

# CARNAVAL DE MONTEVIDEO RACIONAL Y RELACIONAL: ESCENARIOS POPULARES Y MUJERES CON EL TABLADO AL HOMBRO<sup>1</sup>

RATIONAL AND RELATIONAL MONTEVIDEO CARNIVAL: POPULAR STAGES  
AND WOMEN WITH THE STAGE ON THEIR SHOULDERS

RACIONAL E RELACIONAL CARNAVAL DE MONTEVIDÉU: PALCOS  
POPULARES E MULHERES COM O PALCO NOS OMBROS

*Gianela Turnes*

*Economista, Licenciada en Educación, Magíster en Información y Comunicación por la Udelar,  
estudiante de Doctorado en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina.  
<https://orcid.org/0009-0003-9995-6124>*

DOI: 10.59999/7.2.7

Recibido: 25/09/2023 | Aceptado: 23/10/2023

---

<sup>1</sup> Este artículo es parte de la investigación en curso para el proyecto de tesis de Doctorado en Comunicación por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social en la Universidad Nacional de La Plata, Argentina, comenzado en mayo de 2022, sin financiamiento.

**Resumen:** Este trabajo se propone conocer e interpretar la actividad de las mujeres que asumen responsabilidades centrales en las comisiones barriales que organizan escenarios populares de carnaval en Montevideo. En particular, interpretar las formas en que ellas asumen estas responsabilidades, las motivaciones que las movilizan, cómo desarrollan ese rol y cómo evalúan sus logros y desafíos. Desde un abordaje cualitativo, se parte de una contextualización del tema dentro del carnaval de Montevideo, que incluye una perspectiva de economía industrial y un análisis desde la economía política de la cultura, para enfocar luego en las comisiones vecinales que gestionan escenarios populares de carnaval en Montevideo y en su Red. En estas comisiones se observa la predominancia de mujeres en el trabajo honorario de puesta en funcionamiento de los escenarios. A través de la técnica de entrevistas semiestructuradas se propone conocer las condiciones en que se realiza esa gestión y producción de espectáculos, los apoyos recibidos, las posibilidades de colectivizar decisiones y la incidencia de los mecanismos de contratación y estructuración de la programación de los espectáculos. Esta indagación se propone interpretar las construcciones culturales en juego en esta actividad, en el cruce entre los Estudios Culturales y los estudios de género.

**Palabras clave:** tablado popular, mujeres, gestión

**Abstract:** This article intends to get to know and interpret the activity of women assuming leading roles in neighborhood committees that organize popular stages in Montevideo's carnival. Specifically, intends to understand the ways they assume these responsibilities, their motivations, how they develop that role and how they evaluate their accomplishments and challenges. From a qualitative point of view, it starts contextualizing the subject within Montevideo's carnival, which includes an industrial economy perspective and an analysis from the communication and culture political economy, to then focus on neighborhood committees managing popular stages in Montevideo's carnival and its network. In these committees women's predominance stands out in relation to the voluntary work demanded for the operation of these stages. By interviewing these women we intend to access to the conditions for this management and show-production, as much as the support they get, the possibilities of group decision processes and the incidence of contract mechanisms and program schedule possibilities. This investigation aims to interpret culture constructions that are involved in this activity, crossing Cultural Studies with Genre Studies.

**Keywords:** popular stage, women, management

**Resumo:** Este trabalho tem como objetivo entender e interpretar a ação das mulheres que assumem responsabilidades centrais nas comissões de bairro que organizam cenas populares de carnaval em Montevideú. Em particular, interpretar as formas como elas assumem essas responsabilidades, as motivações que as mobilizam, como elas desenvolvem esse papel e como avaliam as suas conquistas e desafios.

A partir de uma abordagem qualitativa, partimos de uma contextualização do tema dentro do carnaval de Montevideú, que inclui uma perspectiva da economia industrial e uma análise a partir da economia política da cultura e a comunicação, para depois nos concentrar nas comissões de bairro que administram os cenários carnavalescos populares de Montevideú e sua Rede. Nessas comissões, observa-se o predomínio de mulheres no trabalho honorário de montagem dos cenários. A través da técnica de entrevistas semi estruturadas, propõe-se conhecer as condições em que se realiza esta gestão e produção de espetáculos, os apoios recebidos, as possibilidades de coletivização das decisões e o impacto dos mecanismos de contratação e estruturação da programação dos espetáculos. Esta investigação pretende interpretar as construções culturais em jogo nesta atividade, na interseção entre os Estudos Culturais e os estudos de Gênero.

**Palabras chave:** cena popular, mulheres, gestão

## Introducción

Los movimientos feministas en el carnaval montevideano han logrado poner a la vista los efectos sobre la fiesta de las ausencias, las exclusiones y la falta de reconocimiento y valoración de la participación de las mujeres en la vida carnavalera. Lentamente vemos cómo se incorporan nuevos espacios para una visibilización aún incipiente de la abrumadoramente inequitativa participación de las mujeres en relación con los hombres sobre el escenario, como técnicas, en roles de decisión en el carnaval. También se ha hecho visible la naturalización de conductas discriminatorias, de acoso y abuso hacia mujeres e infancias en el carnaval. La incorporación de estos temas en agenda es relevante, pero aún insuficiente para dar cuenta de las múltiples formas de inequidad de género que imperan en el carnaval. Una de esas formas se observa en los espacios de construcción de comunidad de los escenarios populares, en el trabajo honorario y poco reconocido de las mujeres y los varones que los llevan adelante. En varios de estos escenarios el peso de la responsabilidad última por la gestión recae sobre mujeres, vecinas del barrio, carnaleras que trabajan voluntariamente para que el barrio pueda tener su tablado en febrero. ¿Cómo interpretar la labor de las mujeres que integran comisiones de vecinas y vecinos que gestionan escenarios populares barriales del carnaval montevideano? ¿Qué construcciones culturales, qué identidades se van desarrollando en esa actividad y cómo se procesan sus cambios?

El análisis propuesto requiere que ubiquemos la acción de estos escenarios populares en su contexto de producción. Extendiendo el concepto de *clase* de E. P. Thompson (2002), la identificación de estos escenarios como una categoría de análisis exige que reconozcamos experiencias comunes heredadas o compartidas en la acción de quienes los llevan adelante, e intereses comunes contrapuestos a los de otros grupos de personas, jerarquizando la idea de que su identidad es una relación —con otras identidades— en lugar de algo definido por y para sí mismo solamente (p. 13). Situaremos entonces a los escenarios populares en el encuadre del carnaval de Montevideo. Con ese fin, se presenta una breve descripción de este carnaval.

Identificado como fiesta popular hasta la primera mitad del siglo xx, en décadas posteriores se ha transformado en carnaval espectáculo, alterando así su carácter de fiesta de «misterio» y «descomedimiento» según lo reconocía Vidart (1997, p. 20). En cambio, ahora se limita principalmente a mostrar una serie de presentaciones —espectáculo, donde artistas y espectadores están separados física y funcionalmente en las acciones que toca cumplir a cada uno—. Hoy, avanzando el siglo xxi, y quizá como reflejo de un *cambio de época* (De Souza Silva, 2004) de toda la sociedad, puede vislumbrarse una posible nueva reconfiguración de su identidad, por varias razones. En primer lugar, el discurso dominante en torno al carnaval

se centra desde hace décadas —y probablemente acentuado por la difusión mediática— en la competencia y el concurso. Además, desde el punto de vista de su estructura, año a año viene registrando modificaciones en su organización, han surgido nuevas formas de expresión paralelas al carnaval oficial, se vienen consolidando y expandiendo ramificaciones hacia el interior y exterior del país. Desde la perspectiva de su organización interna podemos considerar también los cambios en las formas en que es habitado por personas y colectivos, en las posibilidades de ingresar a él como parte de la performance, o en la posibilidad de alcanzar reconocimiento, notoriedad y relevancia por quienes ya participaban, pero antes no eran visibles, estaban relegados o parcialmente excluidos. A la vez, también pueden observarse nuevas interpretaciones de sus contenidos temáticos y modalidades de presentación.

Adicionalmente, resaltan en años recientes nuevas formas de acceso del público a través de las posibilidades de mediatización televisiva y a través de Youtube, de la proliferación de espacios radiales y en redes sociales digitales. Todos estos elementos conducen a pensar en nuevas formas de recepción, de asistir o percibir la fiesta y posiblemente nuevas formas de relacionarse con ella y constituir identidades a partir de ella.

Si consideramos entonces al carnaval de Montevideo como manifestación de cultura popular que moviéndose junto con la sociedad está en permanente construcción y reconstrucción, y es arena donde se ponen en juego disputas de poder, podemos señalar para nuestros fines dos aspectos relevantes de esta disputa. El primero y más visible hoy en día, las luchas por el reconocimiento de grupos excluidos, relegados o invisibilizados. El segundo, tan importante como silenciado en las discusiones públicas, refiere al carácter público del patrimonio de la cultura popular y a la obtención de ingresos económicos por privados en el carnaval, a pesar del financiamiento público de gran parte de su actividad. Este segundo aspecto de contraposición entre bien público y rentabilidad económica privada, viene asociado además con una distribución regresiva de los ingresos monetarios entre empresarios y trabajadores/as, y con condiciones de precariedad laboral y de discriminación en las condiciones de trabajo. En relación con estos dos aspectos, es destacable el rol que vienen jugando distintos movimientos feministas en la disputa por los espacios de poder para la generación de ámbitos participativos e igualitarios dentro del carnaval, que ha ganado destaque en años recientes. Sin embargo, una de las aristas menos visibilizadas de esos avances en la participación de las mujeres tiene que ver con el trabajo voluntario y honorario de las mujeres que integran comisiones vecinales que gestionan escenarios populares.

Este artículo se propone abordar las formas en que estas reconfiguraciones en curso en el carnaval desatan acciones que pueden entenderse más centradas en un paradigma que privilegia lo vincular en lugar del modelo hoy dominante que privilegia las cosas,

parafraseando a Segato (2018, p. 13), idea similar a la que ya había sido formulada por Huergo (2010), que identifica acciones más asociadas a lo «relacional» que a lo «racional» en los espacios socio comunitarios (p. 76).

En primer lugar, se contextualiza el carnaval y se señalan luego algunos aspectos relevantes de su configuración relacional. A continuación, se ubica la acción de los escenarios populares en él y se analiza la participación de las mujeres en la gestión de esos escenarios como resistencia de lo subalterno dentro de la *esfera pública plebeya* (Remedi, 2019, p. 4) ya reconocida a su vez como cultura subalterna, a partir de las respuestas ofrecidas por cuatro mujeres que se hacen cargo de la gestión de tres escenarios populares de carnaval.

## 1. El carnaval de Montevideo como ecosistema

Alfaro (2002) ha señalado que el carnaval montevideano asume la función de «instrumento o caja de resonancia de otros debates que apuntan al centro mismo de nuestra identidad en crisis y que vuelven a enfrentarnos a viejos problemas de la sociedad uruguaya» (p. 28). Además de ese rol como amplificador de debates sociales y políticos, es necesario destacar que el carnaval de Montevideo es una actividad económica que genera abundantes relaciones laborales, y admite y requiere ser analizado desde perspectivas comunicacionales, además de ser un espacio artístico que nuclea el interés de muchas personas, ofrece espectáculos que pueden ser valorados y apreciados por una parte de la población, generando reconocimientos y plataformas de lanzamiento para otras actividades de la cultura y la comunicación. Pero aún más, el carnaval es objeto de políticas públicas y en los financiamientos que recibe a través de ellas utiliza recursos financieros y operativos de toda la comunidad departamental. Esos recursos, así como los ingresos comerciales por la venta de entradas de los espectáculos, así como los auspicios empresariales, justifican que atendamos al carnaval también como fuente de ingresos para muchas personas, y que él sea una parte importante de la generación de valor agregado en las cuentas nacionales dentro de la cuenta satélite en Cultura, incluido como parte de las Artes Escénicas.<sup>2</sup> Adicionalmente, el carnaval es para muchas personas una experiencia formativa, y de disfrute compartido para muchas otras.

Para analizar estas cuestiones, y desde el campo específico de la economía política de la comunicación y la cultura, el carnaval puede ser un ejemplo donde observar empujes de mercantilización —y de la privatización consecuente— del espacio público. Por otra parte, desde la perspectiva de los estudios culturales, puede considerarse un ámbito donde analizar

2 En 2009, la Cuenta Satélite de la Cultura (Ministerio de Educación y Cultura, 2009) atribuía al carnaval ingresos de taquilla por más de un millón de dólares, cifra que puede considerarse una aproximación por defecto dada la no disponibilidad de reportes de ingresos de los escenarios privados y administrados por Daecpu.

las dinámicas de articulación entre culturas dominantes, residuales y emergentes según las entendía Raymond Williams (1988, pp. 143-149), y en última instancia, donde observar las modalidades en que las formaciones culturales emergentes se conjugan —o no— con los espacios de poder. Desde diferentes perspectivas feministas puede ser un campo donde analizar la *ceguera de género*, o la reproducción social de la subordinación de género a partir de la consolidación histórica de un *orden de género* (Fraser, 2015, p. 139), o la interseccionalidad que afecta a los grupos relegados, y que en el carnaval admitiría y requiere un análisis aparte por las múltiples dimensiones de la discriminación con fortísima presencia.

Si partimos de la definición de ecosistema comunicativo de Jesús Martín-Barbero (2006) y extendemos su aplicación al carnaval, vemos que este ecosistema comunicativo es constitutivo y atraviesa a la comunidad de Montevideo, modelando y tejiendo las interacciones en su vida cotidiana. Este ecosistema está compuesto por «lenguajes, escrituras, representaciones y narrativas» que inciden sobre las percepciones de «las relaciones entre el tiempo del ocio y el trabajo, entre el espacio privado y el público» (p. 38). Así, podemos sostener que hay una idea general que compartimos acerca de lo que es el carnaval, él está presente cotidianamente en los medios de comunicación, en los barrios (en las calles, los clubes, las reuniones informales, los bares), en algunos ámbitos y espacios de la cultura (teatro, museo, fiestas familiares), y también hay lenguajes y representaciones específicos de lo que distintos grupos y sujetos entienden sobre lo que es el carnaval. Además, las dos dimensiones duales que Martín-Barbero señala como parte de los aspectos que el ecosistema comunicativo afecta —ocio y trabajo, espacio público y privado—, son elementos clave en las disputas y diversas representaciones que personas y colectivos se configuran sobre el carnaval. Con esta base supondremos entonces que el carnaval de Montevideo es un ecosistema y a partir de él analizaremos sus componentes.

Hemos señalado más arriba que el carnaval ha evolucionado de fiesta popular hacia carnaval espectáculo, por lo que el análisis se centrará en esta figura: el carnaval espectáculo.

La primera cuestión a destacar es que cuando hablamos del carnaval de Montevideo en general tendemos a pensar casi automáticamente en el Concurso Oficial de Agrupaciones (en adelante COA) que se lleva adelante en el Teatro de Verano Ramón Collazo del Parque Rodó, y no solemos tener tan presente que él es acompañado y viabilizado por otros escenarios en los que se presentan los mismos espectáculos —aunque con variantes— que concursan en el Teatro, pero en ellos son meras presentaciones, sin ser parte de la competencia del concurso. Sin embargo, sostenemos que estos escenarios acompañantes viabilizan el COA porque permiten a las agrupaciones multiplicar sus actuaciones —y en consecuencia sus fuentes de ingresos— haciendo posible la producción de los espectáculos que competirán en el Ramón Collazo. Así, existen varios escenarios comerciales gestionados por empresarios privados (varían año a año, pero en general son más de cinco) y

habitualmente en el entorno de dos decenas de escenarios populares barriales gestionados por comisiones de vecinos. Estos últimos son promovidos por los municipios y gobiernos locales y financiados de forma preponderante por el Departamento de Cultura de la Intendencia de Montevideo (IM) y por el trabajo honorario de las personas de la comunidad vecinal. Además, durante el carnaval se desarrollan los corsos barriales que son financiados con fondos públicos, y tradicionalmente se ofrecen al público los desfiles de carnaval y de llamadas. Fuera del período de carnaval propiamente dicho, la Intendencia de Montevideo impulsa el Encuentro de Murga Joven que completa sus etapas sobre fines de cada año y cuyas murgas participantes luego están habilitadas a presentar sus espectáculos en los escenarios populares durante febrero, y el Carnaval de las Promesas, que coloca en escena a agrupaciones integradas por menores de edad y que recientemente se ha transformado en una muestra —en lugar del anterior concurso competitivo— y también realiza un desfile inaugural, con actividad inmediatamente antes del comienzo del llamado habitualmente «carnaval mayor». Adicionalmente, en años recientes ha ganado espacios el Desfile de Escuelas de Samba, como categoría emergente en la capital montevideana. Por último, dos movimientos paralelos y casi sincrónicos de carnaval espectáculo —al margen del COA y sus compañeros satélites— han irrumpido en los últimos años: los tablados de *Más carnaval*, vinculados a la gremial de componentes y técnicos de carnaval (Sindicato Único de Carnavaleras y Carnavaleros del Uruguay) y los escenarios autogestionados de *Carnavalé*, herederos de murga joven. Ambos funcionan como circuitos autónomos, alternativos, autogestionados y con amplitud de criterios para estructurar sus programaciones. En tanto *Más carnaval* actúa con cierta coordinación y recibe algún apoyo de la IM, *Carnavalé* se organiza de forma totalmente autónoma y autosustentada.

## 2. Organización industrial del Concurso Oficial de Agrupaciones y sus satélites

Sostenemos que el COA es viable porque cuenta con el respaldo de otros escenarios con diferentes roles, pero integrando de forma consolidada el mismo sistema de espectáculos. Estos otros escenarios que coexisten, complementan y viabilizan el desarrollo del carnaval espectáculo montevideano, se rigen por condiciones similares aunque no idénticas a él. Estos escenarios pueden agruparse en dos categorías: los tablados comerciales, gestionados por empresarios privados que persiguen un fin comercial, y los escenarios populares organizados por comisiones barriales honorarias, apoyados y promovidos por las políticas públicas que impulsa el gobierno departamental, y sostenidos por el trabajo militante de los vecinos.<sup>3</sup>

3 Podría diferenciarse una tercera categoría de satélites constituida por los escenarios móviles y el carnaval de a pie que promueve y lleva adelante la IM, que sustituyen a los anteriores Rondamomo, pero para los fines de este artículo los consideramos integrados a los escenarios populares.

La institucionalidad del carnaval de Montevideo involucra una toma de decisiones centralizada que se articula en procesos de negociación permanente entre el gobierno departamental a través de su Departamento de Cultura, su Asesoría y la Gerencia de Festejos y Espectáculos, por una parte, y la gremial de Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos Populares del Uruguay (Daecpu), por otra. Otros actores relevantes del proceso son los empresarios que explotan escenarios comerciales privados (cuya cantidad varía año a año, en general por encima de cinco en total en años recientes), las empresas que contratan publicidad en los escenarios (el mayor apoyo financiero en este rubro hasta hace pocos años lo realizaba la empresa pública de telefonía Antel) y las agrupaciones que presentan sus espectáculos, los componentes y técnicos que los ponen en marcha y son sus caras visibles, los trabajadores de actividades conexas (de plazas de comidas de los escenarios, seguridad, venta de entradas, otros servicios). Además, sin visibilidad institucional ni organización colectiva alguna, completa el panorama el público que asiste a los espectáculos.

¿Por qué sostenemos que los escenarios comerciales y los populares son parte del mismo ecosistema y que complementan y viabilizan al COA? En primer lugar, son parte del mismo ecosistema porque año tras año el carnaval espectáculo de los tres tipos de escenarios (Teatro Ramón Collazo, tablados comerciales y escenarios populares) es planificado, organizado y dirigido por Daecpu con el apoyo de la IM a través de su Departamento de Cultura. Esta última aporta recursos financieros, cede el uso del Teatro Ramón Collazo que es parte del acervo departamental y asigna horas de trabajo de sus funcionarios/as que participan desde distintos roles en sus eventos. Entre los recursos financieros que la Intendencia de Montevideo pone a disposición de este sistema están aquellos fondos que reciben las comisiones barriales que se organizan cada año, se articulan en la Red de Escenarios Populares y ponen en funcionamiento esos escenarios, fondos destinados a pagar las actuaciones de las mismas agrupaciones de carnaval que participan del COA.

¿Sería posible un COA sin escenarios comerciales y populares? No parece factible, dado que, si las agrupaciones solo tuvieran como fuente de ingresos sus actuaciones para el COA en el Teatro de Verano, sus ingresos por esa taquilla serían notoriamente más bajos que los costos de producción del espectáculo. El COA se organiza en tres ruedas. Actualmente, la primera rueda no es eliminatoria, por lo que las agrupaciones se aseguran de obtener ingresos por dos actuaciones. A la tercera rueda —conocida como *la liguilla*—, en cambio, solo acceden los espectáculos mejor puntuados, por lo que el carnaval terminaría para las agrupaciones que no accedieran a esta instancia, y solo habrían generado ingresos financieros por dos actuaciones. Aunque aceptáramos la idea de la pasión por el carnaval y del impulso que conduce a las personas a querer ser parte de él, aunque ello implique perder dinero, parece difícil pensar en

un número importante de agrupaciones repitiendo año a año pérdidas monetarias solo por ser parte de la fiesta, en particular si se considera que los títulos de las agrupaciones suelen pertenecer a patrimonios familiares de tradición carnavalera, en lugar de empresas o capitales con potencial para su sostén económico en el tiempo.

Parece razonable entonces pensar que sin otros escenarios que apuntalen a las agrupaciones ofreciéndoles ingresos monetarios a través de sus contrataciones, multiplicando su cantidad y permitiéndoles así recuperar sus costos de producción, el COA no sería viable.

Es por esa razón que sostenemos que los escenarios comerciales y populares son parte de un mismo sistema con el COA: las mismas agrupaciones presentan los mismos espectáculos en uno y en los otros, aunque muchas veces la prensa e incluso el público destacan que la calidad de las presentaciones en el COA no puede ser alcanzada en los otros escenarios, quizá como parte de un fenómeno que podríamos considerar una *tradición selectiva* en el sentido que Raymond Williams (1998) otorga a esa «versión intencionalmente selectiva de un pasado configurativo y de un presente pre configurado» (p. 137). ¿Acaso no damos por sentado que los espectáculos presentados fuera del COA son cualitativamente inferiores a los que compiten en el concurso porque hemos adoptado la selección pre existente de una tradición que así lo instituye? ¿No podríamos incorporar otra perspectiva y por ejemplo valorar el estilo distendido, o la actitud cómplice con el público que tienen las agrupaciones cuando actúan en un tablado comercial, librados de la presión de asegurar una actuación que los ubique en lugares de destaque en el COA? Algunas agrupaciones han preparado fragmentos de espectáculo específicamente para presentar en los tabladros, pero no en el COA.<sup>4</sup> Otras prueban en estos escenarios los fragmentos nuevos generalmente de humor o crítica — conocidos popularmente como *mechas*— que planean agregar en las rondas de repetición en el COA. En este caso los tabladros de barrio reciben la primicia para que las agrupaciones puedan testear la respuesta del público a la innovación incorporada. Sin embargo, ninguno de estos hechos suele ser tenido en cuenta a la hora de valorar la calidad de los espectáculos. Esto parece señalar que estamos ante una tradición selectiva que refiere a la mejor calidad de los espectáculos del COA y desestima otras posibles perspectivas sobre la calidad en otros escenarios.

En cualquier caso, cuando la atención se focaliza en esas diferencias de calidad entre los espectáculos presentados en el Ramón Collazo y las performances en los demás escenarios, esa atención centrada en las diferencias puede conducirnos —sostengo que sin fundamento— a olvidar las mutuas necesidades e imbricaciones entre uno y los otros: todos son parte del

4 Vale recordar al respecto el episodio en que la murga La Mojigata usó la música del Himno Nacional en su presentación de primera rueda en el COA, por el que recibieron comentarios críticos que la murga interpretó como una forma de censura. En la siguiente rueda del COA no incluyeron esa parte del espectáculo y en cambio sustituyeron por: «...la postalina la cantamo' en los tabladros»

mismo ecosistema, componentes articulados que necesitan —cada uno— de los otros, y cuya sobrevivencia está marcada por esos socios complementarios y diferenciados, categorizados mediante el mecanismo de la tradición selectiva, en distintos niveles de calidad.

Por otra parte, para fundamentar lo que se ha sostenido acerca de esta diferenciación en niveles de calidad de los espectáculos presentados en los distintos escenarios que componen el ecosistema del COA, más allá de las opiniones de prensa o público, basta con acudir al mecanismo tradicional diferenciador en los mercados: el precio.

Si bien para el Teatro de Verano Ramón Collazo existe un complejo sistema de discriminación de precios según se trate de la primera o segunda rueda del COA o la liguilla, de si la compra de entradas es individual o por abonos (entradas para todos los espectáculos de cada rueda), además de la clásica distinción según sea la ubicación de las localidades respecto del escenario, estas entradas al COA son las que tienen el precio más alto, si él se compara con la cantidad de espectáculos ofrecidos en cada noche,<sup>5</sup> seguidas de los escenarios comerciales con precios diferenciados entre ellos, pero siempre menos costosos que el COA si se considera la relación precio / cantidad de espectáculos ofrecidos cada noche por cada entrada. En último lugar en nivel de precios se ubican los escenarios populares subvencionados, cuyas entradas populares se establecen procurando viabilizar el acceso de los y las vecinas/os con escaso poder económico.

Estos distintos niveles de precios dan cuenta de una estrategia de productos diferenciados que podría sintetizarse como sigue: a los espectáculos completos se les asigna el máximo precio; a los espectáculos incompletos de los escenarios comerciales se asocia una programación que incluye una mayor cantidad de espectáculos por noche (en general más de cuatro) y mayor flexibilidad en el diseño de la programación, y se les asignan precios intermedios; por último, a los espectáculos incompletos y que conforman programaciones que como máximo incluyen cuatro agrupaciones por noche, se asignan los precios más bajos. De esta forma, distintos públicos son alcanzados con distintas propuestas y costos, en un mismo ecosistema que funciona de forma aceptada como un mecanismo único que organiza su oferta discriminando al público por precio y por las características de la oferta, y que se encuentra en plena operación, al parecer en busca de optimizar sus posibilidades de expansión.

Por fuera de este ecosistema, aunque con algunos aspectos en común, hemos adelantado ya que existen dos circuitos alternativos con vida propia en Montevideo. Su descripción sintética arriesga a que pasemos por alto aspectos esenciales que los caracterizan. La formularemos

5 La relación entre el precio de la entrada y la cantidad de espectáculos ofrecidos por noche resulta en un indicador del precio que paga el público por cada actuación individual. En el caso del COA el denominador de esta relación es 3 o 4 según la ronda y fecha de que se trate, mientras que en los tabladros comerciales el denominador es siempre mayor o igual a 4, lo que reduce el precio por espectáculo. En los escenarios populares el denominador es en general 4, pero el precio —el numerador— es notoriamente inferior al resto, asegurando así un valor bajo al indicador.

ahora de este modo simplificado por razones de espacio ya que no constituye un aspecto relevante para este artículo, aunque sí lo es para la comprensión del momento transicional que atraviesa el carnaval. Por una parte, *Más carnaval*, nacido a partir de algunas posiciones de carnavaleros/as agremiados en el Sindicato Único de Carnavaleras y Carnavaleros (SUCAU), trabajadores/as que optaron por generar un nuevo ámbito de participación escindido de las limitaciones del COA y con llegada preponderante en el territorio en zonas alejadas del centro de Montevideo; y *Carnavalé*, que emerge entre participantes —mayoritariamente mujeres— del Encuentro de Murga Joven, que disputan espacios en disconformidad con las políticas que aplica la Intendencia de Montevideo para la promoción cultural y la renovación de condiciones de participación y que no articula con ella su propuesta. Sin embargo, recientemente se ha observado una posible toma de partido por parte de un municipio de Montevideo que ha decidido en el carnaval 2023 no contratar agrupaciones participantes del COA y en cambio sí convocar conjuntos del circuito Carnavalé para la noche de carnaval que organizan en la sede municipal.

### 3. La economía política del carnaval espectáculo de Montevideo

Desde el campo de la economía política de la comunicación y la cultura en su perspectiva institucional, algunas integraciones que se vienen produciendo entre actores dominantes en el carnaval de Montevideo pueden aportar a una interpretación de sus procesos. Por ejemplo, la comercialización de los derechos exclusivos de imagen del COA acordada entre Daecpu y Tenfield (emisora de televisión por suscripción que transmite principalmente deportes y carnaval), que da cuenta de una alianza estratégica en la que ambos actores privados se benefician mutuamente en su búsqueda de rentabilidad. O la incorporación del escenario barrial del Club Liverpool —cuya gestión está a cargo de personas asociadas a Tenfield— que dispone de condiciones preferentes para seleccionar su programación con respecto a las que obtienen los demás escenarios. Esta puede considerarse una mirada tradicional de economía política de la comunicación y la cultura, oportuna para establecer contextos de producción de subjetividades, pero que necesita ser complementada para avanzar en esa comprensión. Para trascender este pensamiento tradicional centrado principalmente en estructuras, y dar un primer paso para dar cuenta de los procesos de cambio social involucrados en el carnaval, con Mosco (2006) podemos atender a los avances en la *mercantilización*, *la espacialización* y *la estructuración* que podrían estar desarrollándose en el carnaval de Montevideo. Para Mosco se produce mercantilización cuando las actividades culturales van abandonando su identidad como usos, para pasar a ser valorados como mercancías, en alusión a la contraposición marxista entre valor de uso y valor de cambio.

Basta con repasar la historia del carnaval montevideano para encontrar este proceso en la espectacularización ya abordada al principio de este artículo; también en la centralidad que se suele otorgar a la competencia, y en la necesidad de pagar un precio para acceder a las presentaciones o las transmisiones audiovisuales, así como en lo que habitualmente se entiende cuando se piensa en los procesos de profesionalización de artistas y técnicos, procesos que implican que se asuman inversiones importantes para financiar la producción de espectáculos con alto grado de exigencia en cada rubro de la competencia, incluyendo contratación de técnicos y componentes con alto caché, materiales para vestuarios y puesta en escena onerosos, etc.

Por otra parte, Mosco señala también la tendencia a la *espacialización* como aquella que logra trascender los límites geográficos de las actividades culturales, mediante la mediatización y la incorporación de nuevas tecnologías en las actividades culturales y de comunicación. En el carnaval se observa cómo en los últimos 20 años la transmisión televisiva ha expandido el alcance de los espectáculos, habilitando a personas de todo el mundo a acceder a ellos. A la vez, también se observa que con este fenómeno se produce la focalización de la atención sobre la profesionalización de los espectáculos acentuando la mirada en el aspecto mercantil de su producción, al igual que se profundiza la asimilación de carnaval con el COA, en detrimento de otras actividades que le son propias y que aportan a la construcción identitaria, pero que se vuelven menos visibles aún.

Por último, Mosco agrega la categoría de análisis de la *estructuración*, que viene muy asociada a la mercantilización y refiere a una discriminación en el acceso a las propuestas culturales, a partir de las diferencias de ingresos y riqueza de las personas. En un campo estructurado según niveles de ingresos, algunas personas acceden al carnaval, y otras no. O podríamos sostener que algunas acceden a algunas partes del carnaval y otras no. Recordemos que la televisación es accesible por suscripción, que el canal de la Intendencia de Montevideo solo puede emitir algunas partes del COA, que el costo de las entradas al COA es sensiblemente más alto que el de las entradas de los escenarios comerciales privados, y mucho más alta que la de los escenarios populares, como analizamos antes. Además, recordemos la tradición selectiva que suele circular en la comunidad carnavalera en relación con que la calidad de los espectáculos del COA es muy superior al resto, reafirmando la estructuración al interior del ecosistema.

#### 4. La Red de Escenarios Populares

Las tres categorías presentadas en el apartado anterior —*mercantilización*, *espacialización* y *estructuración*— que trasladamos al carnaval desde la economía política de la comunicación

y la cultura, pueden contribuir a ubicar las actividades de la Red de Escenarios Populares asumiendo un rol como contrapeso, liderando uno de los espacios abiertos a concepciones subalternas del carnaval, que lo habitan como espacio de participación social y cultural y como bien público, y que ofrecen resistencia frente a otras concepciones dominantes que lo consideran un ámbito para generar ganancias monetarias y sostener posiciones hegemónicas en torno al acceso y al reconocimiento en la fiesta, y que pueden ser interpretadas a través de las tres categorías expuestas arriba. Retomando la contrastación de Jorge Huergo ya mencionada: un contrapeso relacional ubicado sobre una balanza que coloca fuertemente sus recursos sobre lo racional.

La Red articula hoy las actividades de 17 comisiones vecinales de barrios periféricos de Montevideo, casi todos ubicados al Norte y al Noroeste de la ciudad, que organizan escenarios populares de carnaval. Según informa su sitio web alojado en el portal del Museo del Carnaval<sup>6</sup> la Red se propone «llevar el Carnaval a todos y cada uno de los barrios de Montevideo. En ella trabajan muchos vecinas y vecinos organizados y de forma voluntaria durante todo el año». El Museo del Carnaval es responsable por la coordinación de la Red, que se cumple a través del trabajo de sus funcionarias/os. Es en el Museo donde se desarrollan las reuniones mensuales de la Red que comienzan a mediados de cada año para planificar en conjunto el siguiente carnaval. Estas reuniones periódicas permiten a las comisiones debatir acerca de las decisiones que cada una de ellas deberá tomar para el funcionamiento del tablado, y buscan mejorar las condiciones que enfrentan en su organización a través del trabajo colectivo y la toma de decisiones en conjunto. Así, las compras de insumos para las plazas de comidas, o de materiales de infraestructura, son organizadas en acuerdo y unificadamente, y les permiten así negociar mejores precios y otros aspectos en sus compras.

Una cuestión notoria de esta gestión colectiva —que es a la vez autónoma, pero coordinada— proviene de la condición de trabajadores/as o jubiladas/os de los integrantes de las comisiones barriales, que han generado en su trabajo en ellas su experiencia como gestores/as y administradores/as de un emprendimiento cultural que requiere gestión financiera, operativa y técnica del escenario, administración de la seguridad del espacio, promoción de la difusión y divulgación de sus actividades, organización de las personas para cumplir los distintos roles, capacidad de planificación y compromiso para atender plazos y otras condiciones que la actividad impone y las comisiones deben tomar como dadas, además de la capacidad de contratar agrupaciones, articular con los demás actores —particularmente gobierno departamental en sus distintos niveles y Daecpu, pero también proveedores y vecinas y vecinos— además de asegurar el funcionamiento articulado del trabajo en la Red. Estos

6 <https://www.museodelcarnaval.org/red-de-escenarios-populares/>

aprendizajes colectivos parecen haber tenido un punto de partida en la promoción que la Red viene haciendo desde hace varios años, como detallaremos más adelante con el proceso de uno de los escenarios, donde queda en evidencia el apoyo para la gestión vecinal y la promoción de una concepción participativa tanto desde la Red como del tercer nivel de gobierno. Si bien la investigación en profundidad de esta arista del trabajo de los escenarios es etapa futura, se vislumbra un indicio de política de promoción cultural territorial sensiblemente menos visible que la de apoyo financiero a los escenarios, que está algo más presente en los medios masivos de comunicación como «la» política departamental de apoyo al carnaval. Ella se detalla a continuación.

Las comisiones reciben el apoyo financiero de la Gerencia de Festejos y Espectáculos de la IM para la contratación de tres agrupaciones que compiten en el COA o integran la lista de grupos *fuera de concurso* por cada noche de funcionamiento del escenario. También obtienen el apoyo operativo de los equipos de trabajo (electricistas, albañiles y sanitarios) para conservar y mejorar la infraestructura (equipos de trabajadores especializados que envía el gobierno departamental a través de la articulación que las comisiones vecinales mantienen con el tercer nivel de gobierno organizado en torno a Concejos Municipales).<sup>7</sup> La disponibilidad de estos dos elementos —financiero y de infraestructura— si bien es clave e imprescindible, cubre solo una parte de las cuestiones necesarias para que los escenarios puedan funcionar. Las múltiples horas de trabajo y la capacidad para tomar decisiones que se requieren para que el tablado pueda operar en condiciones de calidad de los servicios y asegurando el bienestar de las personas que asisten, es cubierta por el trabajo voluntario y honorario de las comisiones barriales. Estos escenarios, además de disponibilizar para el barrio las propuestas de espectáculos que se ofrecen en el ecosistema del COA, generan fuentes de trabajo zafral para las y los vecinos que ofrecen sus productos en los escenarios, principalmente en las plazas de comidas. Se registra aquí un hecho interesante: quienes trabajan honorariamente —la comisión barrial— habilitan con ese trabajo honorario la generación de ingresos a familias del barrio que buscan complementar los ingresos de sus hogares con las ventas que puedan hacer durante el carnaval. Esto implica evaluar a quienes se presentan ante la comisión buscando un lugar en la plaza de comidas, coordinar con ellos la modalidad y condiciones de trabajo, asegurar el espacio y acordar la infraestructura, establecer el canon que cobrará el escenario por el uso del espacio y también determinar el fin de la relación comercial en caso de que su desempeño no sea satisfactorio en relación con lo que el tablado espera.

La forma en que empiezan a funcionar las comisiones barriales puede aportar a la interpretación de su actividad. Huergo (2002) insistió en que analizar las acciones de la

7 Dispuestos por Ley 18.567 de Descentralización Política y Participación Ciudadana de 2009.

comunidad requiere que se evite transformarlas en un *hablar* «por» con un mero interés descriptivo acríptico asociado al *folklorismo* revivificado que no es capaz de recuperar las voces sin distorsionarlas y que perseguía solo la descripción desde un afuera. Para evitar esa voz externa hueca se presentan las miradas de integrantes de varias asociaciones civiles que organizan algunos de los tablados populares que integran la Red, procurando recoger lo dicho, e interpretarlo considerando sus *formas de vida*.

## 5. Con el tablado al hombro: mujeres gestionando escenarios populares de carnaval

Las informantes clave elegidas tienen en común que son mujeres adultas que presiden formalmente o lideran en los hechos toda la actividad de los escenarios. Una de las entrevistadas manifiesta integrar la comisión desde 2007 cuando comenzó a hacerse cargo de la venta del bingo del tablado<sup>8</sup> y relató la historia de la forma en que llegó a presidir la comisión y dirigir el escenario. Quien lo gestionaba en los dos años previos (carnaval 2019 y 2020) fue electo por la asociación civil como presidente de la única lista presentada a la elección. En 2019, terminado el carnaval, no presentó a las autoridades municipales el balance de resultados del tablado —presentación que estaba estipulada— y en el segundo año lo hizo, pero de forma incompleta, por lo que el centro comunal con jurisdicción en la zona intervino a través de su responsable, que informó a la comisión que iba a retirar todos los apoyos y materiales al escenario, y la autorización para operar, por la mala gestión llevada a cabo.

Ante esta situación, vecinos y vecinas de la asociación civil, convencidos de la necesidad de defender el espacio de participación cultural y convivencia barrial construido en torno al escenario, se reunieron, definieron una nueva presidencia y comisión vecinal y asumieron la tarea de llevar adelante el tablado para el siguiente carnaval. En esta sucesión de acciones podemos identificar un *patrón de organización* (Hall, 1994, p. 29), que provocó una discontinuidad respecto de otro *patrón característico* en el que alguien que ha logrado cierto lugar de poder —en este caso, otorgado por la comunidad del barrio y validado por las autoridades municipales— ejerce un abuso presumiblemente para su beneficio personal en perjuicio del patrimonio cultural del barrio. La administración anterior del tablado frustró las expectativas del colectivo, lo que quedó en evidencia solo después de la intervención de la autoridad municipal que deslegitimó el poder otorgado antes.

8 Muchos escenarios de carnaval complementan sus ingresos con este juego de azar que consiste en vender tickets con tres o cinco números de dos cifras, sortear con un bolillero y quien tiene el ticket con los números que salieron del bolillero lleva premios monetarios o de los auspiciantes del escenario.

Resulta interesante notar a partir de la entrevista cómo las vecinas que trabajaban en la comisión barrial durante la gestión anterior habían percibido indicios de acciones espurias de su presidente, pero no habían encontrado la seguridad o el espacio para tomar medidas, y en cambio fue necesaria la intervención del tercer nivel de gobierno para resolver el problema. Estas mujeres con años de trabajo en la comisión no encontraron ocasión de plantear sus dudas acerca de la gestión del presidente. Podría ser interesante preguntarse cómo habría actuado la comisión de vecinas y vecinos si los roles de género hubieran estado invertidos en esta situación y quien detentaba el poder y lo ejercía en contra de los intereses del colectivo hubiera sido mujer, y quienes percibían las posibles irregularidades de gestión hubieran sido varones. Uno de los problemas que han planteado los feminismos refiere a los efectos de la falta de reconocimiento y valoración de la participación de las mujeres en la vida social y como sostienen Blázquez, Flores y Ríos (2012) más allá de comprender cómo operan las inequidades de género, es necesario, primordialmente, actuar sobre ellas en el camino hacia la equidad (p. 21). ¿Por qué esas voces no pudieron ser escuchadas antes para cuestionar la gestión del tablado? ¿Qué cambios hacia la legitimación de todas las voces en igualdad de condiciones necesitan los colectivos para evitar otros silencios perjudiciales como este?

En el desarrollo de esta investigación se contactaron las comisiones vecinales durante el invierno para realizar entrevistas grupales. En todas las comisiones con las que fue posible el intercambio, se verificó que el sostén en «baja temporada» de la acción grupal está a cargo de mujeres que, en general, responden de forma individual, o a lo sumo de a dos, por la acción de todo el grupo. A medida que avanza el año, lentamente los grupos se van reconfigurando, la participación se va recuperando, y juega un rol importante —al parecer— en esta recomposición, la convocatoria de la Red a iniciar actividades y articular con miras al próximo carnaval.

Un aspecto que se consultó especialmente en las entrevistas refiere a los criterios de selección de la programación de carnaval que sigue cada escenario. De las respuestas recibidas y de la observación de la Mesa de Contrataciones no surgen preferencias específicas de las contratantes de los escenarios barriales hacia las agrupaciones que son más populares y demandadas en la parte comercial del circuito del COA (si bien cada barrio parece tener sus gustos preferentes más vinculados a categorías del COA que a conjuntos específicos). En cambio, parece haber mayor interés en cumplir con las disposiciones de contratación acordadas con Daecpu, que exigen a los escenarios que contraten al menos una vez a todas las agrupaciones que participan del COA. Este esfuerzo por cumplir con lo dispuesto puede interpretarse también como un afán de la comisión por asegurar al barrio que la totalidad de la propuesta de carnaval disponible ese año llega a los y las vecinas de su comunidad

territorial. Un aspecto que sorprendió de esta parte del relevamiento refiere a que no necesariamente quienes acuden a contratar semanalmente a la Mesa de Contrataciones de Daecpu —en su mayoría también mujeres adultas que asisten a un ámbito fundamentalmente masculino— conocen o manifiestan interés en los contenidos de los espectáculos que cada agrupación ofrece. Aquí puede presumirse una contraposición entre la llamada «pasión» que suele observarse en el ámbito carnavalero en relación con las propuestas de determinadas agrupaciones, que generan «hinchas» o seguidores entusiastas, y las miradas de estas mujeres que asisten a la Mesa de Contrataciones, más interesadas en asegurar una propuesta cultural a su barrio que contagiadas del furor que suele respirarse en los ámbitos propios del carnaval.

En uno de los escenarios quien está a cargo del funcionamiento cotidiano no es la presidenta de la comisión. Sin embargo, habiendo consultado a la presidenta, ella señaló que quien podría responder las preguntas sobre la gestión del escenario era otra compañera de la comisión, que temprano en la mañana es la primera en llegar para recibir a los proveedores de la plaza de comidas y es la última en irse en las madrugadas, luego de asegurarse de que todo quedó en orden y dispuesto para la función del día siguiente. Ella es quien se asegura de que cada una y cada uno en el escenario cumpla con su rol y coordina toda la actividad. Todas y todos saben a quién consultar o pedir cosas sobre el tablado, sin cargo en la comisión, es la referente consensuada del escenario.

Otra de las entrevistadas recuerda que en su niñez pertenecía al grupo de niños y niñas que arrojaban piedras al tablado porque no tenían permitido entrar. Hoy ella es quien lo preside y recibe a las infancias que en algún momento retomaron la tradición de arrojar piedras, y se asegura de que puedan ingresar y de integrarles a las actividades del tablado. En su voz se percibe la alegría por tener la posibilidad del encuentro con vecinas y vecinos desde un rol hospitalario, aunque asegurando que se respeten las reglas para la convivencia que han sido acordadas en el escenario y que integran su discurso en la comunicación con sus contrapartes barriales.

En otro escenario una de las dificultades que manifiesta la presidenta es la capacidad para convocar la participación de los vecinos. El vecindario es modesto y naturalmente vecinas y vecinos tienen problemas para pagar el precio de la entrada, aun bonificada. A esto se agrega el miedo que manifiestan vecinos y vecinas para desplazarse de noche por el barrio y para dejar sus casas solas para asistir al espectáculo. El diagnóstico de la comisión para la escasa participación del barrio se basa en esta percepción de inseguridad del barrio.

## 6. Reflexiones abiertas

El análisis de James C. Scott (1990) sobre las prácticas y rituales dirigidos a «denigrar, ofender y atacar los cuerpos» (p. 20) refiriéndose a la esclavitud, la servidumbre y el racismo entre otras formas de dominación, ofrece un camino para una primera interpretación de la acción de la Red. Scott llamó a las respuestas de los dominados a esas prácticas que les denigraban «discursos tras bambalinas» —entre los que incluía a «los cuentos populares, las canciones, los gestos, los chistes y el teatro» (p. 21)—. Ellos son herramientas que los dominados pueden encontrar para expresar sus críticas al poder. En el ámbito del carnaval es bien reconocido el carácter discursivo contrahegemónico en los espectáculos presentados: de hecho, la crítica está incluida como requisito a cumplir en el Reglamento del COA, además de ser con frecuencia esperada por el público. Pero probablemente no sea tan evidente la condición de *discurso tras bambalinas* contrapuesto a las concepciones dominantes de algunas prácticas sociales vinculadas a la ubicación del carnaval como ámbito de participación y construcción de comunidad.

En estas prácticas, que se pueden observar en las iniciativas de tablados alternativos de *Más Carnaval* y *Carnavalé*, así como en movimientos como el *Encuentro de murguistas feministas*, es posible identificar tramas de resistencia contrahegemónica integradas al carnaval, con escasa visibilización del alcance de su insubordinación ideológica (Scott, 1990, p. 22) o de su aporte para plantar cara al modelo mercantil y discriminador imperante. Prácticas relacionales en lugar de meramente racionales.

Nuestra interpretación de la actividad de los escenarios que integran la Red de Escenarios Populares refiere a que ellos generan y promueven acciones que pueden identificarse con esas *insubordinaciones ideológicas*. Esta interpretación se fundamenta en la postura ajena o distante de la competencia y el concurso que se observa en las grillas de programación y en las prioridades manifestadas por las entrevistadas al contratar los espectáculos: el foco está puesto en el acceso a la mayor diversidad de propuestas culturales como criterio común. Además, también se observa que comparten el objetivo de consolidación de la comunidad barrial y la promoción de la participación de vecinas y vecinos. El espacio del tablado parece más una excusa para el encuentro y la colaboración entre vecinas y vecinos que un lugar donde ver y comentar los espectáculos de carnaval. Esta interpretación no surge porque las entrevistadas se hayan manifestado indiferentes al carnaval, por el contrario, todas ellas siguen con atención los espectáculos y expresan incluso afecto hacia las agrupaciones. Una de ellas cuenta con orgullo que una de estas agrupaciones ensaya en el local del escenario y participa activamente durante el año en las actividades barriales que lleva adelante la comisión. Otras dos cuentan cómo han

acompañado los ensayos en el local del escenario de otras agrupaciones, una de parodistas del COA y la otra, una revista del carnaval de las promesas. Pero lo que subyace a sus respuestas y a sus relatos de la vida de los escenarios tiene un hilo conductor compartido vinculado a la importancia del barrio y de la acción de la comisión del escenario como espacio para que vecinas y vecinos se sientan parte de un colectivo.

Con Hall (1994) es posible desde la academia interpretar estas acciones novedosas en la forma de vivir el carnaval, más centradas en la participación que en la competencia, como *rupturas significativas* «donde las viejas líneas de pensamiento son desarticuladas, las constelaciones más antiguas son desplazadas y los elementos —viejos y nuevos— reagrupados en torno a un esquema distinto de premisas y temas» (p. 27). Así, al ser costumbre pensar el carnaval de Montevideo como fiesta popular, y habiendo considerado ya la ruptura que estableció Vidart (1997) para caracterizarlo como carnaval espectáculo, del mismo modo, podemos tender a pensar que el carnaval de Montevideo es el COA, aunque también resulta admisible proponer que estamos ante una *ruptura significativa*, para considerarlo un ecosistema que abarca distintas identidades que articulan y se contraponen.

No obstante, es importante tener en cuenta los planteos de algunas epistemologías feministas sobre las maneras en que el género influye en las formas en que conocemos y comprendemos la vida social (Blázquez, Flores y Ríos, 2012, p. 22), para preguntarnos sobre los efectos que puede estar teniendo sobre la vida del carnaval la preponderancia y en algunos ámbitos la exclusividad de los discursos y voces masculinas para decidir, enunciar, describir y valorar lo que sucede en carnaval. La ausencia de registro y difusión del trabajo en el territorio barrial de estas mujeres, que gestionan actividades culturales complejas sin formación previa, recostadas básicamente sobre su propia convicción de la necesidad de disponibilizar para el barrio un espacio donde construir un colectivo y apuntaladas por el acompañamiento de su comisión vecinal y por la experiencia aportada por la Red, es un indicio de la necesidad de amplificar estas voces rupturistas hoy apenas audibles. Esa amplificación debería atender y procurar reducir el riesgo que asume toda investigación promovida desde el espacio académico, de colonizar la cultura popular que señala Remedi (2019, p. 5). Un camino posible para eludir este riesgo lo ofrece Huergo (2002) a partir del logro del auto reconocimiento de los y las investigadores/as como «sujetos de la crisis y la transformación», en lugar de ser «meros observadores o interpretadores» (p. 37). La inclusión de nuestra propia subjetividad, y el desplazamiento hacia «lo político» de la pesquisa, reconociendo su carácter estratégico-político, como vías para proponer nuevas rearticulaciones del ecosistema del carnaval más equitativas y polifónicas.

## Referencias bibliográficas

- Alfaro, M. (2002). Los uruguayos y el carnaval. Representaciones sociales e identidades colectivas en el espacio mítico de la fiesta. *Cahiers du CRICCAL*, 2(28), 21-28. Recuperado de [http://www.persee.fr/doc/ameri\\_0982-9237\\_2002\\_num\\_28\\_1\\_1547](http://www.persee.fr/doc/ameri_0982-9237_2002_num_28_1_1547)
- Blázquez, N., Flores F., Ríos, M. (2012). Investigación feminista. Epistemología, metodología y representaciones sociales, UNAM Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias Facultad de Psicología. México: Colección Debate y Reflexión.
- De Souza Silva, J. (2004). *La educación latinoamericana en el Siglo XXI. Escenarios hacia las pedagogías de la alienación, domesticación y transformación*. San José: Red “Nuevo Paradigma” para la Innovación Institucional en América Latina.
- Instituto Internacional de Investigación sobre Políticas Alimentarias (IFPRI)
- Fraser, N. (2015). *Fortunas del feminismo. Del capitalismo gestionado por el Estado a la crisis neoliberal*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Hall, S. (1994). Estudios culturales: dos paradigmas. *Causas y azares*, (1), 27-44. Recuperado de <https://ahira.com.ar/ejemplares/causas-y-azares-no-1/>
- Huergo, J. A. (2002). Nuevas aventuras de la perspectiva crítica: La investigación «con» la transformación social. *Nómadas*, (17), 36-45. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1051/105117951004.pdf>.
- Huergo, J. A. (2010). Una guía de Comunicación/Educación, por las diagonales de la cultura y la política. En R. Aparici (Comp.). *Educomunicación: más allá del 2.0* (pp. 65-104). Barcelona: Gedisa.
- Martín-Barbero, J. (2006). Estética y comunicación. *Signo y Pensamiento*, xxv(49), 36-45. Recuperado de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/download/4636/26044>
- Ministerio de Educación y Cultura. (2009). *Hacia la Cuenta Satélite en Cultura del Uruguay*. Montevideo: MEC-Zona Editorial. Recuperado de <https://www.gub.uy/ministerio-educacion-cultura/politicas-y-gestion/cuenta-satelite-cultura-del-uruguay>
- Mosco, V. (2006). La economía política de la comunicación: una actualización 10 años después. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 57-79. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93501106>
- Remedi, G. (2019). La esfera pública plebeya en América Latina: prácticas subalternas, usos y significaciones. *Encuentros Latinoamericanos, segunda época*, III(2), 1-8. Recuperado de <https://ojs.fhce.edu.uy/index.php/enclat/article/view/464/403>
- Scott, J. C. (1990). *Los dominados y el arte de la resistencia. Discursos ocultos. o*. Ciudad de México: Ediciones Era
- Segato, R. (2018). *Contra-pedagogías de la crueldad*. Buenos Aires: Prometeo libros
- Thompson, E. P. (2002). *La formación de la clase obrera en Inglaterra*. Barcelona: Crítica.
- Vidart, D. (1997). *El espíritu del carnaval*. Montevideo: Banda Oriental.
- Williams, R. (1998). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.