado con la televisación. Si bien ha generado que carnaval se profesionalice, se reforzó una lógica futbolera, competitiva. La tele ha reforzado el evento carnaval como de carácter deportivo. Incluso la misma empresa que televisa el concurso es la que transmite el fútbol”, declaró Pallares.

El exgerente de Eventos de la Intendencia durante el período 2015-2020, Gerardo Reyes, reconoció ciertas ventajas sobre la transmisión del concurso: “gracias a la televisión se logró cierta democratización en el acceso al carnaval. Lo que se ve en la televisión es el producto de la Intendencia. Entonces voy a ser pro-Tenfield, pro-televisación, la herramienta que tenemos hoy es esa”, afirmó. Aunque también criticó las condiciones con las que se maneja la empresa: “lo que tienen es una gran plataforma. Venden el fútbol, el básquetbol, el carnaval, los sponsors. Pero el día que no tengan el fútbol, no van a tener el carnaval. Es imposible sostener a nivel televisivo esa infraestructura”.

Reyes sostuvo que no tiene grandes contradicciones con el esquema Tenfield, sino con cómo se reparte el dinero. “Hasta el día de hoy nadie apareció con más plata de la que ponen ellos. Entonces, no es un problema de televisación o de derechos de imagen porque carnaval da superávit televisivo, es un problema de la mafia que tenemos ahí adentro”, agregó.

El dueño del circo

Tenfield y la Intendencia son los principales financiadores de la fiesta, pero entre ellos no existe una relación económica directa. Mientras la IM organiza el concurso, la empresa lo transmite —y lo monetiza— a través de sus cableoperadores y sus plataformas multimedia.

Si bien uno de los mayores aportes económicos lo hace la IM, Hugo Ligrone opinó que “Tenfield es el dueño del circo” y que “el tema está cuando uno gana y el resto hace todo por amor al arte”.

Pallares afirmó por su parte que “a la Intendencia le cuesta menos el concurso que el apoyo a los tablados. Se le transfiere a DAECPU para que contrate los conjuntos en los escenarios populares, mientras que para la realización del concurso se gasta en infraestructura y en recursos humanos. La política pública apunta a invertir donde el privado no”, señaló.

Para Hugo Ligrone la relación entre la IM y la gremial era tirante. O así lo fue mientras Espert se mantuvo en la presidencia; “ahora directamente manda la Intendencia”. El vínculo entre Ligrone y el Gobierno departamental también fue tenso. Durante su designación como delegado, denunció maniobras de la IM y, particularmente del Presidente del Jurado, Ramiro Pallares, para cambiar las posiciones de algunos conjuntos “porque sino lo mataban”, expresó irónicamente.

Ligrone asegura que no pudo hacer la denuncia hasta que otro jurado se ofreció como testigo y que, posteriormente a ese hecho, en una reunión de humoristas, Carlos Barceló de Sociedad Anónima, esperó a Pallares con el dibujo de un joystick sobre la mesa, en referencia a algo

que Ariel Sosa, de parodistas Zingaros, comentaba sobre Pallares. “Le decía que hacía lo que quería con el carnaval, que le faltaba el joystick”, contó Ligrone.

Si bien la IM es uno de los motores más importantes del concurso, no hace uso de su señal TV Ciudad para su transmisión completa, pero sí cuenta con algunas imágenes limitadas cedidas por Tenfield. Sobre esto reflexionó Pallares: “TV Ciudad no es un canal comercial. Pagar el derecho de comercialización de la imagen no es algo que esté dentro de las posibilidades como canal público. No se tiene la misma chance de vender publicidad como un canal privado. La inversión la tendría que hacer la IM y ya hace una muy grande para que suceda el carnaval”.

Según un relevamiento realizado para la presente investigación, la transmisión televisiva de Tenfield cuenta con publicidades de 13 empresas de las cuales algunas tienen más menciones que otras. Ciertos nombres como Pronto, Coca-Cola, Porto Seguro, Antel y Suat son los más repetidos. Desde Tenfield afirman que el espacio publicitario se vende por carnaval, algunas marcas ponen más dinero que otras y esto se ve reflejado en las menciones. Además, cuentan que gran parte de esos avisadores son gente relacionada o identificada con el carnaval.

Alejandra Casablanca, directora de TV Ciudad, dijo que “TV Ciudad hace su programa de carnaval como cualquier otro canal, tomando imágenes que Tenfield cede diariamente y trabajando con cosas que no tienen que ver con la transmisión del concurso”. Sobre si el canal de la IM no tiene los elementos para transmitir el concurso, Casablanca prefirió no opinar.

La fuente vinculada a la empresa de Casal, explicó que “a Tenfield no le puede molestar o coartar el derecho o posible facturación” porque “TV Ciudad no vende publicidad” entonces es algo que está “dentro de la convivencia y el relacionamiento” y recordó que durante la gestión de Ricardo Ehrlich la IM “tuvo un concepto distinto”. “Consideraba que como

aportaba mucho dinero al carnaval, si aportaba más, televisaba para sí mismo y a su vez lo pasaba por TV Ciudad”, y sostuvo que después de ahí la relación ha sido estable.

Para Reyes el vínculo con Tenfield, DAECPU y la IM se da desde hace veinte años porque la empresa de Casal es la única plataforma capaz de sostener la transmisión del evento. El exjefarca dijo: “hay cuarenta tipos todas las noches, y seguro son más; hay cámaras, operadores, técnicos de sonido, técnicos de iluminación. Es imposible, por eso no hay ningún otro postor”.

Un camión que se va

Desde el sillón de su casa en la Ciudad Vieja, Milita Alfaro, historiadora, docente y escritora especializada en el carnaval uruguayo, reflexionó sobre los cambios que ha experimentado el carnaval en las últimas décadas, su proceso de mercantilización y el impacto de la llegada de la televisión. Según la historiadora, durante la primera mitad del siglo XX, la frontera entre componentes y espectadores era muy difusa. Ese carácter popular, de barrio, hacían del carnaval un espacio gestionado por los vecinos, junto con las comisiones fomento de cada barrio. Se trataba de escenarios gratuitos, en donde lo único que se tenía que hacer para observar un espectáculo era arrimarse con una silla a la esquina en donde los vecinos montaban los tablados y disfrutaban de los espectáculos.

Alfaro aseguró que las formas en las que se está consumiendo carnaval están cambiando. Aquello que antes se sostenía gracias al barrio y a lo colectivo, hoy no encuentra su lugar. “Son muy pocos los lugares donde la gente sigue encontrándose y compartiendo colectivamente”, explicó.

Eran cientos los tablados que se montaban durante el transcurso de Carnaval en nuestra capital, y cada uno premiaba a los conjuntos que, según la comisión directiva de cada

escenario, demostraban ser los mejores. El carácter competitivo que se introdujo en el carnaval, llevó a los conjuntos a comenzar un proceso de profesionalización que se fue acelerando a lo largo del siglo XX. “Se trata de actuaciones en las que hay letra, canto, música, vestuario, maquillaje y más”, detalló la docente.

En este sentido, Arisi comparte con Alfaro la idea de que la llegada de la televisión es parte de un proceso mucho más amplio que recorre todas las artes populares. Tiene que ver con la industrialización, la institucionalización y la gentrificación”, afirmó. Para el periodista cultural, cada temporada de carnaval representa a la sociedad en ese tiempo. “Es parte de la vida social y allí en algún momento iban a llegar los medios”, agregó.

Arisi destacó por qué la televisión ha modificado la dinámica del carnaval: “los espectáculos de la actualidad se hacen para la televisión. Hoy los artistas se preparan para los primeros planos y eso no es el origen del carnaval. La forma de transmitirlo es descarnalizada. Ya que no está hecho por carnavaleros sino por directores de cámara”. Además, añadió que “la profesionalización no la trajo la televisión, pero sí otro tipo de técnicos” y que “la pantalla puso a gente que no le gustaba el carnaval frente a él y esto hizo que cada vez más personas que no saben de la fiesta opinen e influyan en la misma”.

De acuerdo a un informe solicitado por Tenfield a la medidora Anamatrix.io, el desfile de carnaval y de Llamadas fueron los eventos más vistos durante el tiempo que dura la fiesta popular, con un rating promedio de 20,7 en el caso del primero y 15,45 en el caso del segundo, lo que se traduce en 82.800 hogares promedio que vieron el desfile de carnaval y 61.800 entre los dos días de llamadas. Mientras tanto, la rueda de ganadores de Pasión de Carnaval alcanzó apenas 8,9 puntos de rating, es decir, 35.600 hogares en promedio.

En la década del noventa la IM decidió comenzar a desarrollar políticas en busca de promover la descentralización del carnaval y fundamentalmente la llegada a los barrios

populares. Según los registros del Museo del Carnaval, se estima que, sobre los años treinta, existían alrededor de 400 tablados populares, de barrio. El paso del tiempo, la fundación de DAECPU, la llegada de empresarios a la escena popular y la falta de recursos —sobre todo económicos— para mejorar la organización de los tablados de barrio y los concursos, le exigieron a la IM el desarrollo de políticas públicas específicas para la defensa del patrimonio cultural.

Según el estudio de mercado encargado por la gremial a la consultora Cifra, el 61% de los consumidores ha ido una o más veces a los tablados en los últimos cinco años mientras que el 44% fue al Teatro de Verano en ese mismo periodo de tiempo.

La IM, junto con el Museo de Carnaval, lograron desarrollar un programa que a partir del año 2007 se puso en práctica. Se trata del programa “Tablado de Barrio” y su objetivo es “recuperar tradiciones e historia del carnaval y comunicar la experiencia para que otro público pueda acercarse, disfrutar de la fiesta y colaborar con el barrio”. La IM se encarga de habilitar los espacios físicos en los que se desarrollan estos escenarios barriales y además, le otorga a las comisiones de vecinos recursos económicos que permitan la gestión de los tablados, que, como contrapartida, deben utilizar las ganancias para apoyar los distintos proyectos comunitarios y vecinales de la zona.

De esos más de 400 escenarios repartidos por toda la capital, actualmente —y al menos hasta el último carnaval— se mantienen en actividad 27, de los cuáles 22 son sostenidos económicamente por la IM —ubicados mayoritariamente en la periferia de Montevideo— y otros 5 pertenecen a empresarios privados —ubicados en la franja costera de la capital—.

De acuerdo a lo establecido por la Resolución 4705/22 de la Intendencia de Montevideo, que data del 21 de noviembre de 2022 y remite al convenio entre la IM y DAECPU de cara al carnaval 2023, el monto destinado por la comuna capitalina para el Fondo de Escenarios

Populares y Escenarios Móviles “no podrá exceder” los 18 millones 800 mil pesos. Dicho fondo apunta a la contratación de “hasta tres conjuntos por día y por escenario popular durante un lapso no mayor a dieciséis días de funcionamiento, y hasta dos conjuntos por escenario móvil, con un máximo de dieciocho escenarios”.

A su vez, en la resolución se detallan las obligaciones de DAECPU, entre las que está la obligación de “abonar las actuaciones realizadas por todos los conjuntos de carnaval que fueren contratados por los Escenarios Populares (cada conjunto al menos una vez por escenario) y para los Escenarios Móviles” y la de rendir cuentas a través del informe del que se debe detallar el cumplimiento de los pagos a las contrataciones realizadas.

Según otro pedido de acceso a la información pública, no existen datos anteriores a 2017 en cuanto al gasto en escenarios barriales y móviles se refiere, dado que anteriormente a esa fecha se encontraban “dentro de otros rubros presupuestales”. De acuerdo a esa información, desde 2017 a 2022 la IM gastó 84.129.520 pesos, alrededor de 2 millones de dólares, con dicho fin.

En cuanto a la distribución geográfica de dichos escenarios, según este documento, en 2023 hubo 19 escenarios barriales, de los cuales cinco se ubicaron en el Municipio A, cinco en el Municipio G, tres en el Municipio F, dos en el D, y uno en los municipios B, C, E y Las Piedras respectivamente. Además la Intendencia llevó el carnaval a los barrios a través de escenarios móviles y funcionaron cinco tablados comerciales: Sala Nelly Goitiño del SODRE, Estadio del Club Liverpool, Plaza 1o de Mayo, Predio de la Rural del Prado y Sala del Movie Center Montevideo Shopping.

En el contrato firmado entre Tenfield y DAECPU para el período 2022-2026, se acordó que la empresa financie una cantidad determinada de actuaciones por temporada —250 según la gremial— para que DAECPU consiga por sí mismo, o por terceros, escenarios donde los

conjuntos tengan actuaciones aseguradas. La fuente de Tenfield dijo que esto se acordó porque “hay una problemática de escenarios que cierran”.

Realidad maquillada

Si bien en 2003, cuando se firmó el contrato que dio inicio a la televisación del concurso, los artistas de carnaval no estuvieron en la mesa, con el tiempo su voz empezó a resonar. En el año 2017 la IM firmó un convenio con DAECPU que pactó la obligatoriedad de poseer los derechos de imagen de los individuos que intervienen en los conjuntos. En este contexto y tras un intento fallido en el 2001, en junio de 2018 se creó el Sindicato Único de Carnavaleros del Uruguay (SUCAU). El objetivo desde un principio según Myriam Bertolini, secretaria general del gremio, fue plasmar que los componentes de carnaval son trabajadores y deben ser tratados como tales.

La primera asamblea en la sede del PIT-CNT tuvo una sorpresiva asistencia, tras lo que había sido el fracaso en años anteriores. “Pensé realmente que iba a ser una reunión chiquita; cuando llegué había media sala llena”, señaló la secretaria. Como primera actividad, abrieron una dirección electrónica para que los integrantes de conjuntos de carnaval que habían terminado la zafra sin cobrar pudieran hacer su reclamo. Casi enseguida recibieron cuarenta denuncias de incumplimiento salarial.

Ligrone dijo que “SUCAU logró pagos de directores a componentes” por incumplimientos, aunque aseguró que hay cosas que “se le escapan a DAECPU” por las formas tradicionales de acordar en el carnaval. “Yo nunca firmé un papel. Un abogado ligado a carnaval me dijo que con testigos ya está, es fácil resolver”, agregó.

Luego de este puntapié inicial, el gremio se presentó a DAECPU. En cuanto al primer encuentro con la gremial de directores Bertolini afirmó que “muchas cosas molestaron de la

creación de este sindicato, no sabían muy bien cómo reaccionar, hoy en día la comunicación es otra”. Para la secretaria, esto se dio gracias al cambio de directores e interlocutores.

Actualmente SUCAU reclama una mejor distribución de los ingresos con respecto a la televisación. “El dinero que brinda la empresa que tiene los derechos televisivos del concurso baja a los directores, pero los componentes de los conjuntos reciben solo una parte de eso, y en algunos casos no cobran lo que se les promete” dijo Bertolini. Aún así, aclaró que actualmente el foco de SUCAU está en saldar las deudas que tienen los directores con los protagonistas. “El derecho de imagen en este momento no es una prioridad para la organización de carnavaleros, pero siempre está en carpeta con vistas al futuro”, comentó. Sobre este punto, Ligrone, sostiene que “los componentes firman un contrato con el conjunto que dice que lo que reciben incluye derechos de imagen”, por lo que ya viene dado en el pago.

Sin embargo, Ramiro Pallares dijo que este acuerdo se dio con un esquema económico favorable a los conjuntos más allá de que no tiene claras las condiciones que aplica el mismo.

Por otra parte, la Secretaria General de SUCAU hizo referencia a una reunión con la anterior directiva de DAECPU donde se solicitó el contrato que tenía el organismo con la empresa Tenfield. Según cuenta, al sindicato se le dijo que ese papel era confidencial. “Ese día nos dijeron de todo y se rompió la comunicación”, añadió Bertolini. En este sentido, Ligrone sostiene que el contrato “lo vio muy poca gente”, mientras que el presidente del jurado dijo que “La IM no ha tenido nunca acceso a los contratos firmados. La Intendencia acuerda que con fines culturales de comunicación pública se puede disponer de algunas imágenes, deja de formar parte de esa negociación”.

Que el Estado no se olvide

La Dirección Nacional de Empleo, por su parte, “no tiene información alguna sobre los trabajadores vinculados al carnaval en ningún año por la Intendencia de Montevideo”: así respondió el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social a un pedido de acceso a la información pública sobre la cantidad de trabajadores vinculados al concurso de carnaval de la Intendencia de Montevideo y el porcentaje de formalización existente en el rubro.

No obstante, de acuerdo a información oficial brindada por la Intendencia de Montevideo, en el concurso oficial de carnaval en 2024 hubo 1233 inscriptos entre componentes, utileros, suplentes y directores. Por su parte, DAECPU informó que un 4% de los habitantes de la zona metropolitana declaró trabajar en algo relacionado con el carnaval. Esto significa un número aproximado de 40.000 personas.

El gremio trabaja asiduamente con el representante de los trabajadores de BPS, Ramón Ruiz, con el fin de regularizar a los trabajadores de carnaval. En esta línea, Bertolini señaló que los integrantes de la fiesta popular son trabajadores de forma irregular sin beneficios sociales y desprotegidos ante eventuales accidentes laborales. Sobre esto, Pallares afirmó que han tenido reuniones con el sindicato, pero que el tema “quedó estancado”.

El 2021 fue un año bisagra para el movimiento sindical. La suspensión del carnaval y el cambio de mando en la Intendencia fueron fundamentales. Dados los dos escenarios posibles sobre la realización de la fiesta popular, el sindicato dejó en claro a la nueva Gerencia de Eventos que si el concurso se suspendía, ellos de igual manera pretendían el dinero que estaba estipulado para ese evento, a modo de subsidio. Tras varias reuniones, y la confirmación de la cancelación de la fiesta a raíz de la pandemia, el gobierno departamental accedió a la entrega del monto. “Nos dio más credibilidad como sindicato”, afirma Bertolini.

Sobre ese subsidio, Ligrone informa que “DAEPCU agregó 25.000 dólares para cubrir a utileros, maquilladoras, etc. porque no cubría a todos los trabajadores del carnaval”.

En cuanto a los proyectos futuros, la representante de SUCAU explicó que se está planificando realizar un contrato para cada integrante de los conjuntos. “Esto es para que no se forme la ‘calesita’ —que el protagonista nunca cobre, con el argumento de participar al año siguiente de ese conjunto— como ya ha sucedido”. Con el fin de saldar esas deudas, SUCAU se contactó con el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) y, si bien el pago no se efectuó en algunos casos, los directores que mantenían deudas perdieron la chance de sacar su agrupación. “Gracias a ello han bajado las denuncias”, subrayó Bertolini.

La inversión de la IM y el monto millonario que paga Tenfield por los derechos de televisación del concurso de carnaval reflejan la magnitud de la fiesta popular que, si bien se ha profesionalizado en los últimos años, todavía mantiene en un segundo plano reivindicaciones básicas de los trabajadores, quienes desde el origen del concurso siguen manteniendo relaciones laborales irregulares con los directores y continúan desamparados frente a accidentes laborales. A pesar de lograr algunos avances y colocar el tema en la discusión pública, SUCAU todavía tiene largo camino que recorrer.



Reflexiones individuales

Nahuel De Giobbi

Para reflexionar sobre el proceso y los resultados de este trabajo debo remontarme al Seminario Taller de Trabajo Final de Grado, en el que decidimos que nuestra investigación iba a ser sobre carnaval. En ese entonces, una de las primeras observaciones que surgió del intercambio con el grupo, fue que se trataba de un fenómeno demasiado amplio, por lo que debíamos enfocarnos en alguna arista novedosa. Fue así que decidimos investigar sobre el impacto del inicio de la televisación del carnaval.

Al abordar cualquier aspecto de nuestra sociedad, más allá del ámbito en el que deba hacerlo, siempre trato de utilizar un mismo método: aquel que concibe a la realidad como una totalidad contradictoria y en permanente movimiento. Es por eso que, a lo largo del trabajo, mi forma de encarar a las fuentes y de reflexionar sobre los distintos elementos que iban surgiendo, tuvo como base situar históricamente al carnaval uruguayo como un fenómeno cultural que es una forma ideológica más de la sociedad capitalista, su contenido.

El reconocimiento inmediato de esa determinación me presentó algunas preguntas que sirvieron para intercambiar inicialmente con el grupo y jerarquizar de forma colectiva ciertos aspectos del tema, como las consecuencias sociales de la mercantilización del carnaval, las reivindicaciones sindicales puestas sobre la mesa en los últimos años, la omisión del Estado o los intereses de Tenfield como empresa privada.

En un principio mis expectativas estaban depositadas en conocer a fondo estos aspectos pero, conforme fuimos avanzando en el trabajo, vimos que hay un enorme desfasaje entre la profesionalización del espectáculo y el escaso respaldo documental al que se puede acceder sobre contratos, gastos, acuerdos laborales y datos en general.

Lo que en una primera instancia resultó un obstáculo importante y una preocupación para el grupo, luego se transformó en información. Es noticioso que el Ministerio de Trabajo no tenga información alguna sobre los trabajadores del concurso de carnaval, así como que la Intendencia de Montevideo no pueda acceder al monto que se gastó en escenarios antes de 2017 porque estaba en un rubro más amplio, o que los trabajadores negocien el pago de su salario de palabra con los directores y estén totalmente desamparados ante accidentes

laborales, cuando el fruto de su trabajo produce millones de dólares entre derechos de imagen, entradas y sponsors.

A pesar de esas dificultades, propias de cualquier trabajo de esta magnitud, considero que pudimos ilustrar la realidad del carnaval luego del comienzo de la televisación con información y testimonios de fuentes de peso, en un proceso de trabajo que fue tomando fuerza progresivamente a medida que avanzábamos. Lo que en un principio parecían nudos difíciles de desatar, luego se fueron transformando en una investigación con cimientos firmes y un enfoque que da cuenta del estado de situación del carnaval de un tiempo a esta parte.

A modo de síntesis, me parece relevante hacer énfasis en la potencia del trabajo colectivo cuando es asumido con compromiso, tal como lo fue en este caso. Si bien con mis compañeros somos autocríticos y sabemos que podríamos haber gestionado mejor algunos momentos del trabajo, de todas formas fue un proceso más que disfrutable y enriquecedor tanto en lo profesional como en lo humano, aspectos que deberían ser indisociables para emprender cualquier tarea que aporte a la sociedad y sirva para que otros periodistas continúen investigando a futuro.

Gastón Muiños

El recuerdo de mi infancia es la sensación de ansiedad por la llegada de enero y ver las sillas agrupadas con alambre sobre las columnas de 18 de Julio. En mi casa se respira carnaval, el short de playa y la ropa de verano se cambian por purpurina y plumas, la pasión por la fiesta popular es una tradición familiar.

Cuando se tuvo que tomar la decisión sobre el tema de investigación y se puso sobre la mesa carnaval se me iluminaron los ojos, no importaba el enfoque, no hubo ni un pero de mi parte. Las primeras charlas fueron de mucho fervor y ganas de armar el proceso, sin embargo con el tiempo esto se fue trabando y otorgando dificultades como cualquier investigación. Muchas cosas nos hacían ruido cuando nos fuimos adentrando en el tema, principalmente la ausencia de fuentes documentales.

La televisación del carnaval vino a marcar una época. Más allá de las formas, el consumo cambió, por tanto la fiesta y su entorno tuvo una transformación. En mi caso soy contemporáneo al carnaval por la pantalla, desde que tengo uso de razón el concurso se transmite totalmente. Sobre esto he tenido charlas sociales largas con gente relacionada a

carnaval y me trataron de “suertudo” por eso, mientras que otros manejaron la idea de que “carnavales eran los de antes” por esta especie de modernización. Eso me despertó un debate interno y lo trasladé a mis compañeros y posteriormente al trabajo.

Hoy no puedo imaginarme un concurso de carnaval fuera de la televisión, ya la estructura está realizada para que la transmisión en vivo de la fiesta sea un actor más. Pues bien, el problema es el intérprete de ese papel, quien pueda llevarlo a cabo. Como conclusión del trabajo puedo decir que existe un postor en solitario y sin nadie que le haga competencia. El carnaval está adaptado a este sistema y por lo que pudimos averiguar es casi imposible modificarlo.

Sobre la investigación en sí, el plan de fuentes fue lo que menos se cambió desde el primer día, eso lo valoro muchísimo. El proceso fue disfrutable, con sus bajones por momentos, pero muy satisfactorio en su gran mayoría. Mi expectativa sobre el trabajo se ve más que colmada, se logró plasmar más de las cosas que nos propusimos en un principio. Quizá con un enfoque distinto, pero el contenido logrado es más profundo y relevante de lo que imaginé.

Agustina Ferré

El primer desafío al que nos enfrentamos como grupo fue la definición del tema a investigar. La amplitud del fenómeno de carnaval nos obligó a definir un enfoque que reduzca parte de nuestras preguntas sobre la importancia del carnaval, un fenómeno cultural con más de cien años. Nuestro propio consumo del fenómeno nos llevó a querer trazar una línea de investigación de la que desconocíamos muchas de sus respuestas, ¿qué pasó con carnaval cuando llegó la televisión? ¿sin ella, el carnaval seguiría existiendo?

La falta de información y de datos concretos sobre el impacto que ha tenido la llegada de la televisión al concurso de carnaval significó no solo un obstáculo en el desarrollo de la investigación, sino que también un hallazgo. El silencio, las versiones contradictorias y la opacidad en los temas referidos más que nada al aspecto económico del concurso, revelaron una realidad muy distinta a la que se aparenta a través de las pantallas de televisión. Un concurso repleto de informalidades y acuerdos a puertas cerradas.

El proceso de investigación fue un aprendizaje permanente. La información difusa e incompleta sobre carnaval nos enfrentó a la necesidad de ser creativos a la hora de acceder a nuevos datos. El análisis de contenido mediático, el acceso a archivos personales de actores

directos del concurso e incluso entrevistados que prefirieron no revelar su identidad, nos permitieron trabajar con todas las herramientas que trabajamos de manera teórica durante nuestra trayectoria académica. La posibilidad de construir una narrativa coherente y crítica sobre el concurso nos permitió dialogar con las fuentes sin juzgar ni cuestionar sus testimonios, sino más bien integrándose en un contexto más amplio.

Uno de los aspectos más desafiantes de esta investigación fue reflexionar sobre las consecuencias del proceso de profesionalización del concurso. ¿Esa misma televisión que nos enamoró de niños con transmisiones de trajes de colores y caras pintadas era la misma que precariza los derechos laborales de los carnavaleros? ¿El Estado está de acuerdo con la informalidad del trabajo en el concurso? ¿Quiénes ganan? ¿quiénes pierden?. Estas y otras preguntas motivaron la búsqueda por información integral sobre la situación de todos quienes son parte del fenómeno de carnaval. Poder identificar en qué aspectos el fenómeno se profesionalizó se transformó en una de las líneas de investigación que nos enfrentó a una dualidad contradictoria.

Por un lado, la televisión ha transformado por completo la masividad del consumo del concurso de carnaval, atrayendo a profesionales de todas las áreas de la cultura e incluso aumentando su alcance a nivel internacional. Por otro lado, la presión por generar ingresos que permitan financiar tanto los conjuntos como los escenarios, atenta contra sus raíces tradicionales y comunitarias. Mientras celebramos la posibilidad de un mayor alcance en el acceso al consumo de carnaval, cuestionamos la transformación del fenómeno en un negocio donde priman las ganancias económicas y el asistencialismo cultural sobre los valores tradicionales de la fiesta y el concurso.

Investigar un fenómeno que me ha atravesado y acompañado a lo largo de toda mi vida como espectadora sin lugar a dudas se ha convertido en una experiencia totalmente reveladora y desafiante. Lograr formular una metodología de trabajo que se adapte a las posibilidades de todos los compañeros, con compromiso y responsabilidad, son un aspecto de lo más enriquecedor a la hora de evaluar las herramientas de trabajo que nos permitió realizar este proyecto.

La posibilidad de despertar aún más preguntas en los lectores, la idea de trazar una nueva línea de investigación sobre el fenómeno y la oportunidad de materializar un documento que le permitan a futuros colegas profundizar esta u otras investigaciones sobre el carnaval, han sido

los motores fundamentales en la búsqueda por la construcción de una perspectiva crítica y reflexiva sobre el concurso.



Anexos

Anexos	34
Monto del “Fondo de escenarios populares y móviles” de la Intendencia de Montevideo en el año 2022	35
Monto destinado por la Intendencia de Montevideo desde 2017 a 2022 a escenarios móviles y populares y ubicación de los mismos	40
Rendición de cuentas de DAECPU a la Intendencia de Montevideo sobre el uso del Fondo de Escenarios Populares y Móviles del 2022	45
Datos de trabajadores del concurso del carnaval de la Intendencia de Montevideo de el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social	53
Mediciones de rating de la empresa Tenfield sobre eventos de carnaval	56

Monto del “Fondo de escenarios populares y móviles” de la Intendencia de Montevideo en el año 2022

Tema:
CONVENIOS/CONTRATOS

Resumen :
APROBAR LAS CLÁUSULAS DEL CONVENIO A SUSCRIBIRSE ENTRE ESTA INTENDENCIA Y LOS DIRECTORES ASOCIADOS DE ESPECTÁCULOS CARNAVALESICOS DEL URUGUAY (DAECPU), CUYO OBJETO ES ESTABLECER PAUTAS DE COLABORACIÓN QUE TIENDAN A CONTRIBUIR AL DESARROLLO DE LOS ESPECTÁCULOS QUE SE LLEVARÁN A CABO EN LOS ESCENARIOS POPULARES Y EN LOS ESCENARIOS MÓVILES DURANTE EL CARNAVAL 2023.-

Montevideo 21 de Noviembre de 2022

VISTO: las presentes actuaciones promovidas por la Gerencia de Festejos y Espectáculos relacionadas con el convenio a suscribirse entre esta Intendencia y Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos del Uruguay (DAECPU);

RESULTANDO: 1o.) que el objeto del presente convenio consiste en establecer pautas de colaboración que tiendan a contribuir al desarrollo de los espectáculos que se llevarán a cabo en los Escenarios Populares y en los Escenarios Móviles durante el carnaval 2023;

2o.) que el proyecto de convenio a aprobar fue controlado por la División Asesoría Jurídica, la cual le realizó observaciones que se recogen en el proyecto definitivo que se eleva para su aprobación;

3o.) que pasadas estas actuaciones a las Unidades de Gestión Presupuestal de los Departamentos de Cultura y de Desarrollo Social, informan que las presentes actuaciones deberán volver a dichas dependencias a comienzos del año 2023 para su correspondiente imputación;

CONSIDERANDO: 1o.) que la Dirección General del Departamento de Cultura solicita el dictado de resolución aprobando el convenio de referencia, amparado en lo previsto en el art. 33 , literal D), numeral 3) del Texto Ordenado de Contabilidad y Administración Financiera (TOCAF) ,

2o.) que a los efectos de la firma del convenio se entiende conveniente hacer uso del mecanismo previsto en el Art. 280 de la Constitución de la República;

LA INTENDENTA DE MONTEVIDEO

RESUELVE:

1º. Aprobar las cláusulas del convenio a suscribirse entre esta Intendencia y Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos del Uruguay (DAECPU), en los siguientes términos:

CONVENIO: En la ciudad de Montevideo, a los días del mes de de, **POR UNA PARTE:** la Intendencia de Montevideo, en adelante denominada la IdeM, representada en este acto por en calidad de, con domicilio en la Avenida 18 de Julio No 1360 de esta ciudad, inscrita en el Registro Único Tributario con el número 211763350018, y **POR OTRA PARTE:** Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos del Uruguay, en adelante denominada DAECPU, Asociación Civil representada por en su calidad de, con domicilio en la Avenida Joaquín Suárez No 2944, de esta ciudad, inscrita en el Registro Único Tributario con el número 215727270010 acuerdan lo siguiente:

PRIMERO: ANTECEDENTES: a- Es política del Departamento de Cultura fomentar las actividades culturales en todo el territorio de Montevideo, entre las cuales se halla la de fomentar los Escenarios Populares (cuyo funcionamiento fue regulado a través del Decreto No 33.984 aprobado por la Junta Departamental de Montevideo y promulgado por Resolución de la IdeM No 5408/11 de fecha 28 de noviembre de 2011), así como los Escenarios Móviles en los distintos barrios del departamento durante la celebración del carnaval: mediante los pagos de las contrataciones de aquellos conjuntos asociados a DAECPU que concursaren en el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas y que actúen en dichos escenarios. b- DAECPU es a la fecha, la única asociación que nuclea a todos los directores de los conjuntos que intervienen en el Concurso Oficial de Agrupaciones de Carnaval. c- En virtud de lo expuesto, a efectos del desarrollo de las actuaciones de los conjuntos de Carnaval en los escenarios populares promovidos por la IdeM y dando cumplimiento con los cometidos de ambas partes, se promueve la celebración del presente convenio. 4) Conforme a lo expresado, el presente convenio se ampara en lo previsto en el art. 33 , literal D), numeral 3) del Texto Ordenado de Contabilidad y Administración Financiera - TOCAF, en la redacción dada por la Ley N° 19.889 de fecha 9 de julio de 2020.

SEGUNDO: OBJETO: Las partes se comprometen a establecer pautas de colaboración que tiendan a contribuir al desarrollo de los espectáculos que se llevarán a cabo en los Escenarios Populares y en los Escenarios Móviles durante el carnaval 2023, controlando que cada uno de los conjuntos mencionados en la cláusula anterior, desarrollen la actuación para la cual fueron contratados.

TERCERO: OBLIGACIONES DE LA IdeM: a-La IdeM se obliga a transferir a DAECPU el monto correspondiente al "Fondo de Escenarios Populares y Escenarios Móviles" creado para el pago de las actuaciones de hasta 3 (tres) conjuntos por día y por escenario popular durante un lapso no mayor a 16 (dieciséis) días de funcionamiento, y hasta 2 (dos) conjuntos por escenario móvil, con un máximo de 18 (dieciocho) escenarios. Dicho Fondo no excederá de \$18.800.000 (pesos uruguayos dieciocho millones ochocientos mil) y se abonará de la siguiente manera: 4 pagos de \$ 3.760.000 (pesos uruguayos tres millones setecientos sesenta mil) cada uno, venciendo el primero el día 23/01/2023, el segundo pago el 30/01/2023, el tercero el 13/02/2023 y el cuarto el 27/02/2023. El quinto pago corresponderá a la diferencia entre lo abonado por la IdeM en los primeros cuatro pagos y el total rendido por DAECPU por el concepto de contratos para Escenarios Populares para la totalidad del Carnaval 2023, en lo respectivo al Fondo de Escenarios Populares y Móviles. Dicha diferencia será abonada luego de presentada y aprobada la rendición de cuentas de acuerdo a lo establecido en la cláusula quinta de éste convenio, por el monto allí establecido. b- Previamente al pago de las cuotas antedichas, se abonará la suma de \$ 1.600.000 (pesos uruguayos un millón seiscientos mil) a pagar en el mes de enero de 2023 como parte de las acciones del "Plan ABC" gestionado desde el Departamento de Desarrollo Social. Este monto será destinado a la contratación de un conjunto extra por semana por escenario popular, por un lapso no mayor a cuatro semanas. Dado que esta suma extraordinaria no forma parte del Fondo de Escenarios Populares gestionado desde la Gerencia de Festejos y Espectáculos, la rendición deberá dejar constancia de la ejecución de la partida del "Plan ABC" en forma diferenciada al Fondo de Escenarios Populares, a los efectos del correcto cálculo del quinto pago según lo establecido en el literal a. DAECPU declara conocer y aceptar que los pagos se efectuarán por alguno de los medios admitidos por la Ley de Inclusión Financiera.

CUARTO: OBLIGACIONES DE DAECPU: DAECPU se obliga a abonar las actuaciones realizadas por todos los conjuntos de carnaval que fueron contratados por los Escenarios Populares (cada conjunto al menos una vez por escenario) y para los Escenarios Móviles, a través de quienes corresponda, con los fondos transferidos por la IdeM y por los fondos generados por los proventos del Desfile Inaugural y del Desfile de Llamadas de acuerdo al convenio específico firmado a tales efectos. Sin perjuicio de lo establecido en la cláusula anterior, los Escenarios Populares podrán extender su funcionamiento y contratar a su cargo otros conjuntos habilitados para participar del Carnaval 2023.

QUINTO: RENDICIÓN DE CUENTAS: DAECPU se obliga a presentar informes de revisión limitada sobre el cumplimiento del pago a las contrataciones artísticas a las que se refiere la cláusula precedente, debiendo acreditar la actuación correspondiente. Dicho informe deberá ser emitido por contador público, de acuerdo con la Resolución de la IdeM No 4401/13 de fecha 30 de setiembre de 2013 que establece la obligatoriedad del Pronunciamiento No. 20 del Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay y la Resolución No 2554/14 de fecha 23 de junio de 2014 para las rendiciones de cuentas, y que DAECPU declara conocer y aceptar. Este informe deberá ser presentado con posterioridad al cobro de la cuarta cuota de acuerdo a lo establecido en las cláusulas tercero y cuarto, quedando sujeto el pago de la última cuota a la aprobación de la referida rendición por parte del Contador Delegado del Tribunal de Cuentas en la IdeM o quien haga sus veces.

SEXTO: RESPONSABILIDAD: DAECPU asume la totalidad de las responsabilidades emergentes de las contrataciones artísticas que se realicen a través de los Escenarios Populares y para los Escenarios Móviles, así como de las obligaciones legales y convencionales que por la misma pudieran generarse con otros organismos estatales (DGI, BPS, BSE, etc.) o con terceros, y las que se originen por cualquier reclamo que pudiera derivarse de dichas contrataciones, respecto de las cuales la IdeM es por completo ajena. Asimismo DAECPU indemnizará en caso de daños materiales o personales causados a funcionarios de la IdeM o a terceros, cuando se constatare su responsabilidad por acción, omisión o negligencia en el desempeño de las tareas desarrolladas en cumplimiento del presente convenio.

SÉPTIMO: INDIVISIBILIDAD: Las partes acuerdan la indivisibilidad del objeto de las obligaciones previstas en el presente convenio.

OCTAVO: SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN: Sin perjuicio del contralor que podrán realizar las distintas reparticiones de la IdeM de acuerdo a su competencia específica, el seguimiento y evaluación del cumplimiento del presente convenio estará a cargo de los Funcionarios Administrativos dependientes de la Unidad 4610 Festejos y Espectáculos del Departamento de Cultura, quienes realizarán los informes que correspondan y en caso de entender que se ha configurado incumplimiento, podrán sugerir la rescisión del convenio con DAECPU.

NOVENO: PLAZO: el plazo de este Convenio será a partir de su suscripción y se extenderá hasta finalizadas las actividades del Carnaval 2023.

DÉCIMO: NOTIFICACIONES E INTIMACIONES: Las partes acuerdan la validez y eficacia de cualquier notificación entre ellas referida a este convenio, o a su cumplimiento y desenvolvimiento, si se realiza a los domicilios constituidos en este documento por medio de carta con aviso de retorno, fax, telegrama colacionado o cualquier otro medio idóneo que diera certeza a su realización.

DECIMOPRIMERO: RESCISIÓN: El incumplimiento de todas o cualesquiera de las obligaciones a cargo de DAECPU dará lugar, previa constatación, al inicio de los trámites tendientes a la rescisión del contrato por parte de la IdeM, la cual quedará habilitada en tal caso, a retener inmediatamente las sumas previstas en la cláusula tercera, obligándose a DAECPU a reintegrar en forma inmediata los fondos percibidos cuyo destino no haya sido la ejecución del objeto de este contrato en los términos aquí previstos, sin perjuicio de los daños y perjuicios a que diere lugar. Se considerará que DAECPU ha incurrido en incumplimiento que amerite la rescisión, cuando notificada por escrito de la constatación, dentro del plazo de diez días siguientes no lo rectificara a satisfacción de la IdeM, salvo que la conducta verificada implique una acción u omisión no susceptible de rectificación. Serán de aplicación las normas que regulan la sustanciación del procedimiento administrativo en la IdeM, que DAECPU declara conocer y aceptar.

DECIMOSEGUNDO: MORA: La mora se producirá de pleno derecho y sin necesidad de acto judicial o extrajudicial alguno, por el solo vencimiento de los términos establecidos, así como por la realización u omisión de cualquier acto o hecho que se traduzca en hacer o no hacer algo contrario a lo estipulado. En caso de incumplimiento, la IdeM podrá rescindir unilateralmente el presente convenio.

DECIMOTERCERO: DOMICILIOS ESPECIALES: Las partes fijan como domicilios especiales para todos los actos judiciales y extrajudiciales a que dé lugar el presente, los consignados en la comparecencia.

DECIMOCUARTO: REPRESENTACIÓN: DAECPU acredita su naturaleza jurídica y representación

invocada mediante certificado notarial que se exhibe. Para constancia y de conformidad, se firman dos ejemplares del mismo tenor en el lugar y fecha indicados en el acápite.

2°. Delegar la firma del convenio que se aprueba en el numeral que antecede, en la Dirección General del Departamento de Cultura.-

3°. Comuníquese al Departamento de Secretaría General; a las Divisiones Asesoría Jurídica, Información y Comunicación, al Servicio de Escribanía; y pase a la Oficina Central del Departamento de Cultura para la suscripción del convenio de referencia y a la Gerencia de Festejos y Espectáculos.-

ANA CAROLINA COSSE GARRIDO,INTENDENTA DE MONTEVIDEO.-

OLGA BEATRIZ OTEGUI PINTOS, SECRETARIA GENERAL.-

Monto destinado por la Intendencia de Montevideo desde 2017 a 2022 a escenarios móviles y populares y ubicación de los mismos

Intendencia
de Montevideo

Nº de expediente: 2023-1090-98-001065

Fecha: 18.5.2023

**2023-1090-98-001065 - Actuación 4 CULTURA - GERENCIA DE EVENTOS -
8014****Texto**

Ajuntamos a continuación las respuestas a la información solicitada:

A - Planilla monto total de millones de dólares destinados por la Intendencia de Montevideo a escenarios barriales y móviles del carnaval desde el año 2000 al 2023 inclusive, separado por año.

Los datos solicitados corresponden a la actividad presupuestal **307002606 - "Escenarios populares y móviles"**

Los mismos aparecen discriminados en forma separada en el presupuesto recién a partir del año 2017.

Con anterioridad a esa fecha se encuentran embebidos dentro de otros rubros presupuestales más generales, por lo que es imposible detallarlos.

Se adjunta los datos de ejecución presupuestal de dicha actividad a partir de 2017.

La información se expresa en pesos uruguayos.

2017 - \$11.816.603
2018 - \$12.875.786
2019 - \$13.798.984
2020 - \$14.578.084
2021 - \$15.000.000
2022 - \$16.060.063
2023 - aun no está cerrado.

B - Rendición de cuentas de DAECPU a la Intendencia de Montevideo establecida en el "SÉPTIMO" punto de la Resolución departamental 0321/23.

Se adjuntan documentos con la rendición de cuentas de DAECPU correspondiente al Carnaval 2022, debido a que la que corresponde a 2023 aún no ha sido entregada por dicha institución.

C - Tabla con la ubicación geográfica de todos los tablados en funcionamiento (comerciales, barriales y móviles) desde el año 2000 al 2023 inclusive, separado por carnaval realizado.

ESCENARIOS POPULARES

Los Escenarios Populares son administrados y operados por los propios vecinos en forma honoraria, quienes a su vez están nucleados en una Red, que es quien mayormente interactúa con la Gerencia.

Para poder acceder al programa, cada escenario debe obtener el aval de su Municipio, y la autorización de la Gerencia, presentando un proyecto de implementación, gestión y uso social en el territorio de los proventos obtenidos por la explotación del escenario.

Se adjunta Tabla con la ubicación de los Escenarios Populares:

ESCENARIO	UBICACIÓN	MUNICIPIO	CAPACIL
Almacén Cultural Macanudos	Gualconda 3327, Esq. Magalona	G	
Arbolito, El Tejano	Carlos María Ramírez 867, Esq. Rivera Indarte	A	
Cesar Gallo Duran	Av. de la Aljaba s/n, Esq. Cipo (Plaza Manga)	D	
Club Holanda JR, "Lucho Tío Suarez"	Rusia 2407, Esq. Camino Cibils	A	
Escenario "Canario Luna"	Larrañaga, Esq. José Serrato	D	
Julia Arévalo	Camino Tomkinson, Entre Luis Batlle Berres y Alfredo Moreno	A	
Las Acacias	Bage 3790, Esq. Saint Bois y General Flores	F	
Molino del Galgo	Pan de Azúcar 2397	E	
Monte de la Francesa	Lanús 5913, Esq. Iturbe	G	
Museo del Carnaval	Rambla 25 de Agosto 218, Esq. Maciel	B	int. 700 - 900
Pablo Estramin, Espacio Cultural Paso de las Duranas	Pedro Trápani 1350, Esq. Bayona	C	
Parque de los Fogones	Av. Millán 5109, Esq. Martín Ximeno	G	
Salus	Dr. Carlos María de Pena 5378, Entre Aldao y Faramiñan	G	
Tablado Lavalleja	Instrucciones 1435, Entre Jose Ma. Silva y Edison	G	
Teatro de Barrio Punta Rieles	Camino Maldonado 6806, Esq. Aries	F	
Teatro Flor de Maroñas	Manuel Acuña 3099, Esq. Marcos Salcedo	F	
Club Sauce, Cerro	Federico Capurro 1097, Esq. Filipinas	A	
Comisión Vecinal Barrio Ansina	Pando 475, Casi Rep. Argentina	Las Piedras	
Rincón del Cerro	Camino Cibils y La Boyada	A	

Edificio Sede: Av. 18 de Julio 1360. Teléfono: [598 2] 1950. Montevideo, Uruguay. C.P. 11200

ESCENARIOS MÓVILES

Los Escenarios Móviles consisten en la instalación durante uno o dos días de un escenario en la vía pública o en un local designado, donde se presentan actuaciones carnavalescas.

Sus locaciones se coordinan cada año con las Comisiones Barriales de Carnaval y los Municipios. Su ubicación es por lo tanto variable año a año.

Adjuntamos Tabla con las ubicaciones en las cuales se realizaron los tablados móviles en el año 2023:

ESCENARIOS MÓVILES 2023			
FECHAS	CCZ	ESCENARIOS	
ENERO	Miércoles 25	14	Santa Lucía y Cno. Castro
	Jueves 26	10	Cancha de Baby Fútbol Fabián Perea
	Domingo 29	17	Parq. Deportivo y Recreativo 7 Hectáreas
FEBRERO	Miércoles 1	4	Plaza Joaquín Secco Illa
	Jueves 2	18	Plaza Chimenea
	Viernes 3	3	Colorado & Ingavi
	Sábado 4	5	Plaza Lazaroff
	Domingo 5	9	Parq. Villa García
	Martes 7	7	Plaza Berthol Brech*
	Miércoles 8	8	Parq Lineal (Prudencio Murguiondo y Congreso de las Mercedes)
	Jueves 9	12	Plaza Colón
	Miércoles 15	15	Rinconada de calle Guillermo Tell y Carabela
	Jueves 16	16	Plaza Soldados Orientales de San Martín
	Viernes 17	2	Plaza Seregni*
	Sábado 18	11	Cedel Casavalle
	Viernes 24	1	Zelmar Michelini y Carlos Gardel
Sábado 25	6	Club la Virgen (Malvín Norte)	
Domingo 26	13	Plaza 25 de Agosto	

ESCENARIOS COMERCIALES

Edificio Sede: Av. 18 de Julio 1360. Teléfono: [598 2] 1950. Montevideo, Uruguay. C.P. 11200

Tuvieron actividad como escenarios comerciales de Carnaval, avalados por DAECPU y la Gerencia de Festejos y Espectáculos, los siguientes tablados y salas:

<i>NOMBRE</i>	<i>UBICACIÓN</i>
SODRE	Sala Nely Goitiño
1º de mayo	Plaza 1º de mayo
Liverpool	Estadio del Club Liverpool
Peña Prado	Predio de la Rural del Prado
Movie Center	Sala Movie Center Montevideo Shopping

 Firmado digitalmente por Pablo Barletta 1508689 el 26/05/2023 15:05:25 .

Anexos

DAECPU 2022 rendicion 2.pdf
DAECPU 2022 rendicion.pdf

**Rendición de cuentas de DAECPU a
la Intendencia de Montevideo sobre
el uso del Fondo de Escenarios
Populares y Móviles del 2022**

Olga Santinelli Taubner

Contador Público – Licenciado en Administración

CJPPU 35408

Cádiz 3013 Ap. 102 Cel. 099702211 Mail: santau@vera.com.uy

INFORME DE RENDICION DE CUENTAS

Sra. Intendente de Montevideo

Ing. Carolina Cossa

He realizado una Revisión de la Rendición de Cuentas correspondiente a los fondos recibidos de la Intendencia Departamental de Montevideo y aplicados por Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos del Uruguay (DAECPU) en el 01/02/2022 al 24/02/2022 de acuerdo al Pronunciamiento N° XX del Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay.

Dicha Rendición de Cuentas constituye una afirmación de la Dirección de la entidad sobre la totalidad de los fondos a rendir cuentas, según el Convenio firmado con la Intendencia Departamental de Montevideo y de todas las aplicaciones efectuadas.

La revisión fue realizada siguiendo las Normas Internacionales aplicables a los trabajos para atestiguar y los Pronunciamientos del Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay no constituye un examen de Auditoría, de acuerdo a las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas para emitir un Dictamen. Dicha revisión también cumple con las disposiciones de la Ordenanza N° 77 del Tribunal de Cuentas de la República y normas establecidas por la Contaduría General de la Nación.

Esta revisión incluyó el cotejo de una muestra representativa de la documentación original de ingresos y egresos de fondos. De acuerdo con la revisión y procedimientos aplicados, no tengo evidencia de que se deban realizar modificaciones significativas al informe referido, para que el mismo refleje adecuadamente los fondos recibidos y aplicados según Exp.2022-8014-88-0000198, Contrato N° 1370509001

Mi relación con DAECPU es de profesional independiente; se adjunta Anexo que forma parte del presente documento.

Montevideo, 5 de mayo de 2022

Cra. Olga Santinelli Taubner



ANEXO
PRONUNCIAMIENTO N° 20

Resolución 4653/21 Exp. 2022-8014-98-000198

Contrato: I370509001

Actuaciones en Escenarios populares – Carnaval 2022

Intendencia Departamental de Montevideo

El informe de Rendición de Cuentas que antecede está formulado de acuerdo a la Ordenanza N° 77 del Tribunal de Cuentas, resolución de fecha 28 de agosto de 2013 y conforme al Pronunciamiento N° 20 emitido por el Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay.

Este Anexo aplica para aquellos proyectos que no tienen una única partida.

FLUJO DE FONDOS – DISPONIBILIDADES

De acuerdo a la información presentada por DAECPU, el resumen de las disponibilidades del período presentado es:

Saldo Inicial		
Ingresos (recibidos de IDM)	+	15.180.000
Aporte Fondo DAECPU	+	1.051.427
Egresos(Contratos Esc. Pop.)	-	18.541.321
Saldo Final : debe IDM		2.309.894

Ingresos: partida de \$ 1.500.000 y cuatro partidas de \$ 3.420.000 cada una

Aporte DAECPU FONDO escenarios populares y móviles \$ 1.051.427

Egresos: pago contratos a conjuntos por actuaciones en Escenarios Populares y Escenarios Móviles.

Se expide en la ciudad de Montevideo, a los 5 días del mes de mayo de 2022.

Cra. Olga Santinelli Taubner CIPPU 35408



**DECLARACION JURADA DE LOS REPRESENTANTES LEGALES DE
DAECPU RESPONSABLES DE LA GESTION DE LOS FONDOS EN EL
MARCO DEL CONVENIO ESPECIFICO FIRMADO CON LA INTENDENCIA
DEPARTAMENTAL DE MONTEVIDEO PARA EL PAGO DE ACTUACIONES
EN ESCENARIOS POPULARES Y MÓVILES, CARNAVAL 2022. (Exp. 2022-
8014-98-00000198), Contrato: 1370509001**

Quienes suscriben Alfredo Jaureguiverry Carlos Nipoll, Presidente (en ejercicio) y Secretario respectivamente de Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos del Uruguay (DAECPU), con facultades suficientes y bajo la responsabilidad que determinan los Arts. 132, 133, 159 del TOCAF y la Ordenanza N° 77 del Tribunal de Cuentas de la República, en relación a la utilización de los fondos recibidos y sus estados demostrativos correspondientes al período 01/02/2022 al 24/02/2022, CERTIFICAN:

- 1) Que la Rendición de Cuentas adjunta incluye todos los fondos recibidos en el período 01/02/2022-24/02/2022 refleja bien y fielmente la utilización de los mismos.
- 2) Que los fondos fueron utilizados para el fin dispuesto y de acuerdo con los procedimientos administrativos y financieros establecidos en el Convenio Específico.
- 3) Que existe documentación de todas las operaciones realizadas, la que se encuentra archivada de forma que permita su revisión o consulta en cualquier momento y sobre la cual se realizaron los registros correspondientes siguiendo criterios uniformes.
- 4) Que el saldo de disponibilidades del período informado representa integralmente la realidad, no quedando pendiente saldo sin utilizar de las partidas entregadas por la Intendencia Departamental de Montevideo, lo que concuerda plenamente con la Rendición de Cuentas quedando un saldo pendiente de cobro por parte de DAECPU de \$ 2.309.894 de acuerdo al siguiente detalle:

Saldo Inicial		
Ingresos (recibidos de IDM)	+	15.180.000
Aporte Fondo DAECPU	+	1.051.427
Egresos(Contratos Esc. Pop.)	-	18.541.321
Saldo Final: debe IDM		2.309.894

Ingresos: partida de \$ 1.500.000 y cuatro partidas de \$ 3.420.000 cada una

Aporte DAECPU FONDO escenarios populares y móviles \$ 1.051.427

Egresos: pago contratos a conjuntos por actuaciones en Escenarios Populares y Escenarios Móviles.

Montevideo, 5 de mayo de 2022


 Alfredo Jaureguerry
 Presidente


 Carlos Nipoli
 Secretario

Olga Santinelli Taubner

Contador Público – Licenciado en Administración

CJPPU 35408

Cádiz 3013 Ap. 102 Cel. 099702211 Mail: santau@vera.com.uy

INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS

Sra. Intendente de Montevideo

Ing. Carolina Cosse

He realizado una Revisión de la Rendición de Cuentas correspondiente a los fondos recibidos de la Intendencia Departamental de Montevideo y aplicados por Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos del Uruguay (DAECPU) en el período 02/01/2022 al 24/02/2022 de acuerdo al Pronunciamiento N° XX del Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay.

Dicha Rendición de Cuentas constituye una afirmación de la Dirección de la entidad sobre la totalidad de los fondos a rendir cuentas, según el Convenio Exp. 2021-8014-98-000086 Res. 4653/21, referencia en ese período y de todas las aplicaciones efectuadas.

La revisión fue realizada siguiendo las Normas Internacionales aplicables a los trabajos para atestiguar y los Pronunciamientos del Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay no constituye un examen de Auditoría, de acuerdo a las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas para emitir un Dictamen. Dicha revisión también cumple con las disposiciones de la Ordenanza N° 77 del Tribunal de Cuentas de la República y normas establecidas por la Contaduría General de la Nación.

Esta revisión incluyó el cotejo de una muestra representativa de la documentación original de ingresos y egresos de fondos. De acuerdo con la revisión y procedimientos aplicados, no tengo evidencia de que se de deban realizar modificaciones significativas al informe referido, para que el mismo refleje adecuadamente los fondos recibidos y aplicados según Exp.2021-8014-98-000086

Mi relación con DAECPU es de profesional independiente.

Montevideo, 5 de mayo de 2022

Cra. Olga Santinelli Taubner



**DECLARACIÓN JURADA DE LOS REPRESENTANTES LEGALES DE
DAECPU RESPONSABLES DE LA GESTIÓN DE LOS FONDOS EN EL
MARCO DEL CONVENIO ESPECIFICO FIRMADO CON LA INTENDENCIA
DEPARTAMENTAL DE MONTEVIDEO PARA EL PAGO DE ACTUACIONES
EN ESCENARIOS POPULARES Y MÓVILES, CARNAVAL 2022. (Exp. 2021-
8014-98-0000096), Res. 4653/21**

Quienes suscriben Alfredo Jaureguiverry Carlos Nipoli, Presidente (en ejercicio) y Secretario respectivamente de Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos del Uruguay (DAECPU), con facultades suficientes y bajo la responsabilidad que determinan los Arts. 132, 133, 159 del TOCAF y la Ordenanza N° 77 del Tribunal de Cuentas de la República, en relación a la utilización de los fondos recibidos y sus estados demostrativos correspondientes al período 01/02/2022 al 24/02/2022, CERTIFICAN:

- 1) Que la Rendición de Cuentas adjunta incluye todos los fondos recibidos en el período 01/02/2022-24/02/2022 refleja bien y fielmente la utilización de los mismos.
- 2) Que los fondos fueron utilizados para el fin dispuesto y de acuerdo con los procedimientos administrativos y financieros establecidos en el Convenio Especifico.
- 3) Que existe documentación de todas las operaciones realizadas, la que se encuentra archivada de forma que permita su revisión o consulta en cualquier momento y sobre la cual se realizaron los registros correspondientes siguiendo criterios uniformes.
- 4) Que el saldo de disponibilidades del periodo informado representa integralmente la realidad, no quedando pendiente saldo sin utilizar de las partidas entregadas por la Intendencia Departamental de Montevideo, lo que concuerda plenamente con la Rendición de Cuentas quedando un saldo pendiente de cobro por parte de DAECPU de \$ 2.309.894 Montevideo, 5 de mayo de 2022.



Alfredo Jaureguiverry
Presidente



Carlos Nipoli
Secretario

ANEXO
PRONUNCIAMIENTO N° 20

Resolución 4653/21 Exp. 2021-8014-98-000096

Actuaciones en Escenarios populares – Carnaval 2022

Intendencia Departamental de Montevideo

El Informe de Rendición de Cuentas que antecede está formulado de acuerdo a la Ordenanza N° 77 del Tribunal de Cuentas, resolución de fecha 26 de agosto de 2013 y conforme al Pronunciamiento N° 20 emitido por el Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay.

Este Anexo aplica para aquellos proyectos que no tienen una única partida.

FLUJO DE FONDOS – DISPONIBILIDADES

De acuerdo a la información presentada por DAECPU, el resumen de las disponibilidades del período presentado es:

Saldo Inicial		
Ingresos (recibidos de IDM)	+	15.180.000
Aporte Fondo DAECPU	+	1.051.427
Egresos(Contratos Esc. Pop.)	-	18.541.321
Saldo Final : debe IDM		2.309.894

Ingresos: partida de \$ 1.500.000 y cuatro partidas de \$ 3.420.000 cada una.

Aporte DAECPU FONDO escenarios populares y móviles \$ 1.051.427

Egresos: pago contratos a conjuntos por actuaciones en Escenarios Populares y Escenarios Móviles.

Se expide en la ciudad de Montevideo, a los 5 días del mes de mayo de 2022.

Cra. Olga Santinelli Taubner CUPPU 95408



**Datos de trabajadores del concurso
del carnaval de la Intendencia de
Montevideo de el Ministerio de
Trabajo y Seguridad Social**

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social		EXPEDIENTE N° 2023-13-1-0000460
Oficina Actuante:	Asesoría Jurídica	
Fecha:	23/05/2023 13:22:17	
Tipo:	Pasar	

Se ha recibido la siguiente solicitud de acceso a la información pública:

Me dirijo a esta Oficina a los efectos de realizar la siguiente petición: La ley 18.381 establece en su artículo 3 el derecho –sin necesidad de justificación alguna– de cualquier persona física o jurídica a acceder a información en poder de los organismos públicos, estatales o no estatales. Asimismo, en sus artículos 13 y siguientes establece un procedimiento preciso por el cual la administración se encuentra obligada a entregarme la información requerida en el plazo de 20 días hábiles. En este marco, solicito a usted me haga entrega de la siguiente información en formato : a-Informe comparativo sobre el número de trabajadores vinculados laboralmente al concurso de carnaval de la Intendencia de Montevideo en el año 2004 y 2023 respectivamente, y el porcentaje de informalidad existente en el rubro en el periodo comprendido entre dichos años. En virtud de lo expuesto, y de acuerdo a lo dictado en la normativa citada, PIDO: Se entregue, por la dirección a su cargo, en el plazo establecido por el artículo 15 de la ley 18.381 la información requerida en el presente escrito. Saludos.

Atento a lo consultado, pase a la DINA E a efectos de brindar la información disponible, si la hubiere.

Cumplido, vuelva a fin de notificar al interesado.

Firmante: Dra. Adriana Xalambri Dirección

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social		EXPEDIENTE N°
		2023-13-1-0000460
Oficina Actuante:	Dirección Nacional de Empleo	
Fecha:	24/05/2023 11:00:27	
Tipo:	Pasar	

A pedido del Director de Empleo se informa que ésta Dirección Nacional no tiene información alguna sobre los trabajadores vinculados al Carnaval en ningún año por la Intendencia de Montevideo.

Firmante:
Lucian Laporta, Gabriela

Mediciones de rating de la empresa Tenfield sobre eventos de carnaval

Resultados mas relevantes de las transmisiones de Carnaval

FECHA	PROGRAMA	CANAL	RATING PROMEDIO MVD	HOGARES PROM MVD
19/1/23	DESFILE DE CARNAVAL	VTV/VTV Plus/ Canal 10	20,7	82.800
20/1/23	DESFILE SCOLA DO SAMBRA	VTV	6,4	25.600
10/2/23	DESFILE DE LLAMADAS	VTV/VTV Plus/ La Tele	18,9	75.600
11/2/23	DESFILE DE LLAMADAS	VTV/ Canal 4	12,0	48.000
23/1 al 25/2	PASION DE CARNAVAL	VTV / VTV PLUS	6,4	25.600
26/2 al 27/2	PASION CARNAVAL RUEDA GANADORES	VTV / VTV PLUS	8,9	35.600