

Prácticas de olvido en la cultura popular. El carnaval como forma de ser y hacer cultura y memoria

María Cecilia Carriquiry Betancor

Universidad de la República, Uruguay

cecilycarriquiry@gmail.com

¿Cómo citar este artículo en Norma APA 7ma Edición? Carriquiry Betancor, M. C. (2025). Prácticas de olvido en la cultura popular: El carnaval como forma de ser y hacer cultura y memoria. *Pluriversos de la Comunicación*, 3(3), 128-142. Universidad Nacional de Salta.

Recepción: 31/03/2025. Aceptación: 30/06/2025

Resumen

El presente trabajo propone un acercamiento al Carnaval uruguayo y a los procesos de oficialización y de patrimonialización de una fiesta popular que compone de su identidad. Este fenómeno sociocultural con sus representaciones variadas y particulares, ha experimentado (como tantas otras prácticas marginales en América), un dramático corrimiento de sus prácticas y sentidos que se manifiesta tanto en lo interno de las formas espectaculares que se crean, como en el vínculo entre el pueblo y /o la masa expectante y las producciones artísticas.

El tema es complejo y abarca múltiples lazos que se interconectan involucrando a variados actores de la vida política, social, cultural y económica.

Analizaremos cómo a partir de la mercantilización, la producción masiva, la turistificación y la patrimonialización, se van sometiendo y en cierta forma desconociendo prácticas tradicionales típicas del Uruguay (particularmente en Montevideo), donde se han ido gestando mecanismos de exclusión y de homogeneización estético-discursivas que tienden a relegar formas estéticas relacionadas a condiciones de clase y cánones del gusto y del consumo gestados a partir de atravesamientos estéticos globales mediatizados.

Desde su ingreso a las cadenas masivas de reproducción global, el Carnaval en su mediatización ha transformado sus estructuras habilitantes y las cadenas y lazos sociales que le dieron origen (intereses, inversores, respaldos institucionales, reglamentaciones, relaciones sociales).

En otro aspecto en relación a su mediación, se ha transformado en lo interno de sus composiciones en cuanto productos mediáticos que comienzan a gestar mecanismos tendientes a la estilización de las formas como modelo hegemónico que sostiene el “ocultamiento” sistemático o la omisión de formas, producto de situaciones de clase como huellas inscriptas en los cuerpos, por ejemplo, en la

dentadura, en la vestimenta, o en las formas expresivas del gesto y del habla. A esto se suma el recorte temático de los discursos que son igualmente “políticamente correctos o incorrectos” desde las perspectivas discursivas globales imperantes.

En el reciente fenómeno masivo y mediático del Carnaval entran en juego intereses económicos y político discursivos que por un lado lo acrecientan y engalanan, y por otro, lo acotan, restringen y ordenan. Esta nueva forma de las “redes sociales de entretenimiento y consumo”, se despliega y profundiza de modo problemático en lo interno de nuestras relaciones socio político culturales generando rupturas y olvidos que es conveniente o al menos ético mencionar.

Palabras claves

Patrimonio, cultura popular, mercantilización, Carnaval

Figura 1. Tablado de Carnaval "Don Quijote". Calle República esquina La Paz.



Fuente: Intendencia de Montevideo. Fecha: febrero de 1931. Autor: S.D. Código de referencia: 05626FMHGE Soporte: Vidrio Técnica Fotográfica: Gelatina y plata

Figura 3. Tablado "Mímica". Esquina de la Avenida Brasil y calle Simón Bolívar.



Fuente: Intendencia de Montevideo. Autor: S.D. . Fecha: Año 1937 Código de referencia: 07023FMHGE. Soporte: Vidrio. Técnica Fotográfica: Gelatina y plata

24. La producción de conocimiento, como parte de la disputa por liderazgos y hegemonías globales, tiene directa relación con los procesos de construcción de conocimiento que surgieron en centros académicos de cinco países del hemisferio norte, que son reproducidos por las instituciones académicas más importantes de los países de nuestro continente. Si bien se menciona a cinco países de Europa occidental (Italia, Francia, Inglaterra, Alemania y los EE.UU.) como los centros productores de conocimiento. Para el caso de la Antropología son tres los países considerados los precursores del conocimiento antropológico: Inglaterra, Estados Unidos y Francia.

Carnaval y patrimonio, construcción de la experiencia colectiva

Propongo focalizar la reflexión alrededor de los campos de validación y sentido que se ven implicados en el desarrollo de la fiesta del Carnaval, donde año a año se produce una constante y sistemática elaboración de elementos culturales que se ven sujetos a reiteradas y constantes luchas de intereses, apropiaciones y validaciones en lo patrimonial, lo identitario, lo cultural y lo económico

Como desarrolla Canclini en “los usos sociales del patrimonio cultural”, el tema es complejo y está sujeto a múltiples intereses que dependiendo de su actualización dentro de la sociedad van a tener mayor o menor tensión y preponderancia.

El patrimonio (Canclini, 1993) abarca la herencia de cada pueblo (sus tradiciones), pero también la relación de estas herencias con las necesidades y prácticas contemporáneas habilitadas a su alrededor, así como la selección de piezas o herencias privilegiadas por las clases hegemónicas y las producidas por las subalternas (p. 17), que por lo general han contado con escasa visibilidad, donde la mayoría de sus producciones han sido históricamente olvidadas.

las actividades destinadas a definirlo, preservarlo y difundirlo, amparadas por el prestigio histórico y simbólico de los bienes patrimoniales, incurrir casi siempre en cierta simulación al pretender que la sociedad no está dividida en clases, etnias y grupos, o al menos que la grandiosidad y el respeto acumulados por estos bienes trascienden esas fracturas sociales (Canclini, 1993, p. 17)

Observamos que a partir de la década de los 90 se ha producido un movimiento global (occidental) que pondera el reconocimiento del patrimonio y la identidad de cada pueblo, sociedad, Estado. Este giro lejos de ser ideal o de subsanar las problemáticas históricas de las culturas marginadas, las coloca bajo nuevas tensiones ocasionando rupturas, olvidos, renunciaciones y corrimientos que en cada caso resulta complejo localizar y cuestionar.

Observamos que las nuevas políticas de institucionalización y patrimonialización, tensionan la vida de las representaciones culturales en cuanto las colocan bajo las lógicas de la espectacularización, el mercado, la economía y la producción.

La construcción identitaria de la cultura popular

El carnaval uruguayo se constituye actualmente como una fiesta popular masiva, en donde convergen diversos estilos y formas de habitus, danzas, músicas, artes plásticas y organizaciones escénicas. Es un campo pluricultural en donde se entrecruzan intereses políticos, culturales, artísticos y económicos dando como resultado una construcción cultural “multi condicionada”, con actores que trascienden lo artístico o simbólico (Canclini, 1990, p. 18).

Por estar inserto en la cultura tiene como característica primera su continua movilidad, una especie de transformación o mutación que lo va atravesando durante su quehacer, un “habitus” que también se va modificando y rehaciendo como construcción social e individual limitante, habilitante y condicionante.

El desarrollo cultural, histórico y sociológico del pueblo uruguayo, cuenta como construcción identitaria de sus relatos con el Carnaval (costumbre y/o rito) inscripto en el pueblo desde los comienzos de la nación como fenómeno urbano acentuado y claramente reconocido en Montevideo, que se fue expandiendo a otras localidades a partir de los progresivos procesos de urbanización del país. Actualmente quizás no debemos hablar del Carnaval sino de los Carnavales pues en cada región se observan representaciones culturales muy diferentes, así como las prácticas sociales generadas a partir de su desarrollo. En este estudio no nos detendremos en esas grandes diferencias regionales, pero si es pertinente observar que los cambios más vertiginosos respecto a la memoria y las prácticas tradicionales del Carnaval, han ocurrido en Montevideo donde la densidad de población, la acumulación de capitales y las dinámicas de producción se desarrollan a una escala mucho mayor que en el resto del país.

En el proceso de construcción ciudadana y democrática y en el ingreso progresivo al capitalismo y mercantilización de la cultura, las formas, los modos y los sentidos del Carnaval se han ido modificando “con sus irreverencias y sus característicos desbordes, el Carnaval fue destinatario sistemático de la prédica disciplinadora, y sus múltiples y ambivalentes alternativas reflejaron puntualmente las tensiones que pautaron una transición semejante” (Alfaro, 1998, p15).

Esta “civilización” y posterior “mercantilización” de la fiesta popular del Carnaval, se fue gestando y acentuando en el transcurso

del siglo XX y nos ofrece actualmente un Carnaval ya constituido como “campo” dentro de lo social (Bourdieu, 2010, p 13), espacio ya instituido dentro de la cultura uruguaya, que se desarrolla en base a relaciones de fuerza entre las instituciones y los agentes comprometidos en el juego. Aquí podemos observar las tensiones que elabora Prats (2000, pp. 121-124), respecto a la construcción patrimonial política, comercial y o científica donde a su vez la sociedad civil también tendrá su lugar, pero siempre sujeta a determinados poderes, sin los cuales no puede obrar.

Cabe observar que el Carnaval ha engendrado históricamente un vínculo atravesado por diversas relaciones de poder y de clase, circunscritas dentro de una fiesta que indefectiblemente precisaba recursos económicos y materiales para poder efectuarse, recursos cuya inversión fue en aumento sobre todo a partir de la espectacularización de la fiesta.

El proceso se da en forma progresiva a partir de un corrimiento en el núcleo del Carnaval que pasa de ser una fiesta profana, desmedida, vivida y encarnada por y desde el pueblo, a ser una fiesta contemplada, regularizada y ordenada por un orden institucional (burguesía estatal) que va a imponer su modelo de hombre, civilización, juego y barbarie.

Esta regularización implica sujetar el Carnaval a normas, reglas y formas, generando la apropiación de gran parte de sus mecanismos operativos a manos de intereses particulares y cadenas mediáticas globales que van a fomentar un Carnaval como producto cultural fabricado por y para la industria cultural.

Los cambios en relación a las dinámicas del mercado y del poder hicieron que su validación en cuanto espectacularización cada vez mayor fuese realmente servil a los intereses que Prats (2000) desarrolla como políticos, económicos y científicos. En el caso del Carnaval uruguayo se va a desarrollar la convergencia de los tres tipos de construcciones que analiza Prats, donde cada uno de estos campos de intereses jugará un papel específico e interrelacionado en el puzzle que habilitará la activación del patrimonio Carnaval, históricamente desvalorizado y recientemente ponderado. Donde como el autor menciona, el patrimonio como “invención y construcción social”, va a promover discursos sobre la realidad y legitimarse mediante distintos procedimientos institucionales (pp. 115-116).

Carnaval, oficio de memoria, tradición de creadores, artis-

26. Nuestra perspectiva sobre la modernidad se fundamenta en el trabajo filosófico de Enrique Dussel (2007). En este desarrolla una perspectiva distinta de la Modernidad y la explica con detalle. Concibe tres momentos diferenciados. La primera Modernidad que se despliega desde 1492 hasta 1630, con la exploración del atlántico y se extiende hasta el desplazamiento de la Alteridad: del indígena al criollo americano. A esta le sigue la segunda Modernidad que se desarrolla desde 1630 hasta 1789, el momento de la constitución del Estado Moderno Francés y finalmente este proyecto se reproduce en la tercera Modernidad, que actualmente continúa desplegándose a nivel global.

27. Esto se dio paralelamente a la introducción de las ideas de desarrollo y a la categoría subdesarrollo referida a los países de América Latina.

28. Para la producción de una futura antropología desde Bolivia nos parece importante, establecer un debate crítico con este “pensamiento católico latinoamericano”.

tas y artesanos

Hemos de observar como en las culturas en general las fiestas de Carnaval reiteran los ciclos anuales de ritos, mitos y elaboración de sentidos, anclados en la fuerza de las tradiciones y las comunidades. De este modo las sociedades hasta el momento han sostenido lazos con su memoria, sus herencias y la transmisión de sus saberes, en la dinámica inestable y siempre dialéctica que todo esto implica, donde el Carnaval ha experimentado de forma continua modificaciones, migraciones y corrimientos en todos sus campos, transformándose los aspectos creativos, económicos, organizativos y vinculares de la fiesta, pero aun así (¿hasta ahora?), preservando parte de sus procedimientos, saberes y sentidos identitarios.

En su particularidad, el Carnaval uruguayo propone una fiesta muy larga (duración de 45 días), que implica el traslado continuo de los conjuntos de uno a otro tablado (escenario popular) durante ese lapso de tiempo. También implica un concurso oficial (en el teatro de Verano Ramón Collazo) que es televisado desde el 2004⁵⁸ por VTV (Tenfield) y por último cabe mencionar que en su esquema distributivo tiene por separado tablados municipales (públicos) y tablados comerciales (de privados). Por los municipales pasan todos los conjuntos, por los privados pasan sólo algunos según su éxito, el gusto de los dueños y la demanda del público que se traduce en cuantas entradas se venden en presencia de tal o cual conjunto. Este breve esquema es presentado para dar a conocer a grandes rasgos las dinámicas del concurso y para mencionar que las lógicas del capital han ido creciendo exponencialmente a partir del ingreso de la transmisión en vivo y la mediatización de la fiesta.

También a raíz de ello han desaparecido muchos tablados y se han despoblado sobre todo los de los barrios más periféricos (populares municipales) que consumen el espectáculo a través de la pantalla, mientras se generan unos pocos mega escenarios (privados) como el Velódromo y el Géant que ofrecen servicios masivos con parafernalia acorde al tipo de evento.

Las prácticas del olvido comprenden toda una serie de cambios socio culturales que implican prácticas y discursos que se levantan y promueven sin demasiada conciencia y con muy poca resistencia pues es parte del orden hegemónico la instalación subrepticia de sus lógicas en los más variados escenarios.

58. La inclusión de lo mediático en el Carnaval fue progresiva, realizándose entre 2000 y 2004 la transmisión del Desfile Inaugural de Carnaval y del Desfile de Llamadas, además de algunos emprendimientos esporádicos en los 80 (Alfaro y Di Candia, 2014, p. 38) y en 2004, DAECPU (directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos Populares del Uruguay) firma el convenio con Tenfield produciéndose el ingreso de grandes capitales en las dinámicas internas del Carnaval

De este modo el quehacer artesano dedicado a la creación estética y plástica que año a año sucede de manera renovada en todas las áreas del Carnaval uruguayo está en crisis, tendiente a desaparecer debido al juego de intereses y las nuevas formas “mercantilizadas” de producción y consumo cultural que por un lado “patrimonializan” una práctica legendaria, tradicional e identitaria, y al mismo tiempo la someten a las lógicas del mercado y a las operaciones de productividad técnica validadas por éste, la comunidad tecno mediática y los intereses políticos. Sucediendo lo que advierte Prats (2000) en cuanto a la complejización o distanciamiento de las “identidades” de ese “nosotros del nosotros”, en cuanto los mecanismos de reconocimiento y validación comienzan a ser otros y donde se traza una distancia entre la “representación” y las prácticas históricamente desarrolladas.

Estos cambios socio-políticos y culturales modifican las prácticas cotidianas dentro de las cuales (entre muchas otras), se encuentra el quehacer referido al “decorado”, a la construcción plástica y al “vestido” del Carnaval.

El sistema plástico que se ha ido construyendo alrededor de la fiesta del Carnaval tiene su anclaje en los elementos compositivos del ritual que se van armando y transformando a partir de su propia praxis, integrando en ella en forma más o menos racionalizada los siguientes elementos:

a- elementos constitutivos de la tradición, inscriptos en las formas, los materiales y los colores (volumen, brillo, abundancia de tela).

b- construcciones discursivas que validan y enfatizan las prácticas desarrolladas (vínculo con las estructuras y los reglamentos que sostienen la fiesta, validación e importancia de determinadas creaciones por ejemplo las modas que se instalan).

c- elementos de innovación expresivos e imaginativos (movimiento, posibilidades expresivas en relación a la plástica, nuevas tecnologías, uso e investigación de materiales y mecanismos).

Atravesando estas variables con mayor o menor grado de incidencia está el poder económico que va a determinar el grado de inversión en relación a las creaciones plásticas y muy frecuentemente en relación al posicionamiento del conjunto dentro del concurso (costo, brillo, magnificencia, abundancia de cambios).

La impronta artesanal ha sido y continúa siendo parte de la entraña compositiva de las construcciones populares del Carnaval, ocupan-

do un lugar y un tiempo de dedicación muy importante por parte de la comunidad, donde como desarrolla Escobar (2014) en relación al Paraguay, pero pudiendo hacerse extensivo al arte popular latinoamericano

La producción estética de los sectores populares se canaliza exclusivamente a través de los rituales y las artesanías la cuestión se complica porque solo estas se canalizan en objetos, únicos soportes tangibles de su creatividad. Pero llamar artesanías a esas expresiones sería referirse sólo al aspecto manual de su producción y anclar en la pura materialidad del soporte, desconociendo los aspectos creativos y simbólicos y cayendo en la rampa de una actitud discriminatoria que segrega las manifestaciones populares erradicándolas del reino de las formas privilegiadas (p 52-53)

La atención a estos procedimientos, la valorización de sus prácticas, el traspaso de saberes en su íntimo vínculo con la memoria, la posibilidad de crear bajo inestables circunstancias materiales y la dedicación de trabajo en horas de tiempo y entrega (muy asociadas a lo ritual); son algunos de los aspectos que he considerado apreciables a partir del reconocimiento de estas prácticas populares en su carácter histórico e identitario, en relación a sus manifestaciones actuales.

Tomando en cuenta su recorrido ancestral, el estudio acerca de estos fenómenos resulta necesario para el reconocimiento de las ambigüedades y tensiones implicadas en la patrimonialización de la fiesta, ya que ciertas lógicas de poder y abuso siguen siendo constitutivas de las relaciones humanas más allá de la patrimonialización, inclusive por momentos como desarrollan Rufer (2021) y Prats (2006) ésta las válida y acentúa.

También es pertinente en el sentido de su uso social, ya que al quedar marginalizados ciertos sectores de la sociedad (los fundadores), este patrimonio se torna en beneficio exclusivo de una clase económica que tiene los medios para producirlo y a su vez para consumirlo, sucediendo rupturas estructurales en la parte más vulnerable del tejido social.

Como desarrolla Canclini (1993, p. 28) acerca de Williams, en el Patrimonio conviven elementos de orden arcaico, residual y emergente. En el caso del Carnaval uruguayo, actualmente lo residual y

emergente se combinan y dan lugar a una cierta preservación de elementos identitarios. A partir de los mecanismos de dependencia gestados en lo interno de la construcción de la fiesta, se pueden observar los vínculos entre lo material, lo mítico-ritual y lo racional, atravesados de forma determinante por las relaciones de producción y de poder establecidas en las dinámicas sociales y sus correspondientes valores simbólicos.

Actualmente se trata de la espectacularización de la realidad, que tiene sus dos grandes pilares en los mal llamados medios de comunicación (la televisión especialmente) y el turismo (Prats, 2006, p 73).

El ingreso de Tenfield, resulta un suceso destacable debido a que dicha empresa comercializa y difunde en la red local y global el mundo del "entretenimiento", en donde a partir de ese momento van a converger el fútbol, otros diversos deportes, espectáculos y el Carnaval. Todos estos "entretenimientos", resultan atravesados por las lógicas del mercado, la inversión de capitales y la exposición y mediatización de sus máximas figuras (por ejemplo, comienza a suceder en el Carnaval el uso del "equipo deportivo" de una marca sponsor por todos los integrantes del conjunto cual cuadro de fútbol)

Las variables de incidencia y los condicionamientos implicados en el ingreso al mercado audiovisual masivo implican modificaciones en el macrosistema del Carnaval y en el microsistema de todas las categorías, el llegar a un número mucho mayor de espectadores y la inserción en un nuevo código de producción y consumo se vinculan directamente con el establecimiento de lógicas hegemónicas que de una manera muy natural, casi como algo que se da "de hecho" van dejando de lado y excluyendo formas culturales y sociales marginales que no cumplen con el modelo productivo más eficaz, modelo que a su vez sostiene lógicas de clase observables en la estilización y homogeneización continua operada por ejemplo en los programas de entretenimiento, a nivel tanto local como global (cánones de belleza respecto al cuerpo, al consumo relacionado a las formas del vestir, el tipo de indumentaria y las marcas que se portan, los hábitos que se promueven, las maneras de gestualizar y de hablar).

En la adaptación e inserción de las prácticas tradicionales y populares a las lógicas del capital, se suceden mecanismos de sumisión y olvido, que generan recurrentes marginalizaciones.

La factura artesanal como práctica de memoria y comunidad

Los aspectos hipotecados son muchísimos por lo cual centraré la atención en la factura artesanal del Carnaval y sus procesos de pérdida.

Como ya he mencionado, los tablados⁵⁹ se dividen en populares (municipales) y comerciales (privados) y el concurso oficial se da en el escenario del teatro de verano Ramón Collazo. He de mencionar que entre 2021 y 2025 existieron entre 25 y 30 escenarios, la relación populares-comerciales ha sido de aproximadamente el doble los populares respecto a los comerciales (esto ha menguado mucho, en la década de los 90 llegó a haber hasta 60 tablados en Montevideo).

El trabajo artesanal en Carnaval ha estado hasta el momento enfocado en distintas áreas; la de vestuario y apliques a cargo de modistas/os, diseñadores y técnicos/as; la de escenografías a cargo de obreros/as, técnicos/as y diseñadores, la de utilería a cargo de realizadores técnicos y diseñadores; y las de decoración y escenografía de tablados a cargo de núcleos de vecinos/as que independientemente de los conjuntos realizan su labor en colectivo preparando el lugar.

El área que comprende vestuario y apliques si bien ha experimentado cambios a nivel de adelantos técnicos como el cortado láser, las nuevas tecnologías en relación al pegado, unión y mecanismos de realización, sigue contando con la necesidad imperiosa de artesanos que construyen los diseños en los cuerpos, sobre los cuerpos, tomando en cuenta sus formas, tamaños y movimiento. Es necesario mencionar sin embargo que cada vez con más frecuencia se utilizan diseños extraídos de los medios audiovisuales que replican o copian imágenes generadas en otros contextos y producciones.

El mayor olvido, o la mayor renuncia, se puede observar actualmente en el área escenográfica, tanto en la realización de decorados para tablados populares, como en la realización de escenografías para los conjuntos.

Condicionada por intereses económicos la producción artística popular marca una tendencia a renunciar a formas artesanales de expresión como han sido hasta ahora la fabricación de elementos escenográficos y de utilería, los cuales han sido eliminados o am-

59. Se refiere a los escenarios populares del Carnaval, antiguamente de tablas y tirantes de madera o hierro, actualmente algunos populares y otros comerciales dan cuenta de una gran distancia estructural y compositiva en su infraestructura y en su entorno

pliamente desplazados en los distintos territorios.

Por ejemplo, en el Teatro de verano Ramón Collazo, donde se da el concurso oficial, se instalaron las pantallas led como elemento estructural a priori, como fondo escenográfico pre determinado enfocado en construir el “show espectacular”, a imagen y semejanza de múltiples programas de entretenimiento globales

Este nuevo fetiche de la mercancía se instala en 2020 a partir de la pandemia del COVID 2019 (utilizada como excusa), dejando a un lado las inmensas producciones plásticas que se generaban año tras año, donde no solo se horada el trabajo y la sobrevivencia zafra de muchísima gente sino que además se instala un discurso estético hegemónico que podemos con facilidad observar dentro de todos los programas de entretenimiento tanto nacionales como internacionales, estableciéndose una especie de “carnaval match”. Los argumentos en defensa del uso totalizado de las pantallas se basan en la economía de producción, la reducción del gasto, la simplificación de los montajes, la reducción de riesgos. Las preguntas ineludibles son: ¿quiénes se benefician con esta reducción de costos?, ¿quiénes quedan relegados de esta repartición?, ¿no se produce acaso una mayor acumulación de capital por parte de algunos actores?, ¿la lógica del progreso tecnológico no reconoce límites en cuanto a los saberes identitarios tradicionales?, ¿corresponde al Estado intervenir en la protección de determinados bienes y sus correspondientes prácticas?

En el territorio de los tablados la cosa también se tensiona, en Montevideo la Intendencia Municipal⁶⁰ que es quien organiza y distribuye la fiesta junto a Daecpu, otorgando pequeñas cifras de dinero y asistencia técnico-creativa (talleristas) para que los vecinos de cada barrio realicen las escenografías de sus tablados, lo cual es complejo pues son en general en barrios de muy bajos recursos donde los vecinos trabajan mucho y no cuentan con la posibilidad de dedicarse “honorariamente” a hacer el decorado, además del progresivo desmembramiento de la red social colectiva producto de tensiones socio económico culturales muy complejas.

Por otro lado, los tablados comerciales (los que llevan más público y están situados en zonas privilegiadas accesibles a las clases medias) no construyen escenografías de ningún tipo, colocando en general una lona de fondo con alguna propaganda, luciendo en los laterales del tablado pantallas con continua promoción de consumo de mercancías.

60. La fiesta del Carnaval es organizada en conjunto por la Intendencia Municipal (en cada departamento del país) y Daecpu (Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos y Afines) en Montevideo, y otras organizaciones de distinta forma en el resto del país. Lo público estatal son las intendencias, lo privado las organizaciones de dueños y cooperativas artísticas

De este modo, la menguante construcción de los tablados artesanales comunales, y también la anulación de dichas construcciones en el teatro de verano (el escenario del concurso), van generando el olvido de prácticas patrimoniales, haciéndolas desaparecer. Donde van produciéndose la pérdida de las prácticas y los saberes, además del ejercicio de los lazos colectivos comunitarios generados a partir de una tendencia cada vez mayor a la acumulación de capitales por parte de núcleos cerrados.

Estos fenómenos que pasan inadvertidos, deberían comenzar a observarse pues integran el carácter patrimonial del fenómeno del Carnaval uruguayo en cuanto práctica cultural identitaria que colabora con la recomposición de lazos sociales y con la construcción de experiencias transformadoras y muy especialmente con la construcción de autonomía, en momentos de tanto control y fragmentación social.

Tenemos entonces varios agentes involucrados: El mercado (sponsors, Tenfield, inversiones), Daecpu (propietarios, directores, cooperativas) el Estado (intendencia), y la sociedad (los actores productores y los espectadores consumidores). Desde la perspectiva tanto de Canclini como de Rufer como de Prats, la interacción desigual de los agentes privados, el Estado y la sociedad civil, es una tensión que actualmente están viviendo las prácticas culturales locales y que se debate entre los capitales y las experiencias simbólico identitarias de cada cultura.

Los autores analizan el delicado equilibrio entre estas tensiones de intereses y sus funciones sociales, atravesadas por la construcción de historia y memoria en forma particular (Gnecco y Rufer, 2021) respecto también al carácter híbrido, desigual y subalterno de las poblaciones, una vez más en situación desfavorable en la lucha de intereses también planteada alrededor del constructo patrimonial.

Debido al claro marco institucional que se ha gestado alrededor de la fiesta del Carnaval en nuestro país resulta necesario y hasta urgente un papel más potente a nivel ideológico y operativo de parte de la clase política (Estado), en cuanto es materia de su función pública poder establecer mecanismos de protección y valorización de fenómenos patrimoniales como el Carnaval.

La función del disfraz y del decorado guardan estrecha relación con la posibilidad de sostener y levantar “la ficción” en el Carnaval, son puntos de apoyo, de juego, de referencia y de reconocimiento.

Tienen tiempo y códigos que les son propios, cuentan con recursos estéticos que ayudan a establecer la “magia” de estar siendo otro/a; el análisis y la valorización excesiva de los discursos orales coloca por lo general el foco en “lo que se dice”, preponderantemente a través de la palabra y el gesto, olvidando (negando o desconociendo implícitamente) que no son esos los únicos lenguajes presentes en el Carnaval y que las “imágenes”, portan mensajes, comunican y expresan sentidos.

Estas prácticas se constituyen dentro de nuestro acervo cultural y es en ellas que se gestan y organizan los hábitos, costumbres y saberes que forman parte de nuestro patrimonio tangible e intangible. Sus alcances quedan inscriptos en múltiples aspectos del entramado sociocultural, relacionados a la historia, la memoria y la identidad en la identificación de ciertas técnicas manuales y de uso y tratamiento de materiales, formas, texturas y colores.

También aspectos relacionados a la elaboración creativa como espacio de libertad, de encuentro, de renovación y de investigación, aspectos relacionados a la generación de trabajo, a la enorme cantidad de gente que trabaja de manera “zafral” en Carnaval, resultando un ingreso fundamental para su economía anual.

Considero a su vez delicada la posible homogeneización que puede llegar a implicar el concepto de “hibridación” trabajado tanto por Canclini como por Hall en relación a los cambios y transformaciones de las culturas contemporáneas, atravesadas por influencias globales, la hibridación puede no permitir ver las luchas de clases y las tensiones alrededor de las hegemonías culturales cada vez más expandidas y de solapada y difícil localización.

Si se sistematizan y se tecnifican, si se expropian y privatizan las prácticas culturales de una comunidad, si se producen y venden como objetos de consumo, inevitablemente se degradan y tienden a desaparecer el desarrollo y la retroalimentación que de manera cíclica y constante se dan entre saberes de antaño, herencias, costumbres y técnicas convocadas por la fiesta del Carnaval que llama a la representación, a la risa, a la riqueza expresiva y comunicativa, a la creatividad y a la renovada ilusión de la farsa, año tras año.

Las causas antes descritas acerca del gran cambio ocurrido en el conjunto del Carnaval, nos conducen a la difícil tarea de como preservar parte de estas representaciones culturales sin someterlas a la conservación arcaica o al aislamiento.

Queda mucho por pensar y hacer ...

Bibliografía

- Alfaro, Milita (1991). *Carnaval, Una historia social de Montevideo desde la perspectiva de la fiesta. Primera parte: El carnaval heroico*. Montevideo, Trilce.
- Alfaro, Milita (1998). *Carnaval, Una historia social de Montevideo desde la perspectiva de la fiesta. Segunda parte: Carnaval y modernización. Impulso y freno del disciplinamiento*. Montevideo, Trilce.
- Alfaro, Milita y Di Candia, Antonio (2013-2014). *Carnaval y otras fiestas*. Montevideo, Nuestro Tiempo.
- Bourdieu, Pierre (1999). *Intelectuales políticas y poder*. Buenos Aires, Eudeba.
- Bourdieu, Pierre (2010). *El sentido social del gusto*. Buenos Aires, Siglo veintiuno
- Escobar, Ticio (2014). *El mito del arte y el mito del pueblo*. Cuestiones sobre arte popular. Buenos Aires, Ariel.
- García Canclini, Néstor (1990). *Culturas híbridas*. Distrito Federal, Paidós
- García Canclini, Néstor (1993). *Los usos sociales del patrimonio cultural*. Distrito Federal. Departamento de antropología de UAM Iztapalapa, cuaderno 24.
- Gnecco, Cristóbal y Rufer, Mario (2021). *Regímenes de memoria y usos políticos y sociales del tiempo pasado. Conversación con Mario Rufer*. Tabula Rasa, 39, 323-338. <https://doi.org/10.25058/20112742>. n39.15
- Hall, Stuart (2016). *¿Patrimonio de quién? Des estabilizar el patrimonio e imaginar la post nación*. Intervenciones en estudios culturales, (3): 15-31 / 15. Traducido por Daniel Ramírez y Laura Castiblanco. Texto del discurso principal dado el 2 de noviembre de 1999, en la conferencia nacional Patrimonio ¿de Quién? El impacto de la diversidad cultural en el patrimonio vivo británico, G-Mex, Manchester, Inglaterra. [nota original]
- Prats, Llorenç (2000). *El concepto de patrimonio cultural*. Cuadernos de antropología social. n11. Artículo publicado en Política y Sociedad. Revista de la Universidad Complutense. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. n° 27. pp. 63-76. Madrid

1998

Prats, Llorenç (2006). *La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias*. 072 PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, nº 58, mayo 2006, pp. 72-80. <https://doi.org/10.33349/2006.58.2176>