

Análisis de las identidades narrativo-discursivas de *Carnavalé* y *Más Carnaval*



Analysis of the narrative-discursive identities of *Carnavalé* and *Más Carnaval*

Miranda Turnes, Chiara

 Chiara Miranda Turnes

chiara.miranda@fic.edu.uy

Facultad de Información y Comunicación,
Universidad de la República, Uruguay

Intersecciones en Comunicación

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires,

Argentina

ISSN-e: 2250-4184

Periodicidad: Semestral

vol. 1, núm. 17, 2023

intercom@soc.unicen.edu.ar

Recepción: 13 Mayo 2023

Aprobación: 26 Mayo 2023

URL: <http://portal.amelica.org/amei/journal/216/2163912006/>

DOI: <https://doi.org/10.51385/ic.v1i17.177>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Resumen: Este artículo propone un acercamiento a *Carnavalé* y *Más Carnaval*, dos experiencias del carnaval alternativo uruguayo de reciente surgimiento fuertemente vinculadas entre sí^[1]. Se trata de dos proyectos culturales que se presentan como alternativas al circuito organizado alrededor del concurso oficial de carnaval por parte de instituciones estatales y privadas. Ambas experiencias presentan puntos de encuentro y fuertes tensiones en su — aún reciente— desarrollo, que habilitan una reflexión en clave de contraste. El análisis de ambas experiencias se centra en sus identidades narrativo/discursivas, desde un abordaje teórico que articula las ideas de Hall (2003), Arfuch (2005), y Casullo (2022). La aproximación a estas identidades narrativo/discursivas se realiza a través del análisis de sus estrategias de comunicación, específicamente, de las piezas desde las cuales ambos proyectos se presentan en sus redes sociales. Para esto se incorporan las dimensiones de los procesos de comunicación propuestas por Restrepo (1995) y la idea de públicos de las organizaciones planteada por Amado Suárez y Castro Zuñeda (1990).

Palabras clave: Carnaval, Identidad, Cultura, Comunicación, Uruguay.

Abstract: This article proposes an approach to *Carnavalé* and *Más Carnaval*, two experiences of the Uruguayan alternative carnival recently created and strongly connected. These two cultural projects are presented as alternatives to the circuit organized around the official carnival contest by state and private institutions. The shared elements and tensions between these experiences, in their still recent development, creates the potential for analysis and reflection from the contrast of both projects. The analysis of these experiences focuses on their narrative/discursive identities, from a theoretical approach that articulates the ideas of Hall (2003), Arfuch (2005) and Casullo (2022). The approach to these narrative/discursive identities is carried out through the analysis of their communication strategies, specifically, of the pieces from which both projects are presented on their social networks. For this, the dimensions of the communication processes proposed by Restrepo (1995) and the idea of publics of the organizations proposed by Amado Suárez and Castro Zuñeda (1990) are incorporated.

Keywords: Carnival, Identity, Culture, Communication, Uruguay.

CONTEXTUALIZACIÓN: EL CARNAVAL URUGUAYO EN LA ACTUALIDAD

Es necesario, para comprender la aproximación a las identidades narrativas de Más Carnaval y Carnavalé que propone este trabajo, realizar una breve contextualización acerca del carnaval uruguayo en la actualidad. Particularmente, acerca de los organismos que toman parte en el carnaval montevideano y las formas de su organización.

Desde principios del siglo XX, el Estado está involucrado directamente en la organización del carnaval montevideano por intermedio de la Intendencia de Montevideo. En particular, en lo que refiere a la organización del concurso de agrupaciones carnavalescas. En 1952 surge DAECPU (Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos Populares del Uruguay), una asociación de dueños de conjuntos de carnaval, y comienza a involucrarse progresivamente en la organización de la fiesta. Tras la llegada del Frente Amplio^[2] al gobierno departamental de Montevideo en 1990, el carnaval comienza a atravesar una serie de cambios. Se hace evidente una progresiva profesionalización de los espectáculos, exacerbada por la incorporación a los conjuntos de artistas provenientes del teatro y la música profesional, que encuentran en el carnaval un refugio ante la censura y represión ejercidas por la dictadura cívico-militar entre 1973 y 1985. Este proceso se profundiza a partir de la transmisión del concurso oficial por televisión, desde el año 2003 en adelante (Miranda Turnes, 2021).

En la actualidad, el concurso oficial de carnaval es organizado por la Intendencia de Montevideo en conjunto con DAECPU, y su alcance incluye las actuaciones en el Teatro de Verano “Ramón Collazo” (que se transmiten por televisión), los desfiles inaugurales, y las actuaciones de los conjuntos que participan del concurso, tanto en tablados populares —gestionados por la Intendencia— como en escenarios comerciales. En este contexto es que surge en 2018 SUCAU, el Sindicato Único de Carnavaleras y Carnavaleros del Uruguay. Si bien su propósito central es el ejercicio y defensa de los derechos laborales de quienes hacen carnaval, entre sus objetivos se encuentra también “construir un carnaval más popular: barrial, participativo y democrático. Se sueña con el carnaval como un derecho, donde cualquiera pueda participar tanto abajo como arriba del escenario” (Miranda Turnes, 2021, p. 83). Así es que comienza a existir Más Carnaval

con la intención de autogestionar espacios abiertos y brindar más oportunidades de celebración, tanto para los colectivos participantes como para el público que, muchas veces, no tiene acceso a los tablados del circuito oficial, porque quedan lejos, porque son caros, porque no cuentan con accesibilidad. (Silva, 2020)

Los primeros tablados de Más Carnaval comienzan a funcionar en febrero de 2020, en espacios públicos y clubes sociales y deportivos. Se genera durante febrero de ese año un circuito alternativo de tablados, que coincide temporalmente con el concurso oficial de carnaval pero se ubica territorialmente en otros espacios, y con conjuntos no coincidentes: quienes actúan en los tablados de Más Carnaval no participan en el concurso oficial ni el circuito de escenarios comerciales y populares, salvo contadas excepciones, y viceversa.

En marzo de 2021, SUCAU publica en sus redes sociales un comunicado indicando que se había realizado espacios de decisión de carácter resolutivo de Más Carnaval sin la presencia de integrantes del sindicato, declarando que por tanto estos espacios no eran válidos y que Más Carnaval pertenece al sindicato, ya que la herramienta “estuvo desde su origen, y lo seguirá estando, indisoluble e irrenunciablemente ligada a SUCAU y a su estructura orgánica” (SUCAU Somos carnaval, 2021). En este comunicado oficial del sindicato, Más Carnaval es presentado como una iniciativa propia, diseñada y desarrollada por SUCAU desde sus inicios:

Durante el año 2019, un grupo de compañeras y compañeros nucleados en la Comisión de “Tercera Pata” de nuestro Sindicato [...] comenzó a soñar con la idea de un carnaval abierto, plural y libre para todas y todos quienes quisieran participar en él. Este sueño, se transformó en idea, y se concretó con gran suceso durante el pasado carnaval 2020 mediante el proyecto que denominamos “Más Carnaval” (SUCAU Somos carnaval, 2021)

Ante esta situación, algunos de los colectivos que integraban Más Carnaval se escinden y crean Carnavalé. Según declaraciones de sus integrantes al semanario uruguayo Brecha:

Carnavalé surge como una iniciativa de hacer un carnaval alternativo de lo que sería el carnaval de DAECPU. Somos un montón de colectivos de murga (por ahora), y la idea es que se sumen colectivos artísticos de otra índole. Nos juntamos para organizar tablados populares que vayan por los barrios [...] y para seguir moviendo los espectáculos, que muchas veces se muestran una o dos veces y para los que se trabaja un montón. Necesitamos espacios que no tengan que ver con la competencia, sino con el encuentro. (Cestau y Mieres Leaman, 2021)

De acuerdo con las declaraciones de una persona que integraba Más Carnaval y actualmente es parte de Carnavalé:

A principios del 2021 en Más Carnaval estaba la discusión en relación a Varones Carnaval, que obviamente nos atravesó a todas las personas que estamos vinculadas con el ambiente. En ese momento, la comisión de género de Más Carnaval discutió y llevó a asamblea una propuesta de que los varones que tuviesen denuncias no pudiesen participar de los tablados de Más Carnaval. Cuando se fue a discutir eso en la asamblea la discusión se trasladó a cuáles son los espacios legítimos de discusión [...] entonces lo que estábamos discutiendo ahí era quiénes tomábamos las decisiones sobre Más Carnaval, si el sindicato o las personas que efectivamente integrábamos Más Carnaval, que muchas no éramos trabajadoras y trabajadores del carnaval, veníamos de murga joven pero no estábamos afiliados al sindicato (comunicación personal, 20 de marzo de 2023)^[3]

“Varones carnaval” es el nombre que suele darse a un fenómeno ocurrido en octubre de 2020, a partir de la creación de una cuenta de Instagram donde se recibían y publicaban denuncias anónimas de violencia de género y casos de abuso por parte de varones que habitan (o habitaban) los distintos ámbitos del carnaval uruguayo. Una descripción profunda de las consecuencias de este fenómeno excede el alcance de este artículo, pero resulta relevante destacar que las distintas organizaciones involucradas en el carnaval uruguayo toman acciones de respuesta ante la difusión de testimonios de violencia de género, bajo la consigna de construir un carnaval libre de acoso. Particularmente, en el caso de

SUCAU, la comisión de género habilita una línea para recepción de denuncias y asesoramiento a víctimas.

Durante diciembre de 2021 comienzan los tablados gratuitos de Carnavalé, que se extienden hasta marzo de 2022. En febrero de 2022 Más Carnaval vuelve a generar su circuito alternativo con más de cincuenta tablados gratuitos, y durante febrero de 2023 proponen más de setenta escenarios carnavalescos en distintos departamentos del Uruguay (Pinto, 2023). También en febrero de 2023 comienzan nuevamente los tablados de Carnavalé, que se extienden hasta mediados de marzo.

Esto significa que entre la segunda quincena de enero y la primera quincena de marzo, período tradicionalmente asociado al carnaval uruguayo, existen desde 2022 tres circuitos de espectáculos en paralelo: el concurso oficial del carnaval, con sus escenarios comerciales y tablados populares asociados; los tablados de Más Carnaval; y los tablados de Carnavalé. Con la excepción de una o dos murgas que participan tanto en Más Carnaval como en Carnavalé, cada uno de estos circuitos cuenta con una cantidad independiente de conjuntos carnavalescos, que no participan de otros espacios. En el caso de Carnavalé y Más Carnaval, se realizan convocatorias abiertas a colectivos artísticos que desean sumarse a los tablados. En el caso del concurso oficial, existe una prueba de admisión con jurado que filtra los conjuntos que pueden participar, así como un reglamento donde se definen los requisitos para integrar una de las cinco categorías posibles.

ABORDAJE TEÓRICO

Se propone en este artículo problematizar la noción de identidad desde una perspectiva narrativa, que pone en relevancia las prácticas discursivas como constitutivas de la identidad, con el objetivo de pensar desde allí el diseño de la comunicación de proyectos culturales. Se entiende que es relevante pensar la comunicación de proyectos culturales en términos de diseño más que de gestión, lo que implica “pensar la comunicación de un proyecto cultural —cualquiera sea este— desde un lugar integral. El diseño y la comunicación son prácticas discursivas de la misma manera que acciones, procesos, vínculos, estructuras de dichos proyectos también lo son” (Casullo, 2022, p. I).

Hall afirma que las identidades se construyen “dentro del discurso y no fuera de él, [por lo que] debemos considerarlas producidas en ámbitos históricos e institucionales específicos en el interior de formaciones y prácticas discursivas específicas, mediante estrategias enunciativas específicas” (2003, p. 18). Esta noción otorga relevancia a los discursos en la construcción de identidades, además de señalar la importancia de los contextos particulares en que se enuncian. De acuerdo con el autor, genera también un marco para considerar las relaciones de poder y los vínculos con otros en la construcción de identidades, tanto de sujetos como colectivas. Es así que

las identidades se construyen a través de la diferencia, no al margen de ella [...] pueden funcionar como puntos de identificación y adhesión sólo debido a su capacidad de excluir, de omitir, de dejar «afuera», abyecto. Toda identidad tiene como «margen» un exceso, algo más [...] toda identidad nombra como su otro necesario, aunque silenciado y tácito, aquello que le «falta». (Hall, 2003, pp. 18-19)

Es posible considerar una primera definición de las identidades en términos de discursos como “puntos de adhesión temporaria a las posiciones subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas” (Hall, 2003, p. 20). Estas ideas

permiten pensar la identidad de las organizaciones o proyectos culturales dentro de y a partir de sus discursos, así como destacar la importancia de la diferencia y lo que dejan afuera en esa construcción identitaria. En particular, las conceptualizaciones de Hall habilitan una lectura de las identidades de Más Carnaval y Carnavalé como diálogo entre ambas experiencias, considerando sus tensiones así como la vinculación con el circuito del concurso oficial de carnaval, con el que también conviven temporal y territorialmente.

Arfuch propone que “no hay entonces identidad por fuera de la representación, es decir, de la narrativización —necesariamente ficcional— del sí mismo, individual o colectivo” (2005, p. 24). Esta idea avanza sobre la relevancia de los discursos e introduce explícitamente la narración en la construcción de las identidades, así como la noción de temporalidad. Enfatiza la importancia de la narrativa para “dar cuenta ajustadamente de los procesos de autocreación, de las tramas de sociabilidad, de la experiencia histórica, situada de los sujetos, en definitiva, de la construcción de identidades, individuales y colectivas” (Arfuch, 2005, p. 26). Nuevamente, los contextos históricos son puestos en relevancia, específicamente en términos de procesos y tramas. La dimensión discursiva de la identidad se convierte en una dimensión narrativa que es además constitutiva: “El contar una (la propia) historia [...] es siempre a partir de un “ahora” que cobra sentido un pasado, correlación siempre diferente —y diferida— sujeta a los avatares de la enunciación” (Arfuch, 2005, p. 27).

El relato acerca de la propia historia, y la forma narrativa en que se presenta a sí mismo un proyecto cultural o un colectivo, se constituyen entonces como partes fundamentales en la construcción de la identidad. Pero al introducir lo narrativo como constitutivo de la identidad, es necesario considerar los diferentes puntos de vista que se articulan en estas narraciones, y también el vínculo entre los discursos. En el caso específico de lo propuesto en este trabajo, se trata de pensar cómo se articulan entre sí las enunciaciones de Más Carnaval con las de Carnavalé en la construcción de sus identidades, y cómo estas articulaciones se conectan también con los discursos de otras organizaciones y actores del carnaval uruguayo.

Arfuch incorpora las ideas de Bajtín acerca de la polifonía y el dialogismo para considerar las identidades narrativas desde la pluralidad y la interdiscursividad. Afirma que al producirse cualquier enunciado encontraremos presentes “una pluralidad de voces ajenas —polifonía— que habitan la ‘propia’ voz” (Arfuch, 2005, p. 30). Esta noción remite a la densidad significativa de nuestro lenguaje, y considera que cada enunciación carga con otra cantidad de enunciaciones previas, que son consideradas y puestas en juego al momento de enunciar. Nuevamente resultan relevantes las nociones de temporalidad y contexto histórico situado en la enunciación. Afirma la autora que esta pluralidad de la voz es en realidad doble, ya que “introduce la otredad en el corazón mismo del lenguaje, [y] estará ya presente entonces en el momento de producir un enunciado —que por definición, será siempre destinado, es decir, configurado por y para un otro —” (Arfuch, 2005, p.30).

Es posible, entonces, retomar los planteos de Hall acerca de la importancia de un otre (que es diferente) para la construcción de identidad y añadirle dos nuevas formas de participación: en las enunciaciones previas (propias o ajenas) que forman parte de cada discurso, y en el otre a quien es destinado el enunciado. La identidad es siempre “relacional, supone un otro que no es ‘lo mismo’ y a partir

del cual puede afirmar su diferencia” (Arfuch, 2005, p. 31). Esta noción propuesta por Arfuch a partir de las conceptualizaciones teóricas de Bajtín permite también un nexo con el análisis concreto de las estrategias desplegadas por los proyectos culturales para vincularse con sus públicos, es decir, con el otro al que se dirige cada enunciado. Amado Suárez y Castro Zuñeda (1999) plantean, desde una mirada práctica y asociada específicamente a la comunicación estratégica de las organizaciones, que cada organización tiene diferentes públicos que se conforman de manera no estática a partir de intereses específicos, compartidos en mayor o menor medida con la organización, y que además se vinculan entre sí.

Esta articulación entre un nivel teórico más abstracto acerca de las identidades narrativo/discursivas de sujetos y colectivos con la propuesta práctica concreta acerca de los públicos de las organizaciones, habilita una incorporación de los públicos o los otros a quienes se dirigen las enunciaciones en el análisis de las construcciones identitarias de *Carnavalé* y *Más Carnaval*. En consonancia con estas ideas, y retomando la relevancia de lo diferente en la construcción de la identidad, resulta relevante tomar las ideas de Arfuch acerca de las dinámicas de poder en el juego de las identidades, construidas sobre los postulados de Laclau. La autora propone una “concepción dinámica de las identidades, como rearticulaciones constantes en un campo de fuerzas donde algún particular pugna por investirse, aun precariamente, del valor de lo universal” (Arfuch, 2005, p. 34) haciendo explícita su dimensión conflictiva.

Se propone analizar las identidades de los proyectos culturales *Más Carnaval* y *Carnavalé* desde su dimensión narrativa, considerando la pluralidad de voces que se articulan en cada enunciación situada y la doble relevancia del componente temporal. Las conceptualizaciones de Arfuch brindan también una orientación para la concreción de este análisis al enfatizar la importancia del lenguaje una vez asumida la dimensión narrativo/discursiva como constitutiva de la identidad:

adquieren una gran densidad significativa los léxicos, las inflexiones, los registros, las jergas, las tonalidades, así como el plano enunciativo, que marca en el discurso una posición de sujeto (individual o colectivo), un lugar en la red de la interdiscursividad social. La dimensión performativa del lenguaje, así como la operación misma de la narración puesta en sentido (espacio/temporización, puntos de vista, despliegue de la trama) son asimismo decisivas en toda afirmación identitaria y por ende, en todo intento analítico de interpretación. (Arfuch, 2005, p. 38)

Esta noción resulta clave para la propuesta de este trabajo, ya que habilita y propone como relevante un análisis acerca de las narraciones que los propios proyectos culturales hacen de sí mismos y el lenguaje que utilizan al desplegar sus estrategias de comunicación con el objetivo de comprender sus identidades.

Los conceptos previamente desarrollados se articulan con la propuesta de Restrepo acerca de las cuatro dimensiones de los procesos de comunicación en un colectivo o proyecto cultural. Particularmente, son aplicables a partir de la distinción propuesta por la autora entre los procesos de comunicación “como divulgación en donde prima el «dar a conocer» a otros. Se basa en «hacer público» algo, en ofrecer a los otros una representación de algo” y la comunicación “como participación, como acción de comunicación del «otro». En este punto se completa el ciclo de la comunicación, donde explícitamente se da la palabra al otro, se le escucha y reconoce” (Restrepo, 1995, p. 95). Esta perspectiva contribuye al análisis de las identidades narrativo/discursivas de *Más*

Carnaval y Carnavalé al incorporar una distinción para reflexionar acerca de sus estrategias, considerando dentro de la narrativa las diferencias y solapamientos entre los procesos de divulgación y participación.

Resulta relevante para el análisis incorporar dos nociones teóricas a este abordaje: el concepto de identificación propuesto por Hall (2003) y la distinción entre configuraciones culturales e identidad planteada por Grimson (2012). Hall define la identificación como

una construcción, un proceso nunca terminado [...] No está determinado, en el sentido de que siempre es posible «ganarlo» o «perderlo», sostenerlo o abandonarlo. [...] es en definitiva condicional y se afina en la contingencia. Una vez consolidada, no cancela la diferencia” (Hall, 2003, p. 15)

Esta noción de identificación como procesos, que obedecen a la lógica de la diferencia, contribuye al análisis de la vinculación entre los distintos proyectos culturales en una perspectiva de temporalidad, cambiante y situada. A partir de esta definición de identificación, la distinción entre la noción de configuraciones culturales e identificación propuesta por Grimson aporta a la delimitación conceptual:

lo cultural alude a las prácticas, creencias y significados rutinarios y fuertemente sedimentados, mientras que lo identitario refiere a los sentimientos de pertenencia a un colectivo y a los agrupamientos fundados en intereses compartidos. [Pero] las fronteras de la cultura no siempre coinciden con las fronteras de la identidad. [...] necesario es diferenciar las categorías de pertenencia por una parte, y las tramas de prácticas y significados por la otra. (Grimson, 2012, pp. 138-139)

Esta diferenciación entre los procesos de identificación y las configuraciones culturales, permite enfocar el análisis de las identidades narrativo/discursivas en los sentimientos de pertenencia y los intereses compartidos, en lugar de concentrar el análisis en tramas y prácticas de largo aliento asociadas a la historia cultural.

Al proponerse el análisis de la identidad narrativo/discursiva de dos proyectos que son culturales, y que surgen dentro de un circuito más amplio de la cultura uruguaya, resulta relevante incorporar al abordaje teórico la propuesta de clasificación de paradigmas de las políticas culturales de García Canclini. En particular, el paradigma de la democratización cultural y el de democracia participativa. García Canclini (1990) plantea que el paradigma de la democratización cultural “concibe la política cultural como un programa de distribución y popularización del arte” (p. 46) y que este paradigma recibe fuertes objeciones dado que “el distribucionismo cultural ataca los efectos de la desigualdad entre clases, pero no cambia radicalmente las formas de producción y consumo de los bienes simbólicos” (p. 49). Por otra parte, el paradigma de la democracia participativa

defiende la coexistencia de múltiples culturas en una misma sociedad, propicia su desarrollo autónomo y relaciones igualitarias de participación de cada individuo en cada cultura y de cada cultura respecto de las demás. Puesto que no hay una sola cultura legítima, la política cultural no debe dedicarse a difundir solo la hegemónica sino a promover el desarrollo de todas las que sean representativas de los grupos que componen una sociedad. (García Canclini, 1990, pp. 50-51)

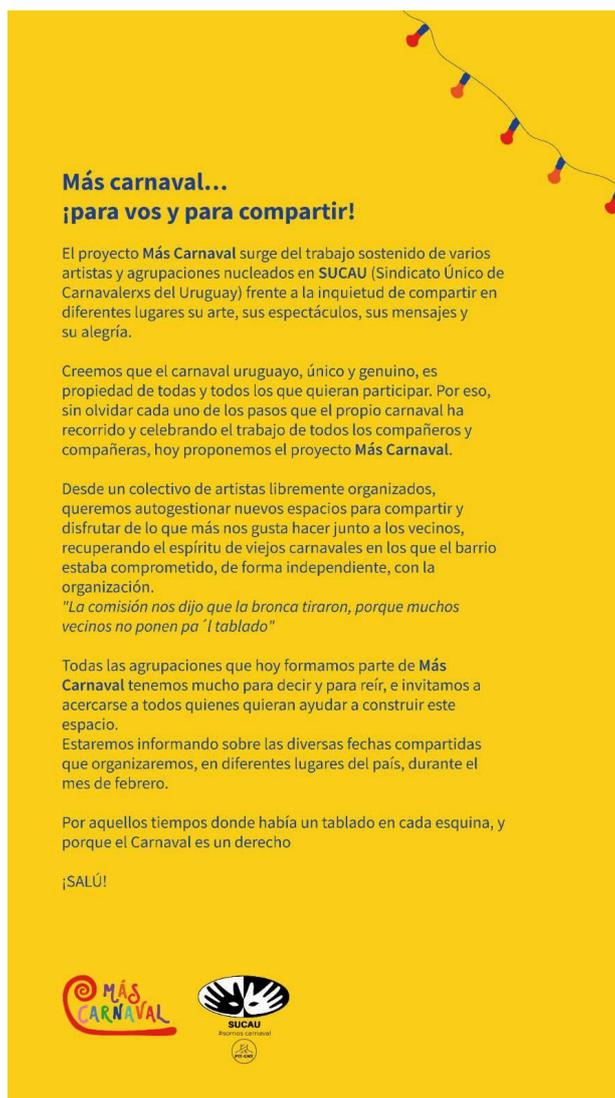
La clasificación propuesta por García Canclini presenta un marco de referencia para ubicar las acciones respecto al carnaval llevadas adelante por el Estado, la concepción de cada uno de los proyectos culturales a analizar, y las políticas culturales que promueven (o no) cada uno de los circuitos de carnaval actualmente existentes en el Uruguay.

ANÁLISIS DE LAS IDENTIDADES NARRATIVO/DISCURSIVAS

El análisis de las identidades narrativo/discursivas de Carnavalé y Más Carnaval a través de sus estrategias de comunicación se centra en tres conjuntos de piezas desde las que cada proyecto se presenta a sí mismo ante sus públicos. Por un lado, la primera publicación a través de la cual Más Carnaval se presenta en redes sociales, en enero de 2020. Por otro lado, el conjunto de seis publicaciones con las que se presenta Carnavalé en su lanzamiento en redes sociales en noviembre de 2021. Y por último, las tres publicaciones con las que se presenta Más Carnaval en su nueva cuenta de Instagram, a finales de noviembre de 2021.

La selección busca contemplar los momentos de presentación inicial de cada proyecto, para reflexionar a partir de las estrategias de comunicación desplegadas en las primeras construcciones narrativas compartidas con otros. Se toman dos momentos iniciales distintos de Más Carnaval puesto que se identifica un punto de quiebre con la partida de colectivos que luego crean Carnavalé, relevante tanto en la constitución de cada proyecto como en la forma en que se vinculan. Además, este quiebre es también explícito en las estrategias de comunicación del proyecto, ya que Más Carnaval crea a finales de 2021 una nueva cuenta de Instagram y deja de utilizar la anterior.

Para cada una de las publicaciones a analizar se considera principalmente el lenguaje escrito y lo que cada proyecto cultural afirma de sí mismo al presentarse. Se incorpora la distinción entre comunicación como divulgación y como participación, y se busca identificar cuáles son los públicos a los que cada pieza se refiere o apela. También se consideran aspectos del lenguaje visual. Específicamente, las preguntas que guían el análisis son: a qué público o públicos parece estar dirigida la pieza, qué elementos de divulgación presenta, si existe una búsqueda de la participación, cómo se presenta a sí mismo el proyecto, con qué características se define, si se plantea una definición del carnaval o de la fiesta, si existe alguna mención a un otro diferente / contrapuesto, cómo es la paleta de colores, qué elementos gráficos están presentes (tipografía, ilustraciones, logos).



**Más carnaval...
¡para vos y para compartir!**

El proyecto Más Carnaval surge del trabajo sostenido de varios artistas y agrupaciones nucleados en SUCAU (Sindicato Único de Carnavalérxs del Uruguay) frente a la inquietud de compartir en diferentes lugares su arte, sus espectáculos, sus mensajes y su alegría.

Creemos que el carnaval uruguayo, único y genuino, es propiedad de todas y todos los que quieran participar. Por eso, sin olvidar cada uno de los pasos que el propio carnaval ha recorrido y celebrando el trabajo de todos los compañeros y compañeras, hoy proponemos el proyecto Más Carnaval.

Desde un colectivo de artistas libremente organizados, queremos autogestionar nuevos espacios para compartir y disfrutar de lo que más nos gusta hacer junto a los vecinos, recuperando el espíritu de viejos carnavales en los que el barrio estaba comprometido, de forma independiente, con la organización.

"La comisión nos dijo que la bronca tiraron, porque muchos vecinos no ponen pa 'l tablado"

Todas las agrupaciones que hoy formamos parte de Más Carnaval tenemos mucho para decir y para reír, e invitamos a acercarse a todos quienes quieran ayudar a construir este espacio.

Estaremos informando sobre las diversas fechas compartidas que organizaremos, en diferentes lugares del país, durante el mes de febrero.

Por aquellos tiempos donde había un tablado en cada esquina, y porque el Carnaval es un derecho

¡SALÚ!



1

Más carnaval... ¡para vos y para compartir!

Esta pieza es difundida en las redes sociales de SUCAU el 16 de enero de 2020. Si bien desde el título se plantea un interlocutor directo en el “vos”, no se explicita a qué públicos se dirige, parece hablarle a un grupo no delimitado de personas. El único indicio en ese sentido es el desdoblamiento de género (“todas y todos”) presente. La pieza denota un elemento claro de divulgación, un esfuerzo de dar a conocer. Se busca, precisamente, presentar el proyecto Más Carnaval. Parece haber también un esfuerzo por invitar a la participación, al plantear “invitamos a acercarse a todos quienes quieran ayudar a construir este espacio”. Sin embargo, la invitación no parece demasiado concreta en cuanto a cómo se puede efectuar esa participación, y la frase inmediatamente siguiente retoma un claro tono de divulgación: “estaremos informando sobre las diversas fechas compartidas que organizaremos”. También se identifica una posible búsqueda de participación al plantear el deseo de trabajar “junto a los vecinos, recuperando el espíritu de viejos carnavales en los que el barrio estaba comprometido, de forma independiente, con la organización”. Nuevamente, no está explícito cómo se instrumentaría esa participación o acercamiento.

Más Carnaval se presenta a sí mismo como un proyecto autogestionado, resultado de un trabajo sostenido en el tiempo por parte de un grupo amplio de “varios artistas y agrupaciones”. También se define como “libremente organizado”, reforzando la idea de autogestión e independencia, aunque no se explicita de quién es esa independencia. Es posible identificar también en la presentación que el proyecto cultural hace de sí mismo un deseo por compartir “su arte, sus espectáculos, sus mensajes y su alegría”. Se plantea que quienes integran Más Carnaval tienen “mucho para decir y para reír” y se explicita un posicionamiento acerca del carnaval, entendido como “único y genuino, propiedad de todas y todos los que quieran participar”. Se afirma que “el Carnaval [con mayúscula] es un derecho” y hay en varios pasajes una evocación al carnaval del pasado: “recordando el espíritu de viejos carnavales” y “por aquellos tiempos en que había un tablado en cada esquina”.

Respecto a la presencia de un otro, diferente, el segundo párrafo de la pieza resulta particularmente interesante. Tras definir el carnaval como propiedad de todas las personas que quieran participar, se plantea que “sin olvidar cada uno de los pasos que el propio carnaval ha recorrido y celebrando el trabajo de todos los compañeros y compañeras, hoy proponemos el proyecto Más Carnaval”. Se menciona a una trayectoria previa del carnaval, como algo abstracto, que luego se cristaliza en la celebración de un trabajo de personas específicas pero no claramente identificables: compañeros y compañeras. No queda del todo claro si se refieren a quienes integran los colectivos que conforman el proyecto, a quienes hacen carnaval desde otros espacios, a quienes habitan el concurso oficial, o a quiénes. Pero parece marcarse una distancia, si bien respetuosa, con ese trabajo de compañeras y compañeros que no se quiere olvidar, pero que se contrapone en cierta medida a los deseos del colectivo, y por eso surge Más Carnaval.

También resulta interesante la idea de independencia y libertad con que Más Carnaval se presenta a sí mismo. La mención explícita de la libre organización, y de un compromiso independiente del barrio con la organización de los espacios de carnaval, parece un esfuerzo por separarse de otro modelo de hacer las cosas. En el contexto de surgimiento de Más Carnaval, con un concurso oficial consolidado que incluye un importante circuito de escenarios comerciales y un proceso de toma de decisiones muy concentrado entre DAECPU y la Intendencia de Montevideo, definirse con estas características parece hacer referencia a un contraste o contraposición con el carnaval del concurso oficial.

En cuanto al lenguaje visual, la pieza presenta un texto en tipografía sin serifas, sencilla y amigable de leer, sobre un fondo amarillo oscuro, un color típicamente asociado a la alegría, el optimismo y la energía. Parece ir en consonancia con la narrativa desde la cual se presenta Más Carnaval, con alegría y un deseo de hacer reír. Los elementos gráficos presentes son pocos pero significativos: las bombitas de colores remiten, en el imaginario colectivo uruguayo, a los tablados de antes. Esta asociación está presente en múltiples canciones de conjuntos de carnaval. La paleta de la pieza utiliza únicamente (sin contar los logos) tres colores primarios: amarillo, azul y rojo. Es sencilla y clásica. Por otra parte, el logo de Más Carnaval con letras de distintos colores parece apuntar a la diversidad de colectivos y personas que lo integran, mientras que la presencia anexa del logo de SUCAU destaca la asociación del proyecto con el sindicato, y con el PIT-CNT (Plenario Intersindical de Trabajadores y Convención Nacional Trabajadores).

Carnavalé con e



2

Carnavalé con e

Este conjunto de seis piezas es publicado de forma inmediata tras la apertura de la cuenta, el 30 de noviembre de 2021. No se encuentra en los textos de las imágenes ni en las descripciones que acompañan un interlocutor directo, y no resulta evidente cuál es el público o los públicos a los que se dirigen. Un elemento fundamental a considerar es que los contenidos presentados en estas piezas están en dos niveles de distinta jerarquía: por un lado, los discursos de las placas, con un diagramado gráfico, paleta de colores propia, textos de gran tamaño; y por otra parte, los textos de descripción que acompañan cada pieza.

Las piezas juegan con el concepto de definir Carnavalé a través de palabras o términos que comienzan con la letra e, en lo que parece ser un claro proceso de comunicación como divulgación: dar a conocer el proyecto cultural a través de ciertos atributos. Cada una es acompañada por una descripción breve que profundiza en el atributo de la pieza. La intención de procesos de participación se menciona, pero la redacción parece estar centrada en la divulgación de una eventual participación más que en el proceso mismo. Se explicita en las descripciones de las placas que Carnavalé “se propone gestionar escenarios populares en conjunto con la comunidad, para visibilizar y dar un espacio a espectáculos carnavaleros diversos”, que las decisiones son “tomadas en asambleas abiertas” y que se proponen “generar procesos colectivos en el armado de los tablados, y construir un carnaval en los barrios con la comunidad”.

Se presentan como atributos del proyecto cultural el encuentro y los entramados. Sin embargo, así como no se define a quién se dirigen estas piezas, tampoco existe una interlocución en segunda persona: no se invita explícitamente en las publicaciones a participar en las asambleas abiertas ni a gestionar los escenarios. Es importante señalar que, al crearse la cuenta de Instagram de Carnavalé, desde su perfil era posible acceder a un material en formato PDF denominado “¡Armemos un tablado en tu barrio!”, donde se profundizaba en los aspectos de presentación y se explicitaban las vías concretas para armar

un tablado de Carnavalé. Desgraciadamente, este material ya no se encuentra disponible desde la cuenta de Instagram de Carnavalé. Es relevante señalar la decisión del colectivo de quitar el material en PDF pero mantener estas placas de presentación.

Carnavalé se presenta a sí mismo como un espacio en construcción y emergente. Las ideas de entramado y encuentro parecen hacer referencia a una intención, además, de que esa construcción y emergencia se den de forma colectiva. Se autodefine como autogestionado y diverso en cuanto a los tipos de espectáculos que lo integran, con un énfasis en espacios abiertos para la toma de decisiones. Se plantea como un proyecto novedoso, que trasciende en cierta medida las lógicas del “otro” carnaval que el proyecto define como clásico o tradicional: “Los colectivos artísticos que integran Carnavalé pueden ser diversos: integrados por personas de distintas edades, barrios e identidades. Pueden reconocerse en cualquier tipo de expresión más allá de las categorías clásicas del carnaval.”

Si bien no se presenta una definición sobre el carnaval en sí mismo, sí se hace explícito un posicionamiento acerca de las formas de habitarlo: “Creemos que habitar el carnaval implica posicionarnos políticamente, en diálogo con otras organizaciones sociales y colectivos.” Al mencionarse el diálogo con organizaciones sociales, ese posicionamiento político planteado parece asociado a procesos de construcción con la comunidad.

En cuanto a la presencia de un otre, parece identificarse cierta contraposición del proyecto con el concurso oficial al mencionarse “cualquier tipo de expresión más allá de las categorías clásicas del carnaval”. Parece haber una intención discursiva de trascender lo clásico, e incluir otras cosas que quedan por fuera de esas categorías tradicionales. Considerando el contexto de surgimiento de Carnavalé, podría interpretarse también la mención explícita y reiterada de espacios abiertos de decisión, de procesos en construcción y de apertura a colectivos diversos como una contraposición con Más Carnaval en su calidad de proyecto de SUCAU, que pertenece al sindicato y encuentra allí sus espacios de decisión.

Respecto al lenguaje visual, la paleta utiliza el violeta oscuro como color predominante, con texto y gráfica en tono amarillo pálido. El uso del violeta no parece casual, fuertemente asociado a la lucha feminista y la búsqueda de la igualdad de género, al considerar las circunstancias de creación de Carnavalé. La tipografía y su decorado presentan una estética festiva y carnavalesca.



Estas tres piezas son las primeras que se publican en la nueva cuenta de Instagram de Más Carnaval, creada tras la escisión de los colectivos que luego conformarían Carnavalé. El público al que se dirigen está claramente definido, se trata de una convocatoria a “conjuntos de carnaval, de teatro, de circo, de magia, de danza, de títeres, músicxs, poetas, payasxs, y todes quienes quieran participar”. Es decir, las piezas se dirigen a artistas que posiblemente podrían tener interés en actuar en los tablados de Más Carnaval.

Existe un elemento de divulgación presente, se trata de una serie de placas en las que Más Carnaval busca difundir su convocatoria a artistas para amar su circuito de tablados. Sin embargo, el proceso de comunicación que parece más notorio es un esfuerzo por la participación: se plantean espacios explícitos para la participación y la palabra del otre, al proponerse una convocatoria a artistas que quieran expresarse en los espacios del proyecto. En estas piezas, Más Carnaval se presenta a sí mismo mediante una definición del carnaval que incluye cuatro atributos: popular, gratuito, abierto y solidario. También se define como parte del sindicato, al indicar que “SUCAU convoca”. Además, en las tres piezas se aclara que la invitación es “inclusiva” para Montevideo y el interior, buscando indicar un alcance nacional de la convocatoria a participar, y también del proyecto. No parece detectarse, al menos de forma evidente, la presencia de un otre contrapuesto.

Respecto a lo visual, la tipografía es pequeña y puede generar algunas leves dificultades para la legibilidad. La paleta de colores tiene una predominancia de colores fríos pastel, como son el lila y el celeste, con detalles anaranjados, amarillos y rojos. Lo que más destaca, por tamaño y ubicación, es el nombre de Más Carnaval. El logo de Más Carnaval, que en piezas anteriores incorporaba varios colores, pasa a ser blanco. Este es el color predominante en el logo de SUCAU.

REFLEXIONES FINALES

Ambos proyectos se presentan desde una invitación a la participación, aunque existen diferencias al explicitar las formas posibles de esta participación y los públicos o colectivos a los que se dirige la invitación. Tanto para Carnavalé como para Más Carnaval, existe un concepto de carnaval deseado que está presente en las narraciones desde las que se dan a conocer, y que se asocia a ideas de construcción colectiva, de lo popular y de un entramado con preponderancia de lo territorial. El énfasis está en el barrio y en las personas que lo habitan, así como en el arte ligado a la capacidad de expresión y la potencialidad para contagiar la alegría.

Más Carnaval y Carnavalé incorporan en sus presentaciones la idea de un otre al que se contraponen. No se hace explícito quién es ese otre pero parecen estar asociados al circuito del concurso oficial de carnaval, que incluye entre sus normas de funcionamiento una prueba de admisión que limita a una cierta cantidad los conjuntos artísticos que pueden presentar sus espectáculos y que enfatiza fuertemente el espacio del Teatro de Verano como lugar central del evento, aunque también incluye escenarios en diferentes puntos de la ciudad.

De acuerdo con la clasificación de Canclini, el circuito del concurso oficial podría ubicarse dentro del paradigma de la democratización cultural, que enfatiza la diversificación en la distribución más que en la producción de la cultura. En contraposición, las propuestas de Carnavalé y Más Carnaval pretenden

ubicarse en el paradigma de la democracia participativa, al proponer un esfuerzo por ampliar y abrir las posibilidades de participación de diferentes colectivos artísticos.

A propósito de la inclusión de un otro diferente en la construcción de la identidad de cada experiencia, es posible también identificar algunos indicios de contraposición entre la forma de trabajar de ambos proyectos, aunque son considerablemente mayores los puntos de coincidencia entre las formas narrativas en que Más Carnaval y Carnavalé se presentan.

La divulgación y la participación como dimensiones de la comunicación aparecen imbricadas y en constante tensión. Se trata de dos experiencias nuevas que buscan la construcción de una identidad propia, en el contexto de un carnaval montevideano conformado por instituciones y circuitos con dinámicas consolidadas hace décadas, a la vez que expresan un deseo de apertura y participación de otros que parece inherente a la existencia misma de Carnavalé y Más Carnaval. En esta tensión, la comunicación como divulgación y como participación parecen indisociables, dimensiones que siempre están presentes y oscilan en cuanto a su preponderancia.

REFERENCIAS

- Amado Suárez, A. y Castro Zuñeda, C. (1999). *Comunicaciones públicas. El modelo de la comunicación integrada*. Temas Grupo Editorial
- Arfuch, L. (2005) Problemáticas de la identidad en L. Arfuch (comp.) *Identidades, sujetos y subjetividades* (pp. 21-43). Prometeo libros
- Casullo, N. (2022). *Diseño, comunicación e identidad de proyectos culturales*. Clase 5. Módulo 4 - Comunicación de las instituciones. Posgrado Gestión Cultural y Comunicación, FLACSO Argentina, disponible en flacso.org.ar/flacso-virtual
- Cestau, V. y Mieres Leaman, S. (2021, 23 de diciembre). ¡Apretá el pomo que se agrandó el Carnaval! *Brecha*. Disponible en brecha.com.uy/apreta-el-pomo-que-se-agrandando-el-carnaval/
- Frente Amplio (2021). Estatuto 2011 con modificaciones propuestas por el Plenario Nacional del 12.06.21 y ratificadas en el VII Congreso Ordinario “5 de febrero de 1971 – 50 años de unidad”. Disponible en frenteamplo.uy/documentos-institucionales/
- García Canclini, N. (1990). Introducción. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano. En N. García Canclini (ed.) *Políticas culturales en América Latina* (pp. 13-61). Editorial Grijalbo
- Grimson, A. (2012). *Los límites de la cultura. Críticas de las teorías de la identidad*. Siglo Veintiuno Editores
- Hall, S. (2003). Introducción: ¿quién necesita «identidad»? en S. Hall y P. de Gay (comps.) *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 13-39). Amorrortu editores
- Miranda Turnes, C. (2021). “Somos carnaval”. *Caracterización de la identidad organizacional y los principales grupos de interés para SUCAU*. Monografía de grado. Universidad de la República (Uruguay). Facultad de Información y Comunicación. Disponible en hdl.handle.net/20.500.12008/31617
- Pinto, S. (2023, 31 de enero). Más Carnaval 2023: un rato para “carnavalizar la vida”. *La diaria*. Disponible en ladiaria.com.uy/carnaval/articulo/2023/1/mas-carnaval-2023-un-rato-para-carnavalizar-la-vida/

Silva, F. (2020, 7 de febrero). Carnavales eran los de ahora. *Brecha*. Disponible en brecha.com.uy/carnavales-eran-los-de-ahora/

Notas

- 1 El artículo es una adaptación resumida del trabajo final presentado por la autora para el curso de posgrado en Comunicación y Gestión Cultural de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) Argentina, escrito entre diciembre de 2022 y marzo de 2023.
- 2 Partido político uruguayo de izquierda o centro izquierda que se autodefine como “fuerza política de cambio y justicia social, creación histórica permanente del pueblo uruguayo, de concepción nacional, progresista, democrática, popular, antioligárquica y antiimperialista” (Frente Amplio, 2011)
- 3 La persona responsable de esta cita brindó una entrevista sobre el tema pero solicitó que se mantuviera su anonimato.