

**“LA PRIMERA MURGA DE ESTILO URUGUAYO EN BOGOTÁ”:  
PRÁCTICAS, INTERACCIONES Y SIGNIFICADOS EN TORNO AL CONSUMO  
DE MURGA URUGUAYA POR PARTE DE LOS INTEGRANTES DE LA  
CUADRILLA MURGUERA BOGOTANA**

Maria Margarita Suárez Jiménez

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de Antropóloga

Dirigido por:  
Héctor García Botero

Pontificia Universidad Javeriana  
Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de Antropología  
Bogotá  
Agosto, 2016

*“pero él me dijo: <<Te basta con mi gracia, pues mi poder se perfecciona en la debilidad>>...”*

*2 Corintios 12: 9a*

## TABLA DE CONTENIDO

<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO 1:</b>	
<b>LA MURGA URUGUAYA Y EL INTERÉS POR SU CONSUMO DES/TERRITORIALIZADO EN EL CASO DE LA CUADRILLA MURGUERA BOGOTANA.....</b>	<b>17</b>
1.1 LA MURGA URUGUAYA.....	18
1.2 LA CUADRILLA MURGUERA BOGOTANA (CMB) .....	24
1.3 PERTINENCIA DEL ESTUDIO DEL CONSUMO DE UNA MÚSICA LOCAL EN TIEMPOS DE GLOBALIZACIÓN.....	30
<b>CAPÍTULO 2</b>	
<b>EL CONSUMO DE UNA MÚSICA LOCAL PARA EL “SABER CREAR” Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA AUTORIDAD CREATIVA .....</b>	<b>40</b>
2.1: LA BÚSQUEDA DE AUTENTICIDAD COMO FUNDAMENTO Y CONSTRUCCIÓN DE LEGITIMIDAD .....	41
2.2: EL “SABER CREAR”: CONSUMO DE MURGA URUGUAYA COMO MEDIO DE EJERCER LEGÍTIMAMENTE UNA AUTORIDAD CREATIVA .....	53
<b>CAPÍTULO 3:</b>	
<b>LA PUESTA EN ESCENA DE LO CONCEPTUAL: CONSUMO PARA EL “SABER HACER” .....</b>	<b>63</b>
3.1: AUTORIDADES APLICATIVAS Y MOMENTOS DE CONSUMO PRIVADO Y PÚBLICO.....	64
3.2: “RECURSOS PARA EL SABER HACER” Y DISPOSITIVOS DE CONSTRUCCIÓN DE SUBJETIVIDADES EN TORNO AL CONSUMO DE MURGA URUGUAYA .....	74
<b>CONSIDERACIONES FINALES.....</b>	<b>87</b>
<b>GLOSARIO.....</b>	<b>95</b>
<b>INTEGRANTES DE LA CUADRILLA MURGUERA BOGOTANA.....</b>	<b>103</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>104</b>

## AGRADECIMIENTOS

A Dios, por amarme como me has amado: con amor eterno y por tu fidelidad. Porque haber realizado este trabajo fue posible solamente gracias a que siempre estuviste conmigo como lo prometiste: dándome tu gracia y fortaleciéndome en mis debilidades, y dándome la valentía y la convicción para vencer mis temores. A mis papás, Gloria Mercedes y Luis Enrique, por todo su amor y el apoyo que me han brindado a lo largo de mi vida; por confiar en mí siempre y darme la fuerza para persistir en lograr grandes sueños y proyectos. A mi hermano Juan Enrique, por tu ejemplo de constancia y disciplina, tu ayuda indispensable, tus sabios consejos y todo tu cariño. A mis tías Ruth y Fanny, por todo su apoyo, cariño y cuidados durante toda mi vida y para facilitar mis horas de estudio. A toda mi familia y amigos por estar siempre conmigo; por sus oraciones, su amor, sus palabras de ánimo y su apoyo incondicional.

A Héctor, mi director, por confiar en mis capacidades e impulsarme a lograr superar los retos que supuso para mí la realización de este trabajo. Por todos los conocimientos que me compartiste y todas tus orientaciones a lo largo de este proceso. A todos mis amigos de la CMB: Oscar, Sergio (también por tu lectura y todos tus comentarios y aportes antropológico—murguistas), Nicolás, Laura, Rocío, Mariana, Christian, Ángela, Alfredo, Vladimir, Andrés, Felipe, Diana, Selene, Sofía, Lina, Estefanía, Indira y también mi hermano Juan Enrique, por todo su apoyo y por haberme permitido contar, desde una perspectiva antropológica, parte de todo lo que ha significado para nosotros la construcción de este proyecto. Gracias por la CMB como proyecto y sueño murguero conjunto, en el que todos me han enseñado invaluable cosas desde sus increíbles talentos y su gran calidad humana. A Susana Bosch y Andrés Alba, por su amistad y por su buena disposición de siempre; por ayudarme a responder mis preguntas murgueras desde Uruguay. A Nathalia, por escuchar mis disertaciones, por tus oraciones y todo tu apoyo. Y a mis queridas amigas Ángela y Daniela por ayudarme a perseverar y a dar siempre lo mejor de mí. Gracias por su sincera amistad, por apoyarme siempre y por todos los conocimientos antropológicos y de la vida que me han compartido. A todos ustedes, porque por su apoyo constante he podido conocer que el mayor fruto de la fe se obtiene tras decidirse a enfrentar los grandes retos que supone la consecución de grandes sueños.

## INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta investigación consiste en analizar el consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la Cuadrilla Murguera Bogotana (CMB), una agrupación conformada por jóvenes bogotanos que se autodenominan “la primera murga de estilo uruguayo en Bogotá”<sup>1</sup>. Esta investigación busca contribuir desde el análisis de las prácticas de consumo, a la discusión sobre la transformación de músicas locales en tiempos de globalización, considerando la murga uruguaya como una “música local” (Ochoa, 2003) y analizando y problematizando el caso de la Cuadrilla Murguera Bogotana como consumidora de este género musical-teatral tradicional del carnaval de Montevideo (Uruguay).

La murga uruguaya, que surgió a finales del siglo XIX en el ámbito del carnaval y durante el siglo XX se desarrolló adquiriendo caracteres de teatro popular y de género polifónico (coral, varias voces) de integración tradicionalmente masculina (Fornaro, 2007); es un género musical-teatral y popular del Carnaval del Uruguay. Un carnaval reconocido como el más largo del mundo, realizado durante 40 días (aproximadamente entre 1 de febrero y el 10 de marzo) cada año en la ciudad de Montevideo. En el carnaval, las murgas en Uruguay compiten entre ellas dentro del Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas presentando un espectáculo que dura entre 40 a 45 minutos, juntando diferentes aspectos visuales como escenografía, vestuario y maquillaje y desarrollando una temática general principalmente desde el humor y la sátira sin que esta sea una historia ligada a un nudo y un

---

<sup>1</sup>Sale de los objetivos y alcances de esta investigación corroborar la veracidad histórica de esta afirmación. Es una autodenominación que nos hemos atribuido los integrantes de esta agrupación desde el inicio de nuestra conformación y que estuvo presente durante la realización de este trabajo. En el marco de esta investigación, la uso únicamente como indicador de lo que para nosotros ha significado realizar murga de estilo uruguayo en Colombia, específicamente en Bogotá.

Si bien nos autodenominamos *la primera*, todos los integrantes tenemos conocimiento de no ser *la única* murga de este estilo (uruguayo) en la ciudad, pues uno de sus actuales integrantes, Nicolás (argentino de la ciudad de Rosario) desde el segundo semestre de 2015 viene desarrollando un proyecto de murga uruguaya con jóvenes de la localidad de Bosa, como parte de los programas 40x40 (en particular el proyecto *Súbete a la Escena*) que iniciaron bajo la alcaldía de Gustavo Petro Urrego (2012-2015). Esta murga se llama *GozaBosa*, y entre ellos y los integrantes de la CMB han habido algunos vínculos cuando algunos de nosotros hemos ido a ensayos y presentaciones de ellos y cuando algunos de ellos han venido a ensayos y presentaciones de nosotros.

desenlace. El surgimiento y desarrollo de la murga uruguaya ligado históricamente a un territorio y a unos grupos culturales específicos, y que esta territorialización siga jugando hoy un papel en su definición genérica, es lo que me permite analizarla a partir del concepto de *músicas locales* de Ochoa (2003), y cómo ha sido consumida por parte de los integrantes de la CMB en otro contexto (social y cultural) diferente al que históricamente le dio origen y amplio desarrollo.

*Murga* es el nombre que se aplica tanto al género como a los grupos que lo practican. En tanto género, la murga se caracteriza por una particular emisión vocal y por la crítica social desde el humor en sus actuaciones, integrando diversas expresiones artísticas como canto (polifónico, a varias voces), baile, teatro, humor, crítica y sátira. En términos de agrupación, tradicionalmente las murgas uruguayas están conformadas por un grupo extenso de personas, entre quince a veintidós integrantes, y su formato general está constituido por un coro de cantantes-actores, una batería de bombo, redoblante y platillos de entrechoque y un director (Lamolle y Lombardo, 1998).

El origen y todo el desarrollo de la CMB en general se contextualiza fundamentalmente por la relación de la mayoría de sus integrantes con la Escuela y la Fundación Nueva Cultura. Dos entidades diferentes, las cuales—por sus misiones y labores institucionales—directa o indirectamente han estado presentes y han influido en el gusto de sus integrantes por la murga y en la existencia de esta agrupación en sí. La Fundación Nueva Cultura desde sus inicios se ha dedicado a la investigación de las músicas regionales colombianas y caribe iberoamericanas, a la formación musical de niños, jóvenes y adultos y a impulsar la creación de agrupaciones musicales y la búsqueda de nuevas propuestas sonoras a partir de las expresiones tradicionales de las culturas regionales. Como producto del trabajo investigativo y de proyección artística de esta Fundación, en 1988 se desprendió de ella la creación de la otra entidad mencionada, la Escuela de Formación Musical Nueva Cultura, la cual buscó seguir la misma línea de la Fundación y desde sus inicios fundamentó sus procesos formativos en las músicas regionales y urbanas de Colombia y del contexto caribe iberoamericano.

Fue en el contexto de la Escuela de Formación Musical Nueva Cultura donde la mayoría de los integrantes de la CMB nos conocimos cuando estuvimos aprendiendo música entre el 2005 y el 2013 aproximadamente. Entre los procesos formativos, esta escuela contaba con grupos artísticos y de proyección donde algunos de los niños de las clases generales de los sábados eran convocados y seleccionados para participar. La mayoría de los actuales integrantes de la CMB durante nuestro proceso de formación musical en la Escuela pertenecimos a alguno de estos grupos artísticos y de proyección, pero entre estos y para el surgimiento de la CMB fue fundamental uno de ellos: el grupo Cyan, del cual formaron parte la mayoría de los integrantes con quienes inició la CMB.

Dentro de la Escuela, y por su enfoque en las músicas regionales caribe e iberoamericanas, la mayoría de nosotros conocimos por primera vez sobre murga uruguaya. Unos de manera más general en las clases de los sábados y otros más a profundidad por haber sido integrantes de los grupos artísticos Cyan y Cobalto particularmente, ya que estos dos grupos tuvieron una cercanía más notable con las músicas de Uruguay. Esto a partir de un viaje que hicieron en el 2009 a Uruguay en el marco de la gira “Colombia en un canto” organizado por la Escuela con una serie de conciertos en Montevideo y en la ciudad de Treinta y Tres, programados con el apoyo de músicos uruguayos pertenecientes al Movimiento de la Canción Infantil Latinoamericana y Caribeña (Mocilyc) con el cual la Escuela tenía vínculos institucionales por su director, Jorge Sossa, quien desde sus inicios hasta el presente ha sido uno de los coordinadores generales de este Movimiento.

Al entrevistar a algunos de mis compañeros de la CMB que hicieron parte del grupo Cyan sobre su llegada a la murga y a la CMB, varios resaltaron la importancia que tuvo ese viaje en 2009 a Uruguay ya que fue a partir de este que comenzaron a indagar como grupo sobre músicas y ritmos uruguayos para agregarlos a su repertorio y presentarlos durante el viaje. El viaje mismo fue también una posibilidad que les permitió a varios de ellos consolidar vínculos más estrechos con algunos de los músicos uruguayos creadores, intérpretes, docentes e investigadores de la canción infantil pertenecientes al Mocilyc (Movimiento de la Canción Infantil Latinoamericana y Caribeña)—entre ellos Julio Brum, Susana Bosch y Fernando Yáñez. Por esta cercanía, estos músicos y docentes les compartieron más a

profundidad sobre las músicas y géneros más características de su país, entre ellas la murga de la cual varios compraron y trajeron CDs y DVDs a Colombia.

Aunque durante el tiempo que Cyan siguió siendo parte de la Escuela Nueva Cultura montó<sup>2</sup> varias canciones de murga y en general de otros géneros musicales de Uruguay, fue el cierre de su ciclo en la escuela lo que abrió el interés en sus integrantes por conformar, junto con más personas, la que podría llegar a ser la primera murga de estilo uruguayo en Colombia. Aunque fue una idea grupal, esta se consolidó seriamente cuando Oscar, el director de Cyan, y Sergio, uno de los músicos integrantes, decidieron llevarla a cabo concretamente. Para ello planearon su funcionamiento y las personas a las que querían convocar, tiempo antes de que finalmente para el 2 de marzo de 2014 nos convocaran a una primera reunión a todas las personas en quienes pensaron para ser parte de este nuevo proyecto, al cual habían previamente denominado como “Cuadrilla Murguera Bogotana”.

Dentro de este nombre, de acuerdo con ellos<sup>3</sup>, el “Bogotana” tenía que ver con que todos sus miembros vivíamos y teníamos una vida establecida en esta ciudad y porque la idea que tenían para el desarrollo de esta murga era utilizar elementos de nuestro propio contexto social y musical para realizar el proyecto; por su parte “Cuadrilla” tenía que ver con que dentro de las ideas y metas que habían pensado para este nuevo grupo, estaba el presentarnos en el carnaval de Riosucio (Caldas-Colombia) en enero de 2015, donde las agrupaciones que se presentan allá se le denominan cuadrillas. Esta idea había venido principalmente de Oscar quien tiempo atrás había participado en una cuadrilla de este carnaval y consideró que tener un propósito concreto, una meta establecida, podría ayudar como medio para motivar más a la gente a involucrarse y desarrollar este proyecto.

El desarrollo del grupo desde ese entonces a la actualidad, un poco más de dos años y contando dentro de ellos mi trabajo de campo (julio-diciembre de 2015) y el momento de entrega de este trabajo, ha tenido bastantes cambios: en las personas que conformamos la

---

<sup>2</sup> *Montaje*: buscar la definición más ampliada de este término en el Glosario anexo.

<sup>3</sup> Entrevista semi-estructurada a Oscar y a Sergio el 23 de abril de 2014 para el trabajo final de un seminario libre de Antropología de la Educación que tomé durante mi formación en Antropología en esta Universidad (Pontificia Universidad Javeriana), el cual también realicé basado en el caso de estudio la CMB.

CMB, la organización y distribución de los equipos, sus funciones. Sin embargo, durante todo este tiempo, y proyectándose también a un futuro, es de resaltar el objetivo claro que ha tenido y sigue teniendo el grupo de seguir constituyéndose y desarrollándose como murga de estilo uruguayo en Bogotá y en Colombia. Hoy en día la CMB está conformada por veinte integrantes, incluyéndome, los cuales, siguiendo la estructura y el formato tradicional de una murga, nos dividimos en 14 cantores-actores, 3 en la batería y un director. Los otros dos integrantes son un ingeniero de sonido y una gestora cultural.

Los cantores-actores dentro de una murga uruguaya, al ser éste un género polifónico, se dividen en tres grandes grupos de voces, denominadas “cuerdas”. En Uruguay estas son llamadas, desde la de registro más bajo hasta la más aguda, *segundos*, *primos* y *sobreprimos*. A su vez, los segundos se subdividen en *bajos* y *segundos*; los primos, en *primos lisos* y *primos altos* y entre los sobreprimos hay una especialización a la que se le llama *tercia*, un sobreprimo con carácter en notas agudas cantadas con gran volumen y potencia de la voz (Lamolle y Lombardo, 1998). Si bien esta es la división y la denominación tradicional de los diferentes grupos de voces que conforman una murga, en el caso de la CMB, por particularidades contextuales ha sido diferente. Nos dividimos no en tres sino en cuatro cuerdas denominadas al estilo de un coro clásico: *sopranos*, *contraltos*, *tenores* y *bajos*. Además de la subdivisión del grupo en cuerdas, a nivel de organización y funcionamiento la CMB también se ha dividido desde el inicio en equipos. Actualmente estos son: de dirección, de concepto, musicalización, letras, vestuario y maquillaje, redes sociales, tesorería y gestión. Cada equipo tiene un papel y unas responsabilidades en torno al funcionamiento general de la agrupación: el montaje de los espectáculos, la publicidad, la gestión de las presentaciones y los recursos.

El interés de mi trabajo es analizar cómo ha sido el consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB dentro de su proceso artístico de conocer y aprender más sobre este género. Se trata de un consumo de murga que, como se verá en el desarrollo del trabajo, tiene como objetivo contribuir a cimentar las presentaciones musicales del grupo en Bogotá, particularmente, y en Colombia. Este objetivo está mediado, además, por la intención de los integrantes de la CMB de ser reconocidos como una murga de estilo

uruguayo a pesar de encontrarse en un contexto diferente al que tradicional e históricamente ha estado ligada la murga uruguaya. Además, por entender cómo ha influido y determinado en este consumo el contexto social y tecnológico actual, ampliamente denominado y caracterizado como globalización, de mayor interconexión e intercambio cultural ligado al desarrollo de las tecnologías digitales (Inda y Rosaldo, 2002; Martín-Barbero, 2002 y 2003; Ortiz, 1998; Bourdieu, 2007; Appadurai, 2001; García Canclini, 1990; Ochoa 2003).

El propósito de mi investigación, en este sentido, es poder dar cuenta de las prácticas, interacciones y significados en torno al consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la Cuadrilla Murguera Bogotana, entendiendo el consumo como “conjunto de prácticas socioculturales en las que se construyen significados y sentidos del vivir, a través de la apropiación y uso de bienes” (Mata, 1997, p. 7-8), analizando el consumo como un proceso activo y no como un acto de espectadores pasivos, que tiene que ver tanto con la recepción de contenidos como con el uso que se le da a estos (Mata, 1997; Martín-Barbero, 2002 y 2003; García Canclini, 1990; Ochoa, 1998 y 2003; Lahire, 2005; Bourdieu, 2007; Ritzer, 2014). El consumo y la producción no deben ser considerados como términos binarios y estados puros, sino como procesos estrechamente interrelacionados (Ritzer, 2014). Todos los “receptores” son productores activos del sentido de la obra y los mismos productos pueden ser objeto de apropiaciones diferenciadas en tanto que el o los sentidos de la obra no se encuentra dentro de ella misma sino que se produce en los encuentros entre ellas y sus públicos (Lahire, 2005).

Para entender esta interrelación entre consumo y producción, el concepto de *mediaciones* de Martín-Barbero (2003) ofrece una propuesta conceptual y metodológica útil que me permite pensar en lo que ocurre en la mitad, no solo entre productores y consumidores, sino también junto con los medios de comunicación: una relación de articulaciones y negociaciones permanentes en cómo son mediatizados los contenidos y entender qué ocurre efectivamente con estos. Si bien tener en cuenta la importancia de los medios tecnológicos es crucial para el análisis, un énfasis en las *mediaciones* me permite preguntarme por el proceso en general de apropiación y uso de la murga uruguaya por parte de los integrantes

de la CMB, como proceso social y cultural en un sentido más amplio, relacionado no únicamente con apropiaciones tecnológicas, sino sobre todo con interacciones y prácticas sociales y culturales, entre las cuales lo tecnológico, si bien es importante, constituye solo una parte del análisis.

A nivel metodológico el concepto de mediación me permite argumentar el enfoque etnográfico de este trabajo, entendiendo las prácticas cotidianas como esos lugares en los que pueden analizarse estas articulaciones y negociaciones entre el consumo, la producción y los medios de comunicación. La etnografía como técnica de observación antropológica “para obtener conocimientos directos en las micro-interacciones de la vida cotidiana” puede ayudar a “conocer cómo los discursos de los medios se insertan en la historia cultural, en los hábitos de percepción y comprensión (...)” (García Canclini, 1990, p. 245). Mi trabajo etnográfico me permite dar cuenta de las prácticas, interacciones y significados en torno al consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB. Para ello realicé trabajo de campo entre los meses de julio y diciembre de 2015 dentro del grupo, llevando diario de campo de los diferentes ensayos y reuniones generales, de las reuniones específicas de los equipos a los que pertenezco (concepto y vestuario y maquillaje), de los otros equipos a los que no pertenezco—excepto los de musicalización y letras los cuales durante el tiempo que realicé mi trabajo de campo no se reunieron—, de los ensayos de las cuatro cuerdas y la batería y también de las presentaciones que tuvimos durante ese segundo semestre de 2015.

Realizar la etnografía de un campo en el que participo supuso para mí un gran reto. Durante los ensayos generales y de la cuerda de contraltos (a la que pertenezco), y las reuniones del equipo de concepto y de vestuario y maquillaje, a veces se me complicaba participar como integrante del grupo y poder llevar también un registro de mis observaciones. Me involucraba tanto en participar o en anotar, que descuidaba una u otra acción.

Durante los ensayos y las reuniones de las cuerdas y los equipos a los que no pertenecía, se me dificultaba mucho no querer participar como integrante de la agrupación, ya fuera

cantando y ensayando con mis compañeros las diferentes canciones o dando una opinión frente a los temas que estaban tratando. Aunque a veces también eran ellos los que me involucraban en sus espacios. Sin embargo en estos espacios se me facilitó más concentrarme en el registro etnográfico y poder tener más anotaciones de lo que pasaba y se hablaba a lo largo de ellos.

La cercanía con mis compañeros y con el entendimiento de las lógicas y conocimientos del espacio siento que me permitieron en cierto grado profundizar y facilitar tanto el registro como el análisis, pero también supuso para mi ser consiente de tener cuidado con suponer que ya con ello tenía todo el material que necesitaba. Procuré precisamente por esto (la cercanía con el campo) tomar notas con el mayor grado de detalle que pudiera en cada espacio de lo que ocurría y se hablaba dentro de ellos. Pretender conocer el campo solo por estar inmersa dentro de él era un error de grandes implicaciones analíticas y por ello busqué en cambio esforzarme más por desnaturalizar todo lo que sucedía a mi alrededor y que hasta el momento venía siendo cotidiano y natural para mi: las prácticas e interacciones con y entre mis compañeros, lo que se decía, lo que ocurría.

A demás de las observaciones y registro de ensayos, reuniones y presentaciones, realicé también dos entrevistas semi-estructuradas a dos de mis compañeros y mantuve múltiples conversaciones informales con todos sobre su relación con la murga como un objeto de consumo. Producto de un trabajo previo que realicé para dos asignaturas que curse durante la carrera durante el primer semestre de 2014, conté además con el material etnográfico y una entrevista que realicé a los dos directores de la CMB, Oscar y Sergio.

A nivel bibliográfico, a lo largo de la búsqueda realizada no hallé trabajos desde la antropología u otras ciencias sociales sobre el consumo de murga uruguaya en Colombia, excepto por un trabajo recientemente presentado por Sergio, codirector de la CMB y también antropólogo y actualmente estudiante de maestrías en musicología y musicoterapia, quien participó hablando sobre la murga uruguaya y procesos educativos, nombrando el caso de la CMB y la Gozabosa, en el *V Encuentro Internacional sobre estudios de Fiesta, Nación y Cultura* (Triviño, 2015). A diferencia de este trabajo, la

mayoría de trabajos (académicos, no académicos y periodísticos) que he encontrado hasta el momento sobre la murga uruguaya han sido abordados mayoritariamente en Uruguay (Fornaro, 2002 y 2013; Rossi, 2012; Lamolle y Lombardo, 1998; Martínez, 2009), y otros, menos, que lo ubican en la región del Río de la Plata (Argentina y Uruguay) (Domínguez, 2009 y 2012). Frente a los temas principales abordados hasta el momento por la literatura sobre murga uruguaya, la mayoría de los trabajos y autores leídos explicitan la existencia de un debate sobre su origen aunque no buscan posicionarse al respecto. Respecto a este debate mi trabajo tampoco busca posicionarse ya que considero que esto sobrepasa los alcances teóricos, temáticos y contextuales de mi investigación.

Aunque algunos de los trabajos que abordan la murga uruguaya desde una perspectiva académica lo hacen desde un enfoque etnomusicológico y antropológico (Fornaro, 2002; Rossi, 2012), limitan aun así su análisis a la murga en Uruguay e incluso, a la murga como fundamentalmente montevideana que ha tenido procesos de expansión al resto del Uruguay, pero sin profundizar teóricamente mucho al respecto o abordar sus procesos de des/territorialización como temática central.

En complemento a estos trabajos, encuentro otra serie de trabajos (Fornaro, 2013; Domínguez, 2012) que abordan la murga uruguaya en relación con dos aspectos que para mi perspectiva interesada en el consumo de esta música plantean elementos importantes. Por un lado el análisis que hace Domínguez (2012) de la murga uruguaya en tanto que género rioplatense (de la región del Río de la Plata) ampliando con ello el contexto de análisis del género y teniendo en cuenta su presencia tanto en Uruguay como en Argentina, pero diferenciándola también de la murga argentina. Y Fornaro (2013) quien analiza la relación entre la murga uruguaya con los medios de comunicación, tanto a nivel histórico como actual. Aunque esta autora, menciona el papel del internet en el acceso y desarrollo de “la vida de la murga en el exterior del país” (Fornaro, 2013, p. 272), restringe su análisis a la función y utilización de este medio únicamente entre y para uruguayos tanto dentro como fuera del país; a los usos y conexiones que permite entre ellos.

De esta manera encuentro que frente a la mayoría de la actual literatura etnomusicológica de la murga uruguaya, concentrada notoriamente en relación con los contextos histórico, social y culturalmente más ligados con su origen y amplio desarrollo (Montevideo, Uruguay y la región del Río de la Plata), mi trabajo ofrece una perspectiva que amplía su análisis a contextos más lejanos y con características diferentes y cambios tecnológicos más recientes. Se concentra más enfáticamente en problematizar, analizar y teorizar respecto a sus procesos de des/territorialización, respecto a la mayoría de los trabajos etnomusicólogos de este género músico-teatral que hasta el momento no se habían preguntado de manera tan profunda o principal sobre este aspecto. Así mismo este trabajo complementa estos estudios al analizar más enfáticamente el papel de algunos medios de comunicación actuales en el consumo de murga uruguaya, como por ejemplo el internet; centrándose no solo en su función y uso entre y para uruguayos, sino principalmente entre públicos no uruguayos por fuera de Uruguay.

Respecto a una perspectiva musicológica de la murga uruguaya, cabe también agregar que este trabajo se distancia al no pretender analizar y cuestionarse sobre las características expresamente musicales de este género y las implicaciones y transformaciones que dentro estas pueda haber tenido el consumo des/territorializado por parte de los integrantes de la Cuadrilla Murguera Bogotana en Bogotá-Colombia. Características tales como sus formatos (instrumentales y corales), estructuras de los espectáculos, emisión de la voz, apropiación de ritmos, mezcla de nuevos ritmos, etc., cuyo análisis excede el objeto de este trabajo.

Aunque una perspectiva musicológica y una perspectiva antropológica son dos perspectivas complementarias pues manejadas en conjunto enriquecen en definitiva el análisis de todo género musical que se quiera abordar en tanto fenómeno social y práctica cultural; en este trabajo he optado una perspectiva más antropológica al no ser el género mismo—es decir la murga uruguaya—mi objeto de estudio, sino la articulación entre consumir algo y producir ese mismo algo. Las teorizaciones sobre el consumo cultural, la agencia del consumidor y posicionarme frente a perspectivas uniformistas, conductistas y economicistas del consumo, me llevaron a evidenciar desde la formulación del proyecto de esta investigación la

existencia de una discusión académica sobre la relación entre consumo y producción frente a la cual quise sustentar una posición por medio de este trabajo. De esta manera argumento el enfoque más antropológico que musicológico de este trabajo y la relevancia y pertinencia de tomar a los integrantes de la CMB como objeto de estudio, en tanto la delimitación de mi objeto estuvo antecedida por una delimitación conceptual—la relación entre producción y consumo— y encontrar en ellos la particularidad de ser consumidores y creadores de eso mismo que consumen, en este caso murga uruguaya.

Este trabajo está dividido en tres capítulos. Con el fin de contextualizar mejor al lector con la temática de esta investigación, en el primer capítulo presento con más detalle algunas características de la murga uruguaya: su estructura tradicional, sus formatos, su relación con Uruguay; y también cómo surgió la Cuadrilla Murguera Bogotana y cómo estaba constituida y organizada para el tiempo en el cual desarrollé mi trabajo de campo. Durante este primer capítulo también presentaré cómo enmarco mi trabajo desde una perspectiva teórica y un estado del arte para dar cuenta de esta manera por qué y cómo analizo el consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la Cuadrilla Murguera Bogotana.

Entrando puntualmente en el análisis del caso de la Cuadrilla Murguera Bogotana y las argumentaciones en torno a los objetivos de este trabajo, el segundo capítulo se concentra en presentar y caracterizar el consumo de murga por parte de los integrantes del equipo concepto de la CMB ya que argumento que el consumo de los integrantes de este equipo es diferente al del resto de integrantes de la CMB en tanto que está dirigido enfáticamente al “saber crear”— a la creación escénica y conceptual de espectáculos— y este influye notoriamente en el consumo que hacen los demás integrantes de la CMB en torno a la murga uruguaya. Relacionado con una búsqueda de autenticidad y a través de ella la posibilidad de ejercer una autoridad creativa, su papel determinante en el consumo del resto de integrantes de la CMB está relacionado con la función y responsabilidad que desempeñan dentro de la creación y producción conceptual y escénica de los espectáculos de la CMB.

Partiendo de las argumentaciones del segundo capítulo, el tercer capítulo se concentra en presentar el consumo de murga del resto de los integrantes de la CMB tomando el caso del montaje de la segunda Cantarola, uno de los espectáculos que ha presentado la CMB, y más específicamente la puesta en escena de dos canciones nuevas que conformaron el repertorio de este espectáculo. Mientras el capítulo anterior presenta y reflexiona sobre las características de un consumo para el “saber crear”, este capítulo se concentra en evidenciar cómo el consumo del resto de los integrantes de la CMB está relacionado y dirigido principalmente al “saber hacer”—al montaje de los espectáculos previamente concebidos a nivel conceptual. La circulación de diferentes conocimientos durante los espacios de ensayos, concebidos como capitales (Bourdieu, 1988 y 2007), me permite argumentar la existencia y conformación de unas autoridades aplicativas dentro del “saber hacer”, y la existencia de dos momentos de consumo diferentes pero interrelacionados durante y para el montaje de espectáculos. Estos dos momentos son un consumo privado y un consumo público en cuya interrelación se analiza el papel que han tenido algunos medios de comunicación actuales a través de internet y el uso de algunos equipos electrónicos.

El siguiente trabajo presenta una serie de argumentos y cuestionamientos en torno al consumo de músicas asociadas a lo local en contextos sociales y culturales diferentes a los que históricamente se ha ligado su surgimiento y desarrollo, enmarcado en un tiempo ampliamente denominado de globalización, caracterizado por una intensificación en las interconexiones e intercambios culturales entre los individuos y entre los estados nacionales. Invito al lector a seguirme en algunos cuestionamientos y argumentaciones construidas al respecto, a partir del caso de la murga uruguaya y su consumo por parte de los integrantes de la Cuadrilla Murguera Bogotana presentado a lo largo de las siguientes páginas.

## **CAPÍTULO 1:**

### **LA MURGA URUGUAYA Y EL INTERÉS POR SU CONSUMO DES/TERRITORIALIZADO EN EL CASO DE LA CUADRILLA MURGUERA BOGOTANA**

Para adentrarse en las páginas que siguen, es preciso comenzar brindando al lector o lectora una contextualización temática, socio-histórica y teórica más amplia del tema en torno al cual gira ésta investigación que la que se puede brindar en tan solo algunas páginas introductorias. Este es precisamente el objetivo del presente capítulo, ya que cómo se podrá evidenciar a lo largo de éste trabajo en general, el abordaje del consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la Cuadrilla Murguera Bogotana y el seguimiento de las argumentaciones presentadas en torno a él, implica conocer con cierto grado de detalle algunos aspectos y características tanto de la murga uruguaya, como de la CMB y del contexto teórico en el cual justifico el abordaje de éste consumo.

La contextualización que pretendo brindar a lo largo de este capítulo estará dividida en tres acápites. El primero de ellos se concentra en presentar algunas de las características musicales, sociales e históricas de la murga uruguaya en tanto género musical y teatral: su estructura tradicional, su formato musical, su relación con el Carnaval de Montevideo y en general con Uruguay. Por su parte, el segundo acápite presentará más ampliamente las características del contexto de surgimiento y desarrollo de la CMB, y de su organización y funcionamiento como agrupación para el tiempo en el cual desarrollé mi trabajo de campo. Para terminar, durante el tercer acápite articulando lo presentado hasta el momento y ligado a la explicitación de una perspectiva teórica y un estado del arte, evidencio y justifico el contexto teórico y temático dentro del cual encuentro pertinente la pregunta por el consumo (Bourdieu, 2007; Appadurai, 2001; García Canclini, 1990; Martín-Barbero, 2003) de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB, entendiendo la murga uruguaya como una música local (Ochoa, 2003) cuyo consumo des/territorializado se enmarca en contexto de globalización (Inda y Rosaldo, 2002).

## 1.1 LA MURGA URUGUAYA

La murga uruguaya es un género musical-teatral y popular tradicional del Carnaval de Montevideo (Uruguay), reconocido por ser el más largo del mundo con casi cuarenta días de duración. En términos generales, la murga uruguaya se caracteriza por una particular emisión vocal, un estilo al que se le ha denominado “cantar pa’l costado” de emisión nasalizada, que se ha vinculado por algunos investigadores a los conjuntos de “canillitas”, vendedores callejeros de periódicos, que integraron murgas de la primera época (Alfaro, 2008; Fornaro, 2002) y la crítica social desde el humor en sus actuaciones, el cual por su especificidad contextual a veces es difícil de entender fuera de Uruguay (Lamolle y Lombardo, 1998). Varios autores uruguayos han afirmado que tiene un papel muy representativo dentro de la cultura popular uruguaya. En esta línea por ejemplo Martínez de León (2009) afirma que la murga está entre los “fenómenos más representativos de la condición uruguaya” dentro de los cuales “ocupa un lugar privilegiado” (p. 7), y Fornaro (2002) que es posible considerarla como “representativa de la manera de elaborar al devenir social y político por parte de ciertos sectores populares, pertenecientes, en su mayoría al proletariado urbano” (p. 27), aunque no la idealiza considerándola representativa de la cultura uruguaya como totalidad.

Si bien hay varias teorías, que han generado debate sobre el tema, hoy no hay mucha certidumbre acerca de los orígenes y la proveniencia de la murga, y todo intento arqueológico sobre el tema, como dice Milita Alfaro (2008)—reconocida historiadora uruguaya del carnaval montevideano—puede que sea en vano. Sin embargo, la mayoría de las personas directamente involucradas con la murga, especial pero no solamente los murguistas, sostienen que la murga llega directamente de España hacia mediados del siglo XIX (Rossi, 2012), desarrollándose estrecha, más no únicamente, en el ámbito del Carnaval de Montevideo, difundándose durante todo el siglo XX por el país como género dramático-musical, polifónico de interpretación masculina (Fornaro, 2002).

Un espectáculo de murga uruguaya tradicionalmente está constituido por tres partes esenciales: una *presentación o saludo*; los *cuplés* (que van acompañados en la mayoría de las ocasiones por un denominado *popurrí, salpicón o pericón*) y la *despedida o retirada*.

Incluye tanto partes cantadas como habladas en las cuales algunas expresiones son cercanas al habla cotidiana y otras están basadas en técnicas populares de declamación, fragmentos que pueden considerarse actuación teatral. En las partes habladas también son frecuentes los monólogos, los diálogos entre personajes y los diálogos entre personajes solistas y el coro. El uso de la crítica y la sátira es muy importante y se realiza a través de uno de los elementos más característicos de la murga: el *contrafactum* (Fornaro, 2007). Este es el proceso mediante el cual nuevas letras son elaboradas sobre músicas populares conocidas, donde las murgas “plantean letras irónicas y cómicas pero con contenidos profundos y moralizantes” (Rossi, 2012, p. 221), y con una “marcada vinculación con los acontecimientos sociopolíticos del país” (Fornaro, 2002, p. 1).

Las tres partes esenciales o secciones que componen un espectáculo de murga son en sí un ordenamiento fijo que constituye el eje estructurado de la representación en el escenario. Si bien un espectáculo de murga uruguaya no suele presentar una historia totalmente desarrollada (con una introducción, un nudo y un desenlace hilados y completamente coherentes entre sí), suele estar conectado por lo que podría denominarse una temática general que busca desarrollarse a lo largo de la actuación desde diferentes perspectivas. De estas tres partes esenciales, el *saludo* o *presentación* es una canción con la que normalmente inicia una murga su actuación y está formada comúnmente por varias músicas conocidas enganchadas; introduce de manera lírica una presentación de la murga y tiene como tema fundamental el retorno al carnaval, el carácter cíclico de la fiesta.

Por su parte, los *cuplés*, que oscilan entre 4 o 5, son la parte del espectáculo en la cual la sátira y el humor característicos de la murga tienen su mayor aparición. Cada *cuplé* desarrolla un tema y son el momento en que la temática central del espectáculo es presentada y abordada desde diferentes perspectivas, mezclando aspectos tanto musicales como teatrales en su desarrollo, siempre desde el humor y la sátira. Los *cuplés*, y en general el desarrollo del espectáculo, es conducido por unos personajes principales a los que se les denomina *cupleteros*. En ellos “se da el desarrollo de verdaderos personajes desde el punto de vista teatral” (Fornaro, 2007, p. 24) y se caracterizan por su poder o habilidad para

comunicarse con el público, generalmente a través del humor (Lamolle y Lombardo, 1998). Durante los *cuplés* es cuando tiene mayor aparición el carácter de la murga de integrar tanto partes cantadas como habladas, ya que las partes cantadas de los *cuplés* suelen ser constantemente interrumpidas para intercalarse con los diálogos y recitados entre *cupleteros*, o de estos con el resto del coro.

El *salpicón*, *popurrí* o *pericón* muchas veces acompaña al *cuplé* y también incluye la crítica y la sátira, constituyendo un recorrido por temas de actualidad, “que se comentan de manera rápida, generalmente con estructura de cuartetos que pueden estar consonantadas en los versos pares, a las que se intercala un estribillo” (Fornaro, 2007, p. 35). De acuerdo con Diverso (1989), la elección de los temas tratados está limitada por el hecho de la realización de un nuevo carnaval cada año, por lo cual se trata de una síntesis anual de las noticias e información compartida durante ese intervalo de tiempo transcurrido, comentada y presentada de manera satírica.

Finalmente, la *despedida* o *retirada* es la canción con la que se finaliza un espectáculo de murga, la cual retoma el tono lírico de la presentación y generalmente desarrolla como tema central el carácter cíclico de la fiesta y la promesa de la murga de volver al siguiente carnaval. Esta es la parte del repertorio cuyas piezas han perdurado más en la memoria popular, es decir, que son recordadas como singulares de cada murga en años específicos (Fornaro, 2007). Dentro de la *retirada*, y ya para finalizar del todo un espectáculo de murga, las murgas realizan algo que se denomina *bajada*, la cual consiste literalmente en la bajada de todos los murguistas cantando repetitivamente el último fragmento de la *retirada*, mezclándose entre el público, sus aplausos y también sus abrazos.

Sin embargo, a pesar de esta estructura general de la actuación de una murga, las murgas actualmente también pueden presentar una *canción inicial* que introduce la temática general que tendrá todo el espectáculo; y una *canción final* que suele ir antes de la *retirada* para comenzar a generar un ambiente más reflexivo y lírico, después del más crítico y satírico de los *cuplés*, que introduzca el paso hacia la *retirada*. Estas dos canciones, tanto la introductoria como la final, usualmente son interpretadas por solo algunos de los

integrantes, pero en otros casos aunque suele iniciar con los solos de estos pocos integrantes, posteriormente se les une el resto del coro.

Tras esta breve presentación de la estructura de la murga como estilo musical es preciso que me detenga en la exposición de la murga como agrupación. Esta suele tener entre quince y veintidós integrantes y su formato general consiste en un coro de cantantes-actores, una batería de bombo, redoblante y platillos de entrechoque y un director (Lamolle y Lombardo, 1998). Las voces del coro están organizadas en tres grupos o “cuerdas” principales: los *segundos*, los *primos* y los *sobreprimos*; cada una de las cuales a su vez tiene subdivisiones. Además de los tres instrumentos agrupados bajo el nombre de batería de murga, suele usarse también una guitarra tocada por el director para “dar los tonos”, es decir, indicar las diferentes tonalidades de las canciones y de las músicas que pueden componer una sola canción, y para acompañar las canciones inicial y final de un espectáculo. Aunque la guitarra y los tres instrumentos de percusión son los que principalmente se utilizan en un espectáculo de murga, a veces las murgas utilizan también otros instrumentos tanto convencionales como no convencionales inventados por ellos.

En Uruguay, es durante el carnaval que tienen lugar la gran mayoría de las actuaciones de las murgas, en escenarios levantados especialmente para el carnaval denominados *tablados*. Además de estas presentaciones, las murgas realizan dos actuaciones en el Teatro Municipal de Verano Ramón Collazo del Parque Rodó en Montevideo, para el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas organizado por la Intendencia Municipal de Montevideo y DAECPU (Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos Populares del Uruguay) una asociación que agrupa a los directores de conjuntos de carnaval (Lamolle y Lombardo, 1998). Estas presentaciones, así como todas las del Carnaval uruguayo, son televisadas y transmitidas a través del canal de televisión por cable VTV, por acuerdo comercial entre DAECPU y la empresa Tenfield desde finales del año 2003 (Fornaro, 2013; Triviño, 2015) y a través de ellas también transmitidas a través de internet. Posteriormente a estas presentaciones la mayoría de videos que se encuentran en internet sobre espectáculos de murga, son los realizados a estas televisiones por parte de algunos usuarios de YouTube quienes los suben a esta plataforma.

Los espectáculos de murga en carnaval, por reglamento, deben durar entre 40 y 45 minutos, los cuales de cumplir o incumplir significan la suma o resta, respectivamente, de puntos en la calificación en la premiación. En este contexto, las diferentes murgas presentan cada año en el carnaval un espectáculo diferente, los cuales son nombrados y posteriormente recordados por el nombre de la murga y el año en el cual fue presentado, por ejemplo: Asaltantes con Patente 2013, Agarrate Catalina 2011, Curtidores de Hongos 2004, etc.

En sus presentaciones tanto en los tablados como en el concurso, las murgas alternan con las de otras categorías del carnaval: Sociedades de Negros y Lubolos, Parodistas, Humoristas, Revistas y Mascaradas musicales; aunque dentro del concurso cada agrupación compite únicamente contra sus similares. El Concurso Oficial está compuesto por tres “ruedas”, donde la suma de los puntajes de la primera y la segunda—las cuales se corresponden cada una con las dos presentaciones que deben realizar el Teatro de Verano, — definen qué agrupaciones, de todas las categorías, pasan a la tercera rueda o “liguilla” para finalmente sacar de allí un ganador por categoría. Para participar en el concurso, las diferentes murgas y en sí las diferentes agrupaciones de todas las categorías—excepto las agrupaciones que hayan quedado en la liguilla—deben presentar una prueba de admisión para entrar a concursar.

De acuerdo con Fornaro (2002), el desarrollo de la murga ha tenido tres etapas: una de formación, otra de asentamiento del género y una tercera de auge y modificación acelerada. Dentro de las modificaciones que señala Fornaro (2002) para esta última etapa de auge y modificación acelerada, y que va más allá de lo musical, incluye: la presencia de la murga en el circuito comercial de espectáculos fuera del ciclo del carnaval, de la murga en el mercado discográfico, la profesionalización de muchos conjuntos con elementos académicos en diferentes aspectos de la presentación y recurrir a profesionales de diferentes disciplinas como música, teatro, danza, expresión corporal, maquillaje y vestuario (Fornaro, 2002).

Esto último se relaciona con el carácter netamente audiovisual de un espectáculo de murga, el cual implica tanto movimiento individual como puesta en escena grupal, maquillaje y vestuarios. El maquillaje lo usan las murgas tanto para las presentaciones en los diferentes tablados como para el concurso en las presentaciones en el Teatro de Verano. Tradicionalmente se usa una base blanca que abarca todo el rostro, incluyendo los párpados, y con detalles de color pintados encima. La “brillantina”, como la llaman en Uruguay, o la “escarcha”, como es más comúnmente denominada en Colombia, suele ser también muy importante dentro del maquillaje utilizado por las murgas (Lamolle y Lombardo, 1998). Respecto al vestuario, así como los espectáculos de las murgas en carnaval son diferentes cada año, este también varía. Las telas suelen ser coloridas y/o brillantes, y su diseño, aunque normalmente esté basado en un tema común, puede ser o no igual para todos los cantantes-actores; respecto al vestuario de los integrantes de la batería este suele diferenciarse en algún modo, mientras que el del director siempre se diferencia de manera considerable.

En las últimas décadas, la murga se ha extendido también a otros países como Argentina y Chile y aún más recientemente también a Colombia como lo muestra el caso de la Cuadrilla Murguera Bogotana—y también el de la Gozabosa al que me refería en la introducción de este trabajo—(Triviño, 2015). Estas circunstancias me permiten considerar que dentro de estas tres etapas anteriormente señaladas por Fornaro (2002) en el desarrollo de la murga, el “auge y modificación acelerada” del género también ha estado relacionado con su consumo como práctica artística en diferentes contextos al que históricamente le dio su origen. Dentro de este consumo, y agregando a los aspectos que anotaba esta autora, cabe resaltar el papel fundamental que ha tenido la transmisión por televisión de los espectáculos del carnaval por medio de la productora audiovisual Tenfield desde el año 2003, como lo mencionaba anteriormente, y el creciente uso del Internet que ha permitido crear y consolidar audiencias interesadas en conformar agrupaciones de creación y desarrollo de este género en nuevos contextos, al alcanzar públicos más amplios y lejanos tanto a nivel nacional como internacional (Triviño, 2015). Es así como producto de diferentes medios y procesos socio-históricos la murga uruguaya ha llegado y continúa haciéndolo a diferentes países y ciudades del continente y quizá del mundo. Esto en vez de ser algo fortuito y

momentáneo, se ha ido consolidando de manera cada vez más notoria y estable en los diferentes nuevos contextos.

## **1.2 LA CUADRILLA MURGUERA BOGOTANA (CMB)**

Esta transformación en las formas de producción y consumo de la murga me lleva a analizar uno de estos contextos a los cuales la murga uruguaya se ha expandido, a partir del caso concreto de la Cuadrilla Murguera Bogotana (CMB) en la capital de Colombia. El origen de este grupo y todo su desarrollo ha sido producto del consumo de murga que sus integrantes han hecho a través del interés en ella y el buscar realizarla en el contexto en el que se encuentran. Varios medios han estado presentes en este consumo: viajes, contactos con músicos uruguayos, murgas uruguayas, entre ellos mismos y el uso de herramientas tecnológicas como el internet. Es el caso de una murga de estilo uruguayo que ha buscado nacer y desarrollarse sin ignorar, y dialogando con un contexto diferente al que tradicional e históricamente se ha ligado la murga uruguaya, pero sin embargo retomando y teniendo presente ese contexto uruguayo como continuo referente, ya que a este sigue indudablemente conectada la murga uruguaya en tanto práctica artística.

La Cuadrilla Murguera Bogotana (CMB) desde su conformación en marzo de 2014 nació con el objetivo fundamental de ser una murga de estilo uruguayo y desarrollar y presentar este género musical y teatral en la ciudad de Bogotá y en general en Colombia—inicial más no únicamente—, sus dos contextos más próximos donde hoy en día la murga no es muy conocida ni difundida. La CMB, para el tiempo en que desarrollé mi trabajo de campo (julio-diciembre de 2015) estaba conformada por veinte integrantes, la mayoría colombianos (solo uno de ellos era argentino), hombres y mujeres jóvenes entre los 19 y los 26 años<sup>4</sup>, estudiantes universitarios y profesionales de diferentes carreras y áreas (en las cuales predominan música y ciencias sociales), quienes residen actualmente en la ciudad de Bogotá.

---

<sup>4</sup>El único integrante que salía de este rango de edad era Nicolás Gori, de 40 años. Actualmente por diferentes motivos no pudo continuar en la CMB, pero durante el tiempo que desarrollé mi trabajo de campo fue integrante activo de la agrupación. Él es también el integrante de nacionalidad argentina mencionaba anteriormente.

Desde la conformación de esta agrupación y hasta el momento de la escritura de este trabajo, he sido activamente una de las integrantes de la CMB por más de dos años. Esta es la razón por la cual al referirme a la agrupación hablo muchas veces de “nosotros” pues hago estrechamente parte de este proyecto. Para el momento de la realización de mi trabajo de campo, los veinte integrantes de la CMB, de acuerdo con las características generales de una murga uruguaya, nos distribuíamos en catorce cantantes-actores, tres percusionistas (redoblante, platillos de entrechoque y bombo), un director, un ingeniero de sonido y una gestora cultural. Estos últimos dos roles son desempeñados por dos amigos, Alfredo e Indira, respectivamente, que por las carreras que actualmente están estudiando, han aprovechado el espacio de la CMB, para ponerlas en práctica. Dentro de estas veinte personas, y a diferencia de la mayoría de murgas en Uruguay, nuestra murga es mixta con un porcentaje casi igual de mujeres y hombres: 11 mujeres y 9 hombres.

Desde el inicio y a lo largo de su desarrollo, la CMB ha estado dividida en equipos encargados de diferentes responsabilidades para el funcionamiento y la gestión del grupo. En un principio fueron creados y establecidos por Oscar Celis y Sergio Triviño como directores, pero a lo largo del desarrollo del grupo y la intervención también de nosotros como integrantes fueron surgiendo nuevos equipos y redefiniéndose sus responsabilidades. Para el tiempo de mi trabajo de campo la CMB estaba dividida en siete equipos, los cuales eran dirección, concepto, letras, musicalización, vestuario y maquillaje, redes sociales, y tesorería. Perteneczo a dos de los equipos de gestión en los que se ha subdividido la CMB: el equipo concepto y el equipo de vestuario y maquillaje.

El equipo de dirección lo conformaban únicamente Sergio y Oscar, y durante el tiempo que desarrollé mi trabajo de campo pude ver que procuraban reunirse dos horas por semana para hablar y tomar decisiones sobre temas concernientes a la generalidad del grupo: aspectos organizativos, formativos, creativos y productivos, tanto de los espectáculos como del grupo en general. Por su parte, el equipo de concepto ha sido desde el principio de la CMB el equipo encargado de la creación y perfeccionamiento conceptual y escénica de los shows; estaba conformado por seis integrantes, y para el tiempo en que realicé mi trabajo

de campo procurábamos reunirnos también dos horas semanales. El equipo de letras, conformado por tres integrantes, ha sido el encargado de crear las letras de las canciones nuevas que hemos compuesto y adaptar las de las murgas que hemos montado a lo largo del desarrollo del grupo; durante el tiempo de mi trabajo de campo no se reunieron regularmente, sino cuando fue necesaria su intervención en los procesos del grupo.

Similar al trabajo del equipo de letras, el equipo de musicalización para el tiempo de mi trabajo de campo tampoco se reunió regularmente, sino cuando el desarrollo del grupo lo requirió; estaba conformado por tres integrantes encargados de componer la parte musical de las nuevas canciones y de transcribir en partituras las canciones de murga ya existentes que hemos presentado, adaptándolas a nuestro formato en cuatro cuerdas, ya que como decía anteriormente, las murgas en Uruguay tradicionalmente se dividen en tres principales.

El equipo de vestuario y maquillaje, al que también pertenezco, lo conformábamos para el tiempo de mi investigación, tres integrantes encargadas de diseñar y realizar los vestuarios y el maquillaje de nuestros diferentes espectáculos y presentaciones; tampoco nos reunimos semanalmente, pero sí de acuerdo con las necesidades del grupo. El equipo de redes sociales, con tres integrantes, ha sido el encargado de manejar todo el material audiovisual del grupo tanto el que hemos contratado como el que hemos realizado nosotros mismos o nos han pasado nuestros familiares y amigos como fotos y videos de presentaciones a las que han asistido. A partir de este material han sido los encargados también de la publicidad y administración de nuestras cuentas en redes sociales en internet: Facebook, Twitter e Instagram, y de la página web oficial del grupo.

El equipo de tesorería estaba conformado por dos integrantes y conjuntamente con el equipo de dirección históricamente han sido los encargados de manejar el dinero que entra y sale del grupo, También han sido los encargados de distribuir la boletería previa a una presentación. Si bien para el tiempo de mi trabajo de campo aún no se hablaba de un “equipo de gestión”, Indira, como nuestra gestora cultural, y Oscar y Sergio, como nuestros directores, tuvieron algunas reuniones para discutir sobre aspectos concernientes a este ámbito de la producción del grupo, por ejemplo, buscar convocatorias a las cuales

presentarnos y pensar en promotores del grupo, los cuales hasta el momento no han encontrado.

Además de la división por equipos, otra división que ha tenido la CMB para funcionar sobre todo a nivel musical, y en menor medida también escénicamente, han sido las “cuerdas”, los grupos de voces en las que se divide una murga y que en nuestro caso, por lo menos hasta el tiempo de mi trabajo de campo como lo señalaba en la introducción, ha sido no en tres sino en cuatro voces. Mientras que las murgas uruguayas, como lo señalaba en el anterior acápite, se han dividido en segundos, primos y sobreprimos, la CMB sin embargo desde su conformación ha estado dividida en bajos, tenores, contraltos y sopranos, siendo las dos primeras cuerdas conformadas por solo hombres y las segundas por solo mujeres. Sin embargo en el caso de las dos cuerdas del medio—tenores y contraltos—en algunos fragmentos de las diferentes canciones, ambas cuerdas pueden tener asignada la misma melodía, y en algunos momentos interactuar con integrantes de las otras dos cuerdas; por ejemplo cuando los tenores que cantan más bajo tienen la misma melodía que los bajos que cantan más alto, y las contralto que cantan más alto tienen la misma melodía que las sopranos que cantan más bajo.

A partir de esta subdivisión en cuerdas la CMB ha funcionado buscando idealmente que cada cuerda, y también la batería tenga, un ensayo semanal diferente al ensayo general del resto del grupo. Aunque estos ensayos por cuerdas y batería se plantearon en un inicio como regulares y semanales, se han dado solo circunstancialmente, y han sido frecuentes únicamente cuando el contexto lo ha requerido. Se plantearon con la idea de que fueran espacios para trabajar en el perfeccionamiento de las diferentes canciones montadas, tanto musical como teatralmente, aunque normalmente dentro de ellos se le ha dado más prioridad a lo musical. Fueron pensados para afianzar y perfeccionar entre los integrantes de cada cuerda la pronunciación, la proyección y las dinámicas vocales, buscando lograr un empaste<sup>5</sup> en el que cada voz se oiga como una sola voz, para posteriormente trabajar durante los ensayos generales en el empaste colectivo de toda la agrupación.

---

<sup>5</sup> Buscar una definición más amplia de este término en el Glosario anexo.

El trabajo de los diferentes equipos, los ensayos de las cuerdas, de la batería, y los ensayos generales, desde el inicio de la agrupación han tenido que ver con la creación y la producción de los diferentes espectáculos y presentaciones que ha realizado la CMB. En el desarrollo del grupo los equipos mismos se fueron delimitando en cuanto a sus funciones y se subdividieron en otros y también se encontró y justificó la necesidad de los ensayos específicos de las cuerdas en momentos adicionales a los ensayos generales. Los espectáculos que para el momento de mi trabajo de campo había desarrollado la CMB, y los que durante este desarrollamos fueron: la Ciudad a Contraluz, la Cuadrilla Compra-Cantos y dos “Cantarolas”, la primera tuvo lugar el 5 de diciembre de 2014 y la segunda el 30 de septiembre de 2015.

La “Ciudad a Contraluz” es hasta el momento el único espectáculo completo de murga que ha montado la CMB, donde hemos buscado cumplir con la estructura de las secciones que caracterizan un espectáculo de murga. Tiene como temática general “lo común”, reflexionando también en algunos momentos cómo algunas cosas no deberían ser vistas como “comunes” justificando y aceptando de este modo su existencia. La Ciudad a Contraluz no es completamente una creación original nuestra, pero tampoco es una interpretación de un espectáculo de murga ya existente. Algunas de las canciones y recitados que lo conforman los hemos tomado y adaptado de varias murgas, canciones y recitados. Las canciones que hemos tomado son: el *saludo* de Asaltantes con Patente 2013; la *canción inicial* “Gente Común” de Agarrate Catalina 2011; los *cuplés* “Todas las familias/Que familia mi familia/los Tapados” de A Contramano 2009, “Inseguridad en el barrio” de Contrafarsa 2002, “El novio de la nieta” de Agarrate Catalina 2008 y el “Club de padres” de Asaltantes con Patente 2013; y la *canción final* “Vidas comunes” de Agarrate Catalina 2011. Así mismo de estos espectáculos hemos tomado también algunas partes de sus recitados, principalmente para conectar y presentar los cuplés. El equipo de letras se ha encargado de adaptar varias de las letras de estos recitados y cuplés a nuestro contexto, cambiando palabras, personajes y situaciones determinados, y hacerlos más entendibles y chistosos.

Entre los elementos creados por nosotros están los cupleteros principales del espectáculo, quienes hilan todas las canciones y las temáticas presentadas a lo largo del espectáculo, parte de los recitados y las composiciones originales de una *retirada* que dominamos “Retirada CMB 2015” a la usanza uruguaya de nombrar las diferentes canciones y espectáculos de las murgas en Uruguay y un *stomp* que consiste en una intervención rítmico-musical de los tres integrantes de la batería con instrumentos hechos de materiales reciclados, la cual no he visto o conocido que la realicen las murgas en Uruguay.

El espectáculo de la Cuadrilla Compra-Cantos fue el espectáculo que creó y presentó la CMB en su participación como cuadrilla en el carnaval de Riosucio (Caldas) en enero de 2015, que logró realizar de acuerdo con los objetivos iniciales de la agrupación al conformarse un año atrás. Las cuatro canciones que lo componían fueron canciones originales, pero utilizando el recuso del *contrafactum* tomando canciones y géneros tradicionales y populares de Colombia, Venezuela, Cuba, Argentina y Uruguay. El tema que buscamos desarrollar en este espectáculo fue una crítica a la privatización de los carnavales populares y su mercantilización por parte de diferentes empresas en la venta de boleterías, creación de localidades y zonas VIP, y patrocinios publicitarios.

Por otro lado, respecto a las dos presentaciones de la “Cantarola”, una el 5 de diciembre de 2014 y otra el 30 de septiembre de 2015, fueron presentaciones que por razones circunstanciales el equipo de concepto, encargado de la creación conceptual y escénica de los shows, consideró que lo mejor sería presentar un espectáculo diferente al de la Ciudad a Contraluz. En el caso de la primera porque el 24 de octubre ya habíamos presentado este espectáculo en el mismo escenario (La Sala Vargas Tejada) y pocos días después a ese 5 de diciembre (el 13 de diciembre) presentaríamos la Ciudad a Contraluz en la Fundación Gilberto Alzate Avendaño por haber ganado en su convocatoria “Programación artística Octubre-Diciembre”. En el caso de la segunda principalmente porque por el tamaño del escenario del lugar donde nos presentaríamos (el bar-restaurant Galería Café Libro de la 93) no teníamos facilidad para realizar nuestros diferentes cambios de vestuario. Además de esto, otra de las razones en ambas circunstancias fue poder convocar más fácilmente

público, ya que la Ciudad a Contraluz la habían visto más de una vez la mayoría de nuestros familiares y amigos.

El término “cantarola” proviene del contexto uruguayo y cabe aclarar que solo lo usamos entre nosotros para referirnos a estas dos presentaciones, pues externamente las publicitamos de manera diferente: a la primera la denominamos “Noche Uruguaya” y la segunda la anunciamos como el “estreno de dos mini espectáculos”. Ya que las dos Cantarolas las pensamos como presentaciones diferentes a la Ciudad a Contraluz, en ambas presentamos canciones del repertorio murguero pero sin conectarlas como un espectáculo de murga tradicional del carnaval. Estos repertorios estuvieron conformados por saludos, cuplés, retiradas y canciones que hacían parte de la Ciudad a Contraluz; otros que lo fueron alguna vez; temas nuevos y otros que retomamos del repertorio anteriormente montado por los ex-integrantes del grupo Cyan, al cual pertenecieron varios de los integrantes de la CMB.

La creación y puesta en escena de todos estos espectáculos han supuesto para los integrantes de la CMB adentrarse en un proceso creativo en torno a conocer y aprender cómo hacer murga uruguaya, dentro del cual ha sido fundamental el consumo de este género por parte de ellos. El consumo es el medio a través del cual los integrantes de la CMB pueden acercarse a saber como hacerla, ya sea referenciando los videos y audios de diferentes murgas uruguayas, intercambiando entre ellos conocimientos o hablando con uruguayos que puedan contarles como se vive y experimenta la murga en Uruguay. Estar inmersos en un proceso creativo es por ello lo que ha contextualizado las prácticas de consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB, dándoles unas características especiales, por las cuales me pregunto y busco analizar a lo largo de este trabajo.

### **1.3 PERTINENCIA DEL ESTUDIO DEL CONSUMO DE UNA MÚSICA LOCAL EN TIEMPOS DE GLOBALIZACIÓN**

Como lo anotaba anteriormente, de acuerdo con Fornaro (2002) la murga uruguaya a lo largo de su historia ha pasado fundamentalmente por tres etapas: de formación, de

asentamiento del género y una tercera de auge y modificación acelerada. Esta última etapa, dentro de la cual ubico mi pregunta por su consumo actual en contextos diferentes al que históricamente le dio su origen, puede enmarcarse así mismo en lo que no solo en ciencias sociales, sino en diferentes campos del conocimiento, ha sido denominado como globalización.

La globalización, aunque no es un fenómeno completamente nuevo ya que desde hace muchos siglos el mundo ha sido un espacio interconectado, es un término que se refiere a una intensificación de la interconexión global a partir del desarrollo de la tecnología moderna durante el siglo XX, particularmente en el transporte y la comunicación con la introducción y mejoras en la aviación, la telefonía, los computadores y el vídeo (Inda y Rosaldo, 2002). Los fenómenos económicos, políticos, culturales de finales del siglo XX, que trascendieron las naciones y los pueblos, son los que nos permiten hablar de “la globalización de las sociedades y la mundialización de la cultura” (Ortiz, 1998, p. xvii).

Para Inda y Rosaldo (2002) el mundo de la globalización es un mundo en movimiento, “a world of motion” (p.3), el cual sugiere que las fronteras y los límites son cada vez más porosos, permitiendo que más y más pueblos y culturas sean arrojados dentro de un intenso e inmediato contacto unos con otros; un mundo lleno de movimiento y mezcla, contactos y vínculos, y un persistente intercambio e interacción cultural. Es un mundo donde pueblos y culturas formalmente localizadas en diferentes partes del mundo ahora se encuentran a ellos mismos habitando los mismos terrenos físicos, innumerables territorios donde convergen varias culturas. Con su consumo en diferentes contextos al uruguayo y los otros aspectos que identifica Fornaro (2002)—su presencia en el circuito comercial de espectáculos fuera del ciclo del carnaval, la presencia de la murga en el mercado discográfico y la profesionalización de muchos conjuntos— puede evidenciarse cómo la murga uruguaya está inmersa y participa también dentro de este contexto de intensificación de las interconexiones a nivel global y los diferentes intercambios e interacciones culturales que caracterizan estos tiempos de globalización.

Si bien dentro de la antropología ver lo cultural muy cercano a las particularidades del lugar llevó tradicionalmente a la idea de “una cultura”, entendida como un grupo de personas (ya sea nación, etnia, tribu, etc.) que usan más o menos un sistema compartido de significados para interpretar y dar sentido al mundo, estrechamente ligada a la idea de un territorio fijo (Inda y Rosaldo, 2002), desde los años ochenta del siglo pasado la disciplina comenzó a problematizar esta asociación de las manifestaciones culturales a territorios y culturas claramente delimitadas (Gupta y Ferguson, 2008; Appadurai, 2001; Abu-Lughod, 2006; Escobar, 2005) y a interesarse por evidenciar cómo lo considerado local y popular es dinámico y se articula de múltiples maneras con procesos, discursos y dinámicas globales. “Nowadays (...) it is impossible, or at least rather unreasonable, to think of culture strictly in such localized terms, to view it as the natural property of spatially circumscribed populations. Globalization has radically pulled culture apart from place. It has visibly dislodged it from particular locales” (Inda y Rosaldo, 2002, p. 11).

Sin embargo, a pesar de que la globalización ha permitido hacer más evidente cómo la cultura no puede conceptualizarse como algo claramente delimitada y ligada estrechamente a un territorio, la antropología tampoco las piensa flotando libremente sin un ancla dentro de la intensificación de interconexiones globales, movimientos e intercambios e interacciones culturales. Es en este sentido que Inda y Rosaldo (2002) introducen el concepto de des/territorialización para pensar cómo la cultura globalizada nunca es simplemente desterritorializada—término que refiere al debilitamiento general de los lazos entre la cultura y el lugar y que apunta a cómo los procesos culturales trascienden fácilmente determinados límites territoriales—sino que también es siempre reterritorializada—esto es reinsertada en nuevos contextos espacio-temporales, relocalizada en nuevos entornos culturales específicos—. La desterritorialización y la reterritorialización no son dos procesos separados sino simultáneos; conforman un doble movimiento para el cual Inda y Rosaldo (2002) proponen el neologismo de *des/territorialización* (“de/territorialization”).

It suggests that while the connection between culture and specific places may be weakening, it does not mean that culture has altogether lost its place. It just signifies that culture has been placed otherwise, such that it no longer

necessarily belongs in or to a particular place. In short, it means that culture continues to have a territorialized existence, albeit a rather unstable one. (Inda y Rosaldo, 2002, p. 12)

Que indiscutible e históricamente el surgimiento y desarrollo de la murga uruguaya haya estado ligado a un territorio (Uruguay) y a unos grupos culturales específicos, sumado a que esta territorialización siga jugando un papel fundamental en su definición genérica (por eso el “uruguaya”) , es lo que me permite denominar y conceptualizar la murga uruguaya como una *música local* (Ochoa, 2003) y analizarla como tal dentro del caso de su *consumo* por parte de la Cuadrilla Murguera Bogotana en un territorio y contexto sociocultural e histórico diferente al que le dio su origen y amplio desarrollo, enmarcando mi investigación de esta manera en lo que podría denominar el consumo de músicas locales en tiempos de globalización.

Preguntarme por la apropiación de esta música local en el caso de la CMB en términos de su *consumo* está en línea con el planteamiento de teóricos como Pierre Bourdieu (2007), García Canclini (1990), Jesús Martín-Barbero (2003) y Arjun Appadurai (2001), quienes argumentan que ligado al desarrollo de las técnicas digitales en los últimos tiempos se ha dado una intensificación en la transformación de lo considerado local y popular, haciendo que a estos se les considere como “bienes de mercado”, “artículos de consumo” dentro de una economía cultural global, es decir más allá de lo local y lo nacional. Defendiendo el no reduccionismo económico del concepto de consumo es la manera como estos hablan entonces de un *consumo cultural* evidenciando e interesándose por estudiar cómo en estos tiempos de globalización, lo cultural es también un bien en circulación. Hay diferentes maneras de consumir, es decir, de apropiarse de estos bienes culturales y hay unas condiciones que producen consumidores de estos bienes culturales y su gusto; las ciencias sociales trabajan por establecer estas condiciones y por describir las diferentes maneras de consumo de los bienes culturales (Bourdieu, 2007).

Dentro de esta línea de pensamiento, si se quiere resistir a los discursos pesimistas y científicamente débiles sobre la uniformización, la estandarización y la nivelación de los gustos, es importante interesarnos por los “modos de apropiación múltiples” (Lahire, 2005,

p. 59), por estudiar cómo los mismos productos, las mismas obras son objeto de apropiaciones diferenciadas. De acuerdo con Lahire (2005), todos somos receptores-consumidores activos de obras, es decir de productos culturales, y de acuerdo con los trabajos de la sociología y la historia de la recepción, todos los “receptores” son productores activos del sentido de la obra en tanto que “el sentido de la obra no está inscripto en ella, como esperando ser revelado o descifrado, sino que se produce en el encuentro entre la obra y sus <<receptores>> (...) No hay por tanto, <<un sentido>>, sino sentidos producidos en cada uno de los encuentros entre los públicos y las obras” (p. 59).

De esta manera es como se evidencia en la práctica la caducidad de los argumentos conductistas del consumo, los cuales lo reducen a una “simple relación entre las necesidades y los bienes creados para satisfacerlos” (Mata, 1997, p. 7), y economicista que ve el consumo como “puro lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y mero requisito necesario para la expansión del capital” (p.7). Argumentos que impedían evidenciar el consumo como un espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales, una extendida práctica social que debe ser abordada como “un modo de organización y funcionamiento de la cultura, como un terreno en el cual se despliegan diversas estrategias de interacción entre los sujetos y con el mundo de objetos que les rodea” (p. 7).

En este contexto, entiendo el consumo como “*conjunto de prácticas socioculturales en las que se construyen significados y sentidos del vivir, a través de la apropiación y uso de bienes*” (Mata, 1997, p. 7), que tiene que ver tanto con recepción de contenidos culturales mediáticos como con los usos que quienes los reciben les dan a estos (García Canclini, 1990; Martín-Barbero, 2002 y 2003; Ochoa, 1998 y 2003]. Un énfasis en los usos, permite ver cómo el consumo y la producción están estrechamente interrelacionados y desligar el consumo de una concepción reproductivista:

El consumo no sólo es reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos; lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decididamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales. (Martín-Barbero, 2003, p. 295)

En este sentido, mi trabajo analiza el consumo no como un acto realizado por espectadores pasivos sino como un proceso activo, que tiene que ver tanto con recepción de contenidos como con la producción de estos; tomando en cuenta cómo el consumo y la producción están interrelacionados siempre, si bien no son simultáneos ya que pueden haber momentos más claramente de producción que de consumo, o viceversa, pero nunca separados el uno del otro (Ritzer, 2014). Esto, en el caso concreto que me propongo analizar, supone evidenciar y argumentar cómo el consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB tiene que ver con cómo hemos creado y realizado murga. La investigación en el campo de la producción musical de músicas locales como un campo de investigación exige “marcos analíticos que partan de los *usos* de las músicas y un contexto interactivo que permita entender los diferentes procesos de movilización musical y sus implicaciones” (Ochoa, 2003, p. 124 [cursiva mía]).

La pertinencia del abordaje desde el consumo, sin olvidar su interrelación con la producción, lo articulo con que de acuerdo con Ritzer (2014) en nuestros tiempos, y a lo largo de la historia, los cambios en la producción siempre han sido y son frecuentemente más fáciles de notar por estudiosos y la sociedad en general que los cambios en el consumo a los cuales no se les ha prestado suficiente atención. Partiendo de esto, al menos hasta hace poco, es que de manera general tampoco se ha reconocido la forma en que la producción y el consumo han estado y están siempre interrelacionados—para Ritzer (2014), tomando un concepto inventado por Alvin Toffler (1980; Toffler y Toffler, 2006), en un mismo proceso denominado *prosumption* (prosumo)—. Los cambios en el prosumo “are largely invisible not only to scholars, but also to the people most actively involved in, and affected by, them” (Ritzer, 2014, p. 3-4).

Para analizar el consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB considero, de acuerdo con Sunkel (2004), muy útil la propuesta metodológica de Martín-Barbero (2003 [1987]) de hacer énfasis en las mediaciones. Esto me permite entender la relación entre productores, consumidores y medios de comunicación como producto de negociaciones y articulaciones constantes, prácticas cotidianas entre ellos, conformando un

espacio tanto social como tecnológico contingente y no determinado. Este carácter contingente cuestiona el lugar clásico que se les ha otorgado a los productores como los que producen, los medios como los que transmiten y los consumidores como los que reciben. Las mediaciones me permite analizar lo que ocurre efectivamente con los contenidos de la comunicación, para este caso específico, con la murga uruguaya en tanto contenido que circula y su consumo por parte de los integrantes de la Cuadrilla Murguera Bogotana no desvinculado de procesos creativos productivos y el uso de medios de comunicación para ello. Su abordaje se genera a partir de la observación y análisis de las prácticas y las interacciones entre los integrantes de esta agrupación en torno al uso de murga uruguaya entendida como bien de consumo en circulación. De esta manera, encuentro que el énfasis en las mediaciones me permite metodológicamente analizar lo que de acuerdo con Ritzer (2014) argumento: que ni el consumo ni la producción pueden concebirse en ningún momento como estados separados el uno del otro y, por ello, como estados puros.

Entender el consumo como continuamente interrelacionado y articulado con la producción y los medios de comunicación a través del concepto mediación, es la manera de acercarme a analizar el proceso de *des/territorialización* (Inda y Rosaldo, 2002) de la murga uruguaya como música local en el caso de su apropiación por parte de los integrantes de la CMB. Esta es la perspectiva en la que me ubico frente a diferentes abordajes que se han hecho de las músicas locales dentro de la literatura antropológica y etnomusicológica, como por ejemplo su relación con movimientos sociales y procesos educativos (Miñana, 2006) o con procesos de identidad social (Vila, 2002), nacional (Wade, 2002; Ochoa y Cragolini, 2002; Wong, 2002; Garramuño, 2007), étnica, racial o de género (Wade, 2002). De esta manera de acuerdo con mi interés teórico en el consumo de estas músicas y lo expuesto sobre la globalización, me concentraré en los trabajos que abordan como músicas asociadas históricamente a un territorio específico con consumidas por diferentes tipos de públicos y a través de diferentes medios en otros contextos a los que históricamente se liga su origen, usando para ello el concepto de procesos de *des/territorialización* (Inda y Rosaldo, 2002). Bajo este criterio encuentro que algunos trabajos han abordado estos procesos de “*des/territorialización*” de músicas locales en términos de migración, nomadismo y viaje (Gómez y Jaramillo, 2013; Domínguez, 2012; Quintero, 2002; Pelinski, 2009; Garramuño,

2007) o de difusión, masificación y comercialización (Ochoa, 1998 y 2003; Wade, 2002; Fornaro, 2013; Gómez y Jaramillo, 2013; Ochoa y Cragolini, 2002; Waxer, 2002; Simonett, 2002; Rossi, 2012; Wong, 2002; Bigenho, 2010; Kukkonen, 2000).

Entre los trabajos de una perspectiva concentrada en migraciones, nomadismo y viajes, Gómez y Jaramillo (2013) presentan el caso de la llegada y difusión de la salsa en Bogotá, y Domínguez (2012) el caso de la murga uruguaya y el candombe uruguayo en Argentina, reconociendo y mostrando el papel que tuvieron los medios masivos en este fenómeno; subrayan sobre todo la importancia de las migraciones en las décadas de los cincuenta, sesenta y setenta del siglo XX. Por su parte Quintero (2002) analiza algunas de las razones que explican el desarrollo de la salsa como manifestación de una identidad caribeña en el contexto hegemónico de la globalización hacia finales de los años sesenta y la emigración caribeña a los Estados Unidos.

Frente a trabajos de perspectiva en la migración, el nomadismo y el viaje, considero que mi trabajo abordaría una perspectiva diferente al no concentrarse únicamente en los movimientos de personas y, con ello, en la implicación del desplazamiento o movimiento de números poblacionales considerables por causas económicas, políticas o sociales estructurales, y su asentamiento indefinido en los nuevos lugares a los que llegan. No haría referencia tampoco a casos de larga data y abordaje, sino a un caso relativamente contemporáneo y poco estudiado.

Por otro lado están los trabajos que abordan las músicas locales desde su difusión, masificación y comercialización. Entre ellos está el trabajo de Wade (2002) quien presenta el caso de la música del caribe colombiano preguntándose por qué a mediados del siglo XX estos ritmos “se convirtieron en la corriente musical colombiana de mayor éxito comercial y de mayor reconocimiento internacional” (Wade, 2000, p. 2). Ochoa (1998) y Simonett (2002) presentan casos que dentro de los trabajos sobre des/territorialización de músicas locales analizan de manera central el papel de la industria musical en su transformación, analizándolas desde la categoría de músicas del mundo (o World Music). Categoría creada por la industria musical y que la academia utiliza para enfatizar sobre los aspectos de

comercialización en y con las músicas locales, fundamentalmente entre países noratlánticos (geopolíticamente hablando) y del tercer mundo.

Simonett (2002) analiza “la tecnobanda”, una versión tecno de la banda acústica al estilo de la banda de viento regional de Sinaloa (estado del nordeste de México), como estilo musical naciente que recorrió todo el sur de California (EEUU) a principio de los años noventa adquiriendo en este nuevo contexto gran popularidad. Por su parte Ochoa (1998) analiza dos producciones de artistas colombianos: La candela viva de Totó la Momposina y La tierra del olvido de Carlos Vives explorando tanto el modo de “su ingreso al mercado” como al “imaginario por medio del cual se constituye la mediación a nivel transnacional de las músicas regionales” (Ochoa, 1998, p. 102) argumentado a partir de ello que “el proceso de pasar de lo regional a lo transnacional de cada una de estas músicas [locales] es medida de una forma diferente” (p.102)

Frente a estos estudios en perspectiva de la difusión, masificación y comercialización, que consideran los casos más evidentes y de fuerte articulación entre las músicas locales y la industria musical, considero que mi trabajo brindaría otra perspectiva de análisis al considerar el caso de una música local cuyo lazo con la industria musical actualmente no es tan evidente y fuerte, al no ser la murga uruguaya hoy en día una música tan comercializada respecto a otras músicas más mediatizadas a nivel mundial. Adicionalmente la relación entre los contextos que se analizarían no son los que este enfoque aborda principalmente: la relación entre países noratlánticos y países tercermundistas; de ponerse en estos términos considero que ambos (Uruguay y Colombia) pertenecerían a este último contexto geopolítico. El “circuito comercial transnacional”, a nivel musical, que conectaría a estos dos países no es tampoco tan claro como en los casos analizados por estos autores.

El contexto, tanto teórico como temático en torno al consumo de músicas locales en tiempos de globalización, presentado a lo largo de este capítulo introduce y justifica la pertinencia de abordar y presentar el consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB. Dar cuenta de esto y presentar una serie de argumentaciones al respecto es el objetivo de los próximos dos capítulos en mayor articulación con la

etnografía, evidenciado los significados, prácticas e interacciones de los integrantes de la CMB en torno al consumo este género musical-teatral en un contexto sociocultural diferente al que históricamente se ha ligado su origen y amplio desarrollo.

## CAPÍTULO 2:

### EL CONSUMO DE UNA MÚSICA LOCAL PARA EL “SABER CREAR” Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA AUTORIDAD CREATIVA

*“(…) proceso de reelaboraciones y montajes, la música constituye un exponente clave de lo popular urbano. (...) la nueva música se produce no por abandono, sino por mestizaje, por deformación profanatoria de <<lo auténtico>>.”*

*Jesús Martín-Barbero (2003, p. 279)*

El día de la reunión inaugural de la CMB, el 2 de marzo de 2014, Oscar y Sergio plantearon como libre la elección de ser parte de los diferentes equipos en los que inicialmente habían repartido las diferentes tareas y áreas de desarrollo y gestión de la CMB. Para inscribirnos y ser parte de los equipos que quisiéramos, debíamos simplemente escribir nuestro nombre en unos papelitos y pegarlos en una o varias de las carteleras donde ellos habían escrito los nombres de los equipos. Recuerdo que en ese momento lo único que se me pasó por la cabeza respecto a ser parte del equipo de concepto fue reconocer que no sabía casi nada sobre murga y que en ese sentido no tendría mucho por aportar en la creación de espectáculos:

—Si yo no tengo casi idea de murga, ¿qué voy a ir a hacer allá?— pensaba.

Sin embargo, pasados uno o dos meses Sergio, codirector de la CMB e integrante del equipo, me invitó a ser parte. Frente a mis excusas de falta de conocimientos, me objetó que no era la única y que todos nos encontrábamos en el mismo proceso de aprendizaje sobre el género. Me pareció curioso que esto lo dijera quien entre nosotros sabía más de murga, y como realmente me parecía interesante la función encargada a este equipo, acepté su invitación, siendo desde ese entonces hasta ahora integrante de él.

Actualmente el equipo de concepto está constituido por 6 de los 20 integrantes de la CMB. Aunque sus integrantes han cambiado a lo largo del tiempo, la función de este equipo siempre ha sido la creación conceptual de los espectáculos de la CMB, es decir, la elección de la temática general de cada espectáculo y las perspectivas desde las cuales desarrollarla:

cómo se presentarán y conectarán las diferentes escenas, a través de qué tipo de canciones, cupleteros y personajes, etc. Fueron Oscar y Sergio, el director y el codirector de la CMB, quienes desde el principio le asignaron esta función al equipo. Sin embargo, derivado de la creación conceptual, la creación escénica paulatinamente también llegó a ser parte crucial de la función de este equipo dentro de la CMB, ya que dentro de la murga tanto el teatro como en general el movimiento individual y colectivo juegan un papel fundamental, por lo que este equipo comenzó a diseñar también movimientos coreográficos más específicos.

En este capítulo me concentro en caracterizar el consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes del equipo de concepto, argumentando que su consumo está orientado al “saber crear” —es decir a la creación conceptual y escénica de los espectáculos—, y se articula con la conformación de una “autoridad creativa” por parte de los integrantes del equipo, con la cual influyen notoriamente en el consumo de murga uruguaya desarrollada por el resto de integrantes de la CMB. En esta línea, a lo largo del primer acápite argumento cómo el consumo de referentes de murga uruguaya por parte de los integrantes de este equipo está estrechamente relacionado con una búsqueda de autenticidad que le dé a la agrupación en general la legitimidad de poder presentarse y autodenominarse como murga de estilo uruguayo en un contexto diferente a Uruguay. Partiendo de esto el segundo acápite complementará lo anterior evidenciando cómo esta búsqueda de autenticidad y legitimidad, referenciando murgas y murguistas uruguayos por parte de los integrantes del equipo concepto, les permite la construcción de un “saber crear” que a su vez les posibilita el ejercicio de una “autoridad creativa”, es decir, el ejercer con la legitimidad las labores que les fueron encargadas: la creación conceptual y escénica de los diferentes espectáculos.

## **2.1: LA BÚSQUEDA DE AUTENTICIDAD COMO FUNDAMENTO Y CONSTRUCCIÓN DE LEGITIMIDAD**

Para muchos colombianos ese 7 de agosto se conmemoraba la “Batalla de Boyacá”; era un viernes festivo, un día libre, de descanso y para pasar en familia. Para nosotros, los integrantes del equipo de concepto de la CMB no lo era, pues desde las siete de la mañana habíamos estado trabajando con el resto de nuestros compañeros en una sesión de fotos

planeada por el equipo de redes sociales para tener material publicitario del grupo. Ahora, una vez acabada esta sesión, íbamos a almorzar y a realizar nuestra reunión semanal.

Nos encontrábamos cinco de los seis integrantes del equipo: Sergio, Vladimir, Lina, Rocío y yo. Faltaba Sofía. A este almuerzo-reunión se nos había unido Oscar, el director de la murga quien a pesar de no ser parte de este equipo lo invitamos para que no almorzara solo, pues el resto de nuestros compañeros se habían ido. Estábamos por el centro histórico de Bogotá y como Vladimir para ese entonces era vegetariano, nos llevó a un restaurante de este estilo cercano a donde estábamos. Llegamos, almorzamos primero y luego comenzamos nuestra reunión sentados en aquel restaurante, donde afortunadamente no nos pusieron problema por quedarnos tanto tiempo, dos horas allí ocupando esa mesa.

Comenzamos definiendo una lista de los temas que teníamos pendientes y debíamos tratar para esta reunión. Llevábamos un rato hablando y definiendo un cronograma de trabajo referente a estos temas, cuando Sergio nos dijo que tenía otro tema pendiente para que discutiéramos como equipo. Comenzó a hablarnos de algo que terminaría abarcando la mayoría del tiempo de nuestra reunión, un tema que al parecer hacía un buen tiempo quería abordar: el rol en escena de Oscar como nuestro director. Quería que discutiéramos y debatiéramos en torno a si Oscar debería ser un murguista más como el resto de nosotros, como lo venía siendo hasta el momento, o si asumiría un rol de director diferenciándose de todos.

Aunque en rigor se considera *murguista* a todo aquel que hace murga participando en su desarrollo o creación, el rol al que Sergio se refería puntualmente era al de cantores-actores (ver capítulo 1, subcapítulo 1) que desempeñan los integrantes del coro de una murga en escena: ya sea como cupleteros (conectando toda la temática presentada a lo largo del show o apareciendo solo durante momentos específicos), o como personajes generales que realizan el resto de los integrantes no cupleteros de acuerdo con el tema de cada cuplé.

Debido a que hasta el momento nadie más dentro de la CMB había presentado una inquietud a profundidad sobre el rol en escena del director de una murga desde que

comenzamos nuestras presentaciones, Oscar siempre había desarrollado personajes generales desde su vestuario y actuación dentro de cada uno de los cuplés de la Ciudad a Contraluz—e incluso durante el espectáculo que presentó la CMB en Riosucio su vestuario fue completamente igual al de todos durante todo el show—. Identificado como un personaje más era como repetidamente se separaba del coro (del resto de personajes) para pararse al frente de todos y dirigirnos en los inicios y cierres de canciones o dinámicas vocales, para girarse y cantarle desde allí al público o a veces para caminar rápidamente detrás de nosotros e indicarnos las notas iniciales de la mayoría de fragmentos musicales inmediatamente posteriores a diálogos entre cupleteros, los cuales son muy frecuentes en la murga uruguaya a lo largo de un mismo cuplé. Durante el saludo y la retirada, Oscar sí había tenido un vestuario diferente al del resto de los integrantes, pero no era algo muy notorio ya que usaba un chaleco igual al de todos con un color diferente. En estas dos secciones, aunque Oscar usaba también un sombrero de copa diferente (más alto y con cintas de variados diseños y no de una sola tela), no lo usaba para las canciones de inicio y final ni para los cuplés quedándose sin este elemento distintivo durante estas partes del espectáculo.

Era entonces precisamente una distinción más notoria y continua de Oscar en escena respecto al resto de integrantes lo que Sergio quería que discutiéramos y aprobáramos como equipo de concepto encargado de estas decisiones conceptuales y escénicas de los espectáculos. Este asunto lo traía a la instancia de este equipo después de haberlo hecho previamente al equipo de vestuario y no haber estado de acuerdo con su posición: que Oscar siguiera haciendo personajes como hasta el momento lo venía haciendo.

Teniendo este antecedente, y ya que Rocío y yo hacíamos parte tanto del equipo de concepto como de vestuario, Sergio usó un argumento que no nos había presentado anteriormente a las integrantes del equipo de vestuario para poder sustentar por qué ahora traía este tema a discusión en el equipo de concepto: nos dijo que lo hacía basado en las murgas que conocía y los espectáculos de murga que él había visto. Frente a esto cabe explicitar aquí que dentro del proceso del grupo y entre los integrantes es sabido y continuamente evidenciado que él es uno de los que más ha visto y conoce sobre murga

uruguaya. Sergio nos dijo que algo que definitivamente identificaba a partir de estas observaciones de murgas era que el director no era un personaje como el resto de los integrantes del coro, sino que siempre se diferenciaba como director, y que por estas observaciones no le generaba incomodidad que el director se diferenciara siempre, mientras que los personajes de Oscar, dirigiendo en nuestro caso, era lo que le generaba problema. Nos dijo que como en nuestra propia experiencia todos lo habíamos podido notar y vivir, un murguista en el transcurso de un show de murga no desarrolla uno sino varios personajes por lo cual consideraba problemático que Oscar, siendo el director, estuviera asumiendo la caracterización de varios personajes cantando a un lado de la fila que arma el coro en escena y de repente pasara también al frente a dirigirnos a todos. Después de escuchar sus argumentos, el resto del equipo estuvo de acuerdo en que abordáramos el tema a pesar de que ya habíamos definido otros para tratar ese día, sobre todo aprovechando que Oscar estaba ahí con nosotros.

En el equipo de vestuario y maquillaje, Rocío, Mariana y yo, nos habíamos remitido a ver un video en YouTube de uno de los cuplés que presentamos en nuestro espectáculo de la Ciudad a Contraluz: el cuplé de “Todas las familias/Qué familia mi familia/los Tapados” de la murga A contramano 2009. Nos remitimos a este ya que por ese tiempo como equipo de vestuario y maquillaje nos encontrábamos desarrollando unas propuestas para enriquecer y mejorar los vestuarios de los “personajes de familia” que cada integrante (incluyendo a Oscar) asumía y personificaba durante ese cuplé y otros—los cuales presentábamos como personajes de familia para conectarlos en nuestra adaptación aunque eran cuplés de otras murgas y otros espectáculos con otros vestuarios y personajes—. El video de “Todas las Familias” de A contramano 2009, el cual era de una de las presentaciones de esta murga en el Teatro de Verano en el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas del carnaval (ver capítulo 1, acápite 1), no había sido tomado y subido con la mejor calidad y por ello la imagen no era muy nítida. Esto influyó en que no estuviéramos completamente seguras de lo que veíamos, pero nos pareció ver que el director de esa murga durante el cuplé llevaba un vestuario muy similar al de los otros integrantes y parecía caracterizando a un personaje de familia. Basadas en esto, habíamos tomado la decisión con la que le habíamos respondido a Sergio: que Oscar seguiría siendo un personaje como el resto de los

integrantes del coro, no solo en ese cuplé sino en los demás también, diferenciándose únicamente en las puntas (el saludo y la retirada).

Ya que nuestra decisión la habíamos tomado con base en una observación no muy clara y detallada— pues además de la calidad del video no miramos videos de los otros cuplés que presentamos durante la Ciudad a Contraluz u otras partes del show de A contramano 2009, o incluso no buscamos otros videos de mejor calidad de ese mismo cuplé—, el argumento que presentaba Sergio en la reunión del equipo de concepto nos dejaba en cierta forma sin fundamento para mantenerla y defenderla pues él se basaba en todos los espectáculos y murgas que había visto y que sabíamos que no eran pocos. No teníamos argumentos que nos permitieran contra argumentar su posición, por lo cual permitimos que la discusión se desarrollara, e incluso nos cuestionáramos y replanteáramos nuestra propia decisión. La discusión además se desarrollaría desde un plano conceptual diferente al que nosotras habíamos priorizado en el vestuario de los personajes, ya que Sergio presentaba este tema como algo conceptual y escénicamente conflictivo.

Los argumentos de Sergio generaron que Lina y Vladimir también comenzaran a expresar una serie de reflexiones respecto al papel del director de una murga, basados en los espectáculos y directores que ellos a su vez habían visto. Lina comentó que el director es el ancla de toda la historia y que uno siempre sabe quién es el director; en cambio los murguistas siempre varían. Vladimir, por su parte, agregó que el director es director durante todos los cambios que pasan y habló puntualmente de dos directores de murga: Martín Angiolini y Tabaré Cardozo. A partir de Martín Angiolini resaltó que el director puede entrar y jugar con el resto de los murguistas y cómo Tabaré Cardozo canta a veces por fuera de la línea de coro, entra, se involucra y vuelve a salir, sin dejar de estar, como lo hace en el cuplé del “Amigo del alma” (de la murga Curtidores de Hongos 2004). Vladimir concluía de esta manera que identificaba en los directores un determinado “carácter”: que el director es director todo el tiempo, pero puede interactuar y “volver a salir” (Diario de campo, reunión equipo concepto, 7 de agosto de 2015).

A partir de esto, Rocío aprovechó para preguntarle a Oscar qué carácter de director se había planteado realizar él. Antes de que Oscar respondiera, Sergio comentó “el carácter de nuestro director es muy Pitufu” (Diario de campo, reunión equipo concepto, 7 de agosto de 2015), refiriéndose al Pitufu Lombardo, un reconocido director y compositor uruguayo de murga y otros géneros uruguayos, de quien todos los integrantes del equipo sabíamos su importancia en el género. Oscar confirmó las palabras de Sergio y dijo que definitivamente un referente que él siempre había tenido era el Pitufu Lombardo porque desde una perspectiva teatral le parecía muy impactante y llamativo por sus expresiones.

El debate presentado, en torno al papel del director de una murga en escena, me lleva a preguntarme por el papel que han jugado y juegan los referentes de murgas uruguayas en el desarrollo de nuestros procesos creativos. Los referentes son el medio a través del cual nos cuestionamos nuestro propio proceso, la fuente en la cual hallábamos respuestas a nuestras preguntas y el medio por el cual se argumentaba y justificaba el replanteamiento de un asunto, presentándolo incluso como “problemático” y necesario de resolver. Estábamos dotando a los referentes de una cierta autoridad para juzgar nuestro propio proceso y considerar como legítimas y pertinentes discusiones y debates entre los integrantes del equipo de concepto los cuales, no se debe olvidar, son los principales encargados de la creación conceptual y escénica de los espectáculos de la CMB. Así mismo la diferencia entre tener un mayor o un menor conocimiento de referentes era lo que permitía poder sostener con mayor consistencia una posición y que esta fuera finalmente validada y aceptada por el resto de integrantes de la murga.

¿Pero en qué consistía esta autoridad que le atribuimos a los referentes?; ¿de dónde provenía?; ¿por qué la aceptábamos? Estas preguntas me llevaron a considerar que era como si esta autoridad que le atribuimos a los referentes de espectáculos, murgas y murguistas proviniera de algo que encontrábamos intrínseco e inherente a ellos. Tomando un concepto hace varias décadas enunciado por Walter Benjamin (1936), era como si en estos referentes encontráramos y reconociéramos un “aura”, una autenticidad de la murga uruguaya que buscábamos mantener en nuestras “reproducciones” del género, así fueran adaptaciones o creaciones nuevas. Era una preocupación e interés que nos surgía al

reconocer que nos encontramos desarrollando murga uruguaya en un contexto diferente al que históricamente le dio su origen y sin pertenecer a los grupos culturales con los cuales tradicionalmente también se ha asociado este género. Por ello lo que buscábamos al referenciar murgas, espectáculos y murguistas uruguayos era poder asegurarnos de estar haciendo verdaderamente murga uruguaya y a partir de esto sentirnos también autorizados a autodenominarnos y presentarnos como una murga de este estilo. Se trataba de una búsqueda de una autenticidad para ganar seguridad y legitimidad en nuestro propio proceso.

De esta manera es como puede verse, de acuerdo con Regina Bendix (1997), que en torno a la autenticidad “las preguntas cruciales que deben ser respondidas no son ‘¿qué es la autenticidad?’ sino ‘¿quién necesita autenticidad y por qué?’ y ‘¿cómo se está usando esta autenticidad?’” (p.21). Hemos construido referentes para nuestra murga con el interés de poder orientar y dirigir el proceso general de la CMB de ser y hacer murga uruguaya en un contexto diferente al uruguayo. Con las funciones que tenemos a cargo, estábamos buscando conseguir una especie de seguridad para el resto de la agrupación de estar haciendo efectivamente murga de estilo uruguayo.

Se trata de un ejercicio que privilegia referentes de espectáculos de murgas que se hacen en Uruguay y de murgas y murguistas uruguayos, teniendo de esta manera muy presente la manifestación de la murga como una *música local* (Ochoa, 2003), es decir, reconociéndola e interpretándola como una música históricamente asociada a un territorio y a un grupo cultural específico. Esa territorialización de la murga *como* uruguaya, realizada por nosotros en nuestro proceso creativo, nos permitía construir un “auténtico referente” de cómo hacer murga uruguaya, al que le atribuíamos la autoridad de cuestionarnos e indicarnos como hacerla. Al entender la murga uruguaya como una música local, hemos circunscrito nuestro consumo de murga en una búsqueda de autenticidad del género que nos asegure una legitimidad para producirla y autodenominarnos como “murga uruguaya”, como si estuviéramos en busca de lo “auténtico incuestionable”. Esto auténtico incuestionable han sido los referentes de murgas, espectáculos y murguistas en y de Uruguay, específicamente del Carnaval de Montevideo—ya que la mayoría de los videos que se encuentran de presentaciones de murga uruguaya son de las murgas que cada año

han pasado al Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas y que pueden por eso presentarse en tiempos del carnaval en Montevideo y salir por televisión nacional en las emisiones de sus funciones en el Teatro de Verano (ver capítulo 1, subcapítulo 1)—. Esta es una elección determinada, ya que los integrantes del grupo conocemos el movimiento murguero que hay en otros en países como Argentina y Chile.

Este tipo de apropiación de la murga uruguaya por parte de la CMB puede verse en contraposición a cómo se ha dado en las últimas décadas la incorporación de elementos asociados a la murga uruguaya—y también al candombe uruguayo—por parte de conjuntos argentinos de rock, de tango, jazz y folclore. De acuerdo con Domínguez (2012), esta apropiación de elementos de la murga uruguaya por parte de músicos y público argentino, ha tenido lugar en medio de conflictos, tenciones y disputas por lo que es “propio” de una u otra nación debido a la cercanía y la porosidad de la frontera internacional entre Argentina y Uruguay. Las migraciones de personas entre uno y otro país y los muchos discursos que históricamente han enfatizado la existencia de un patrimonio cultural y musical compartido por uruguayos y argentinos en la región del Río de la Plata, hacen que sus diversos intercambios y apropiaciones mutuas convivan en medio de conflictos regionalistas y nacionalistas por los derechos de propiedad, la autoridad para ejecutar y hablar de las formas culturales y la legitimidad de las evaluaciones estéticas (Domínguez, 2012). En este contexto surgen entre ambos países, de acuerdo con Domínguez (2012) diferentes discursos y prácticas que ven y segregan lo extranjero y lo foráneo proveniente respectivamente del país vecino como una “amenaza” a “la pureza de las formas musicales consideradas propias” (p. 32).

Una mayor distancia geográfica entre Uruguay y Colombia donde no ha sido tan marcada la existencia de procesos migratorios y una continuidad histórica y cultural que permita identificar claramente un patrimonio cultural y musical compartido entre ambas naciones, es lo que ha supuesto otras condiciones para el consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB, donde las tenciones y disputas también ocurren pero quizá en otros planos y niveles. No es por ahora mi interés en este trabajo preguntarme por cómo tienen lugar estas disputas y tensiones, pero sí evidenciar cómo en este otro contexto

colombiano y bogotano donde la murga uruguaya no es muy conocida y cotidiana pero esta siendo apropiada, ha supuesto para los integrantes de la CMB consumirla reconociéndola claramente como una música asociada a Uruguay y a los uruguayos, y así mismo apropiarla abiertamente como tal; referenciando murgas, murguistas y espectáculos uruguayos como “auténticos e incuestionables referentes” a seguir y como forma de legitimarse murga de este estilo en Bogotá.

Bajo este contexto, el recurso al consumo de estos referentes uruguayos para tomar decisiones o solucionar debates del grupo lo puede evidenciar por ejemplo cuando Sergio nos propuso volver a hacer los “ejercicios de ver murgas” que habíamos hecho durante junio y julio, pero esta vez concentrándonos en el rol del director y el tipo de movimientos que realizaba durante la actuación. Los “ejercicios de ver murgas” consistían en ver individualmente dos espectáculos de murga acordados previamente, antes de nuestra siguiente reunión de equipo para comentarlos colectivamente durante un segmento de la reunión dedicado a esto. Todos estuvimos de acuerdo con su propuesta para que a partir de ver estos espectáculos pudiéramos concretar cómo sería ese replanteamiento que haríamos del rol de Oscar en escena. A diferencia de esos ejercicios previos, surgió la idea de que acordáramos no una serie de espectáculos sino que partiéramos primero de referentes de directores y luego estableciéramos las observaciones de ciertos espectáculos que ellos hubieran dirigido.

Como la verdad yo no había visto muchos espectáculos de murga, no tenía mucha idea de referentes o si quiera nombres de directores, y por eso este requerimiento para acordar qué espectáculos ver suponía para mi poseer un conocimiento que no tenía. Solo conocía dos directores, el Pitufo Lombardo y Angiolini quienes ya habían aparecido en la discusión previamente. Por eso preferí no decir nada y escuchar las propuestas de mis compañeros. En esta discusión pude notar que de nuevo fue Sergio quien propuso principalmente nombres de directores, especificando el nombre de la murga que dirigieron y el año en el que lo hicieron. Propuso a Martín Angiolini en Curtidores de Hongos 2012 y Asaltantes con Patente 2013; a Rafael Antognazza en A contramano 2009 y 2010 y en Patos Cabreros 2015; y a Tabaré Cardozo en Agárrate Catalina 2011. El Pitufo Lombardo volvió a ser un

referente sugerido, esta vez por el resto de mis compañeros en Contrafarsa 2000 y 2002. Conformamos así una lista con cuatro directores y ocho espectáculos que decidimos repartir entre nosotros para discutirlos en nuestra próxima reunión. Esta lista y su distribución quedaron de esta manera:

Lista de referentes y asignación		
Director	Espectáculo	Encargado
Martín Angiolini	Asaltantes con Patente 2013	Rocio
	Curtidores de Hongos 2012	Yo
Pitufo Lombardo	Contrafarsa 2000	Vladimir
	Contrafarsa 2002	
Rafael Antognazza	A contramano 2009	Sergio
	A contramano 2010	
	Patos Cabreros 2015	
Tabaré Cardozo	Agarrate Catalina 2011	Lina

Como criterios de observación de estos referentes inicialmente propusimos mirar qué nos había gustado y qué no, pero posteriormente Sergio planteó que también trajéramos propuestas para Oscar de movimientos específicos para momentos concretos del espectáculo, puntualmente para nuestra retirada 2015, la cual fue una composición de algunos de los integrantes de la CMB a diferencia de las otras canciones y cuplés que presentamos en la Ciudad a Contraluz y no teníamos por eso referentes directos de movimientos para esta canción. Pero frente a esto Vladimir y Lina dijeron que consideraban mejor que nosotros, los integrantes del equipo de concepto, trajéramos las propuestas de movimientos y fuera Oscar quien decidiera en qué puntos de la canción realizarlos. Todos estuvimos de acuerdo en que sería mejor así y Oscar por su parte guardó silencio o por lo menos no nos manifestó su desacuerdo con el objetivo de este ejercicio.

Al conversar con Sergio sobre su conocimiento de murga, me comentó que en 2014 había comenzado un “proceso personal más consciente dentro del mundo de la murga” (Entrevista a Sergio Triviño, 15 de agosto de 2015). Este proceso había consistido en hacer una lista de referentes de espectáculos de los últimos quince primeros premios de la categoría de murga en el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas del Carnaval de

Montevideo. Después aprendérselos y verlos todos. Este trabajo personal, por supuesto, había influido en su propuesta de murgas para ver.

¿Entonces cuál es la tranquilidad de escoger a estos tipos?, que eran Tabaré Cardozo, Martín Angiolini y Rafael Antognazza, es que los tres han sido primeros premios en más de una vez, (...) Pero no pensamos en otros. No salieron otros nombres. Además porque básicamente esos han sido los ganadores. El Pitufo, Martín, Antognazza y Tabaré ya nos cubren: 2009 y 2010 Antognazza; 2011 Catalina [Se refería a la murga Agarrate Catalina de la cual Tabaré Cardozo es director]; 2012 pensaremos en Angiolini; 2013 Angiolini; 2014 Pablo Riqueiro, pero digamos Pablo sale de ahí; y 2015 otra vez Antognazza. Entonces en 7 años, los tenemos a ellos en 6. Sin ir más atrás del 2009, que sería 2008 La Catalina; 2007 el Pitufo; 2006 otra vez la Catalina; 2005 la Catalina; 2004 Curtidores de Hongos [cuyo director fue Tabaré Cardozo]. Entonces estamos hablando de que estos han sido los directores ganadores; la gente que ha tenido la batuta de los primeros premios de murga de esos años. (Entrevista a Sergio Triviño, 15 de agosto de 2015)

De esta manera entendí y pude comprobar más explícitamente por qué sentía que Sergio era quizá el que más sabía de murga entre nosotros. También pude ver cómo estos ejercicios de consumos personales de murga que él había hecho se relacionaban, para el caso de lo ocurrido en el equipo de concepto, con su mayor participación en las propuestas de referentes para ver el resto de nosotros también. También entendía por qué teniendo en mente tantos referentes le había parecido tan problemático que nosotros no estuviéramos diferenciando el rol del director del resto de murguistas en escena al ser esta diferenciación algo tan practicado dentro del género; y también que fuera para él una “necesidad” el referenciar como equipo (y también Oscar a nivel personal) otros directores para saber como equipo cómo resolver esta diferenciación y el replanteamiento que habíamos consentido en hacer.

El consumo de murga es la estrategia para solucionar una situación en la cual por escasez de conocimientos no sabíamos que hacer. En el caso del director, los referentes habían sido los detonantes de cuestionamientos, debates y replanteamientos dentro del grupo, y la forma de validar y sostener un argumento presentando algo como problemático, conflictivo

y necesario de resolver. Sin embargo, ahora frente a estos debates y cuestionamientos generados, es de anotar que remitirnos a referentes de murga uruguaya, mediante su consumo, es el mecanismo a través del cual también los resolvemos; el mecanismo a través del cual solucionamos nuestros propios debates y preguntas internas, precisamente por medio de esa autoridad que les conferimos a los referentes.

Estas cuestiones sobre mantener la autenticidad de la murga surgen y son identificadas en la medida en que como agrupación en general (la CMB como tal) vamos haciendo murga, en situaciones y aspectos muy concretos que hacen parte del proceso creativo dirigido por el equipo de concepto. Parten de cuestiones específicas que nos hacen preguntarnos constantemente y, en términos generales, si somos o no una murga de estilo uruguayo, si las cosas que hacemos y queremos hacer son o serían murga de este estilo o no. De esta manera, puede verse cómo la autenticidad no es algo que esté en la música misma, aunque sea como suele experimentarse (Keightley, 2006). Más que ser un valor idiosincrático abstracto (como referente de los rasgos y el carácter propios y distintivos de una colectividad), es un valor cambiante con fundamentos materiales y lógicas ideológicas analizables desde los procesos de producción y consumo que en nuestro caso estamos haciendo de la murga, procesos que no son estáticos sino que se transforman continuamente a lo largo de la historia: “The vagaries of the value [of authenticity] can be related to concrete practices of production and consumption” (Thornton, 1996, p. 85). Es el producto de negociaciones y redefiniciones permanentes (García, 2008).

Pero como el caso de Sergio lo ejemplifica—que puede ser considerado el que más sabe de murga entre nosotros, fue el que presentó y pudo validar y sostener su argumentación, propuso mayores referentes para el ejercicio de ver otros referentes— los conocimientos de murga uruguaya entre los integrantes del equipo concepto son desiguales. Esto no permitía poder solucionar como equipo determinadas situaciones al no tener ni el conocimiento ni un punto común de discusión. Fue por esto que el consumo de referentes que organizamos para desarrollar como equipo puede considerarse una “estrategia colectiva de consumo” para suplir esta escasez y desigualdad de conocimientos y generar ese punto común de discusión que nos permitiera desarrollar y resolver los debates como equipo. Las

desigualdades de conocimientos y esta estrategia colectiva de consumo desarrollada ese día me llevaron a preguntarme por el vínculo entre la búsqueda de autenticidad y la legitimidad de lo que podría denominarse una “autoridad creativa” del equipo de concepto dentro y para el resto de los integrantes de la CMB. De esto trata el siguiente acápite.

## **2.2: EL “SABER CREAR”: CONSUMO DE MURGA URUGUAYA COMO MEDIO DE EJERCER LEGÍTIMAMENTE UNA AUTORIDAD CREATIVA**

El anterior acápite argumenta cómo el consumo de referentes de murga uruguaya por parte de los integrantes del equipo de concepto está estrechamente relacionado con una búsqueda de autenticidad que le dé a la agrupación en general la legitimidad de poder presentarse y autodenominarse como murga de estilo uruguayo en un contexto diferente a Uruguay. Partiendo de esto, este segundo acápite complementará lo anterior evidenciando cómo esta búsqueda de autenticidad referenciando murgas y murguistas uruguayos por parte de los integrantes del equipo concepto les brinda y permite ejercer así mismo con legitimidad a este equipo las labores que le fueron encargadas de creación conceptual y escénica de los diferentes espectáculos, por medio de un consumo de murga uruguaya orientado al “saber crear”.

Después de que Sergio en esa reunión del 7 de agosto nos planteara volver a hacer un “ejercicio de ver murgas” como equipo de concepto para saber cómo realizar el replanteamiento del rol en escena de Oscar como nuestro director, recuerdo que me llamaron mucho la atención las palabras con las que Oscar se refirió a esta iniciativa. Refiriéndose al ejercicio que habíamos hecho durante junio y julio, nos dijo que para él era de gran importancia este trabajo de ver murgas que veníamos haciendo y lo que dentro de este habíamos encontrado. Agregó que por eso frente a la propuesta de Sergio de hacer de nuevo un ejercicio de ver murgas para saber cómo resolver el replanteamiento de su puesta en escena como director de la CMB, estaría dispuesto a recibir las sugerencias de referentes que le hiciéramos. Así mismo cuando acordamos que la idea con ver estos referentes de directores, era poder darle sugerencias de movimientos, me llamó la atención que no se

opuso o presentó alguna objeción frente a esto, a pesar de que nos había dicho que en su casa él también haría un trabajo de ver otros referentes diferentes al Pitufu.

Al manifestarnos estar dispuesto a recibir las sugerencias que como equipo de concepto le hiciéramos, y que no se opondría a lo que acordáramos, encontraba que Oscar estaba mostrando cierta sujeción al equipo de concepto, a lo que determináramos, aun siendo él el director del grupo. Pero precisamente, ¿cómo era que él, siendo el director, decidía otorgarnos y reconocernos a nosotros la autoridad para decirle cómo moverse y desenvolverse en el escenario, aún a pesar de que él también vería de manera personal algunos referentes de directores? A su vez también, ¿por qué nosotros nos sentíamos con la seguridad de ser quienes podríamos hacerle críticas y aportes a su desenvolvimiento en escena? Era como si tanto él como nosotros nos reconociéramos una autoridad que podíamos legítimamente ejercer sobre él, ¿Pero de dónde provenía esta autoridad, su legitimidad?, ¿qué nos la daba?

Esta sujeción no era algo que sólo nos manifestaba Oscar. En diferentes momentos de mi trabajo de campo también evidencié que esta autoridad nos era otorgada y aceptada por el resto de nuestros compañeros. Uno de estos momentos fue el “ejercicio de perfeccionamiento escénico” del cuplé “Paternidad” de Asaltantes con Patente 2013 que dirigí durante el ensayo general de la CMB el domingo 18 de octubre. Ese día, después de un calentamiento vocal y corporal, dimos inicio al perfeccionamiento musical, dirigido por Diana (una de las integrantes de la CMB), y escénico, dirigido por mí.

Como lo habíamos acordado desde el 26 de septiembre en reunión del equipo concepto, para realizar la dirección del perfeccionamiento escénico de este cuplé, me había remitido a tres recursos: un video de nuestra última presentación de la Ciudad a Contraluz en el teatro La Candelaria el pasado 31 de mayo, un documento de comentarios que habíamos sacado como equipo de concepto a esta presentación guardado en la cuenta de Google Drive de la CMB y un video de una de las presentaciones de “Paternidad” de los Asaltantes con Patente 2013 a través de YouTube, la cual fue en el Teatro de Verano durante el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas del Carnaval de Montevideo. A partir de esto había escrito

todos los movimientos que recordaba que habíamos marcado desde antes (tanto a partir de los realizados por los Asaltantes como propuestos por algunos de nosotros), pero que no los estábamos haciendo con contundencia y también nuevos movimientos que había notado al ver con más detalle el cuplé originalmente presentado por los Asaltantes.

Diana y yo nos sentamos en unas sillas al frente de donde nuestros compañeros se acomodarían en línea de coro tras un recitado que hacen Vladimir, Sofía y Sergio como cupleteros principales, y llegar balanceando los brazos simulando estar cargando un bebé. Comenzaron así una primera pasada de este cuplé y nosotras a observarlos antes de decir nuestras apreciaciones. Después de que Diana diera sus sugerencias a nivel musical y de técnica vocal, me tocó el turno a mí. Entre mis comentarios señalé que se debían hacer mejor algunos de los movimientos que habíamos acordado previamente. Comenté que uno de estos era el movimiento de parar el balanceo del bebé imaginario que llevábamos en nuestros brazos al llegar frente a los micrófonos y simular dejarlo al frente nuestro antes de comenzar a cantar. Diana agregó algo que yo no recordaba: que además de dejarlo había que simular volver a alzarlo antes de que cantáramos “paternidad, paternidad” donde retomábamos el balanceo de este bebé imaginario. Esto generó polémica pues algunos manifestaron que habían dejado de realizar estos dos movimientos porque no les parecían tan relevantes y porque ya se había acordado no hacerlos más, mientras que otros no recordaban que esto se hubiera acordado y por eso los seguían haciendo.

Frente a esta discusión, uno de mis compañeros me preguntó a mí, qué hacían los Asaltantes en ese momento. A esto yo respondí que este no era un movimiento realizado y marcado por ellos, sino que por lo que yo recordaba había sido propuesto por alguno de nosotros—alguien intervino para afirmar que esto era cierto y que le parecía que quien lo había propuesto había sido Oscar.

Cuando finalmente se acordó dejar este movimiento, la discusión tomó otro rumbo, sobre si recogeríamos al bebé imaginario. Varios comenzaron a intervenir pues no había consenso sobre la relevancia de este movimiento, en particular porque entraba en conflicto con otro movimiento que sí estaba marcado en la murga de los Asaltantes en que se cogían la nuca,

simulaban que se ahogaban e intentaban quitarse algo de encima pues en esa parte de la canción la letra dice "...como un luchador de zumo trepado a la cervical...". Presentada esta situación recuerdo que fue Lina, también integrante del equipo concepto, quien para esta oportunidad me volvió a preguntar a mí, que había visto el video de los Asaltantes, qué había visto al respecto de este movimiento de la cervical en ellos. Antes de que pudiera responder ella agregó que me preguntaba esto pues recordaba a partir del video que este movimiento de la cervical era algo marcado muy enfáticamente por los Asaltantes haciendo muy chistosamente como si se estuvieran ahogando. Yo respondí confirmando sus comentarios, pues también había notado que este movimiento lo marcaban muy enfáticamente los Asaltantes. A partir de esto todos comentaron y estuvieron de acuerdo en no hacer el movimiento de recoger al bebe para hacer bien el de "la cervical".

Continuando con otras secciones de este cuplé, como yo ya había identificado que había un movimiento que no sabíamos cómo hacerlo bien, al mirar el video de los Asaltantes me había fijado más detenidamente en este fragmento de la canción para ver con detalle qué era lo que hacían los Asaltantes y poder indicarle a mis compañeros también cómo hacerlo para que saliera mejor. Siguiendo a los Asaltantes sabíamos que todos, excepto un solista, debíamos salir corriendo por el escenario en una parte de la canción que dice "Si vives lejos ahí sí que estás en apuros, siempre andas tarde para irlos a buscar", pero al no tener más indicaciones que estas y salir corriendo hacia cualquier dirección terminábamos chocándonos entre nosotros y llegando tarde de nuevo a nuestros micrófonos para cantar la siguiente parte de la letra. Fijándome entonces en esta parte del cuplé con más detalle, pude ver que los Asaltantes se dividían en dos grupos y mientras uno grupo corría hacia el extremo opuesto, es decir hacia donde estaban los del otro grupo, los de este les pasaban por detrás haciendo una diagonal y regresando después cada cual a su puesto sin chocarse. Cuando les dije y enseñé cómo sería este movimiento a mis compañeros, ellos lo ensayaron y funcionó.

La autenticidad que se busca a través de los referentes, que explicaba en el acápite anterior, se convierte en la legitimación de la autoridad del equipo de concepto sobre el resto de los integrantes y de los demás equipos de la CMB. Esta autoridad de los referentes daba

legitimidad a un grupo de personas para orientar el proceso del resto de integrantes, tanto a nivel colectivo como individual en todo tipo de situaciones. Esto, en los casos narrados, lo evidenciaba cuando Oscar por realizar ejercicios de ver murgas nos manifestaba estar dispuesto a seguir nuestras sugerencias de referentes de directores y no se opuso a que posteriormente le sugiriéramos movimientos concretos de cómo moverse como un director de murga uruguaya en el escenario; y cuando en el ejercicio de perfeccionamiento escénico de “Paternidad” se me consideraba a mí la “experta” en el cuplé para poder solucionar las discusiones y saber qué hacer. Entonces sumado a que los referentes eran ya dotados de autoridad, era su conocimiento, su consumo, lo que le otorgaba a los integrantes del equipo de concepto, encargados de la creación conceptual y escénica de los espectáculos de la CMB, la legitimidad de ejercer una “autoridad creativa” sobre el proceso tanto colectivo de la CMB como individual de todos sus integrantes, en cuestiones tanto generales como específicas del desarrollo del género por parte de esta agrupación. Los referentes teniendo una autoridad reconocida por todos, daban autoridad creativa dentro del grupo a quienes los veían: el equipo de concepto.

De esta manera es cómo los referentes de murgas y murguistas se pueden concebir como una especie de “capitales” que otorgan una “distinción” (Bourdieu, 1988 y 2007) y con esta “un poder de influencia” a quien o quienes los poseían (Bourdieu y Wacquant, 1995). Un capital simbólico específico que al estar distribuido desigualmente entre los diferentes integrantes de la CMB, daba un reconocimiento y notoriedad a los integrantes del equipo de concepto al consumirlos. Una “distinción” como poder, legitimidad, de influir en las prácticas del resto de integrantes de la CMB en torno su apropiación y desarrollo de la murga uruguaya como colectivo y como individuos, y ejercer de esta manera una autoridad creativa. El consumo artístico cumple “se quiera o no, se sepa o no, una función social de legitimación de las diferencias sociales” (Bourdieu, 2007, p. 239).

De los referentes era entonces de donde provenía la legitimidad de nuestra autoridad, eran quienes nos la daban, por consumirlos como equipo. Sin embargo, es de subrayar aquí que el consumo de referentes da la legitimidad a la autoridad creativa del equipo de concepto más no la autoridad como tal, pues esta también es y le fue dada desde la organización

misma de la CMB cuando a este equipo se le encargó primero la creación conceptual y luego derivada de esta también la creación escénica de los espectáculos de la CMB. Esto también se relaciona con que el consumo de murga previo o constante no fue un criterio para la entrada al equipo de quienes quisieron ser parte de él, como lo evidenciaba mi propio caso relatado al inicio de este capítulo. Sin embargo, es por medio del consumo de referentes, que el equipo de concepto gana legitimidad para cumplir con autoridad las funciones y responsabilidades que le fueron asignadas como equipo, la creación conceptual y escénica de espectáculos.

Ya que la creación conceptual y escénica de los espectáculos fue una labor encargada al equipo de concepto en tanto equipo, la autoridad que pueden ejercer no es a título personal de cada uno de sus integrantes por separado sino que tiene legitimidad en tanto es presentada a nombre del “equipo de concepto”. Esto permite preguntar qué pasa cuando los conocimientos de murga entre los integrantes del equipo de concepto son escasos y desiguales, como lo evidenciaba el caso del rol del director narrado en el anterior acápite. Este caso mostraba cómo a partir de la desigualdad en consumos, Sergio apelando a todas sus observaciones de espectáculos de murga, pudo sostener más firmemente su argumento de replantear el rol hasta ahora desempeñado por Oscar como un murguista más; y sostenerlo frente al argumento de las integrantes también presentes del equipo de vestuario (Rocio y yo). Y también cuando como equipo reconocimos no saber cómo replantear ese rol en escena de Oscar, y acordamos un ejercicio de ver referentes de directores de murga en el cual de nuevo fue Sergio quien propuso la mayor cantidad de referentes para hacer el ejercicio.

Estos hechos permiten ver cómo las desigualdades de conocimientos para resolver determinadas situaciones ponen en conflicto nuestra autoridad creativa. Esto tanto por la escasez de conocimientos misma—que no nos da las herramientas para saber cómo ejercerla—cómo por no poder consolidar esta autoridad como equipo. Es por esto que recurrimos al consumo de referentes para poder consolidar la legitimidad de nuestra autoridad creativa cuando se ve debilitada, pues esta es la que da sentido y el poder de influencia a nuestra autoridad. En el caso del director lo veía por ejemplo con el recurso al

ejercicio de ver murgas para poder solucionar la situación, acordando como equipo un ejercicio direccionado y planeado para ello, una estrategia colectiva de consumo. Este ejercicio como estrategia de consumo, al ser colectiva nos permitía solucionar nuestros conocimientos en conflicto por ser desiguales y generar unos puntos de discusión común sobre los cuales plantear soluciones y plantearlas como equipo, teniendo así la legitimidad de ser escuchados y atendidos, tanto por Oscar como por el resto de integrantes. Estos acuerdos de consumo nos llevan a generar una producción más concertada, volviéndose así más legítima de ejercer tanto para nosotros como para el resto de nuestros compañeros.

En el caso de “Paternidad”, es de anotar que si bien uno de los integrantes del equipo tomaba la autoridad en la dirección del ejercicio de perfeccionamiento frente a los demás integrantes del equipo y de la CMB, el equipo no dejaba de tener participación y autoridad en sus propuestas cuando uno de los recursos a tener en cuenta era el documento generado como equipo con comentarios al espectáculo; incluso también cuando la caracterización del director era definida y otorgada por una discusión y una decisión tomada desde el mismo equipo; y que los ejercicios de perfeccionamiento del espectáculo de la Ciudad a Contraluz hubieran sido propuestos por el mismo equipo de concepto y por ello permitidos dentro del espacio de los ensayos generales por el equipo de dirección (Oscar y Sergio). Esto anterior en contraposición por ejemplo con unos talleres de vestuario que quisimos realizar y propusimos las integrantes del equipo de vestuario y maquillaje, para los cuales no se les vio la pertinencia desde el equipo de dirección meses atrás.

El consumo de referentes de espectáculos, de murgas y murguistas uruguayos realizado por los integrantes del equipo concepto se puede considerar de esta manera como un consumo para el “saber crear” murga uruguaya, tanto conceptual como escénicamente, realizado por los integrantes del equipo de concepto; el cual les permite a los integrantes constituirse como “autoridad creativa” dentro de los procesos del grupo. Esto porque les brinda unos puntos comunes de referencia para la discusión, la toma de decisiones y la creación como equipo, y tener así legitimidad frente al resto de integrantes de ejercerla. Este consumo para “el saber crear” realizado por ellos se ve también como un consumo de autenticidad en el cual se fundamenta tanto la legitimidad del equipo de concepto frente al resto de integrantes

como la legitimidad como murga de estilo uruguayo de la CMB en colectivo. Esto desde una etapa fundamental en el proceso creativo: la creación misma de los espectáculos.

En este contexto quisiera retomar las preguntas de Regina Bendix (1997) planteadas anteriormente: ¿Quién necesita autenticidad y por qué? ¿Cómo se está usando esta autenticidad? En el primer acápite planteaba que a través de la autenticidad reconocida a los referentes de murgas y murguistas en Uruguay y su consumo los integrantes del equipo de concepto, buscábamos tener una seguridad para el resto de la agrupación de que lo que estábamos haciendo es efectivamente “murga de estilo uruguayo” desde el momento mismo de las creaciones conceptuales y escénicas de nuestros espectáculos; y para poder presentarnos, denominarnos y reconocernos por quienes nos vean, como una murga de este estilo. En complemento con lo anterior, y a partir de lo argumentado en este acápite en torno a la autoridad creativa que busca desarrollar y desempeñar el equipo de concepto, es como veo que este equipo necesita la autenticidad para poder precisamente desarrollar con legitimidad su autoridad creativa. Necesitan la autenticidad reconocida a los referentes para poder desempeñar su función como equipo de acuerdo con las necesidades de la CMB con legitimidad. No para imponerse como equipo sobre los demás integrantes, sino teniendo como contexto y objetivo el desarrollo de un proceso creativo de la CMB, cumplir con legitimidad sus funciones y el objetivo de toda la agrupación de presentarse y ser reconocidos como murga de estilo uruguayo a pesar de estar encontrarse un contexto diferente al Uruguayo.

Es de anotar sin embargo que la forma en que ha sido usada la idea de autenticidad de la murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB, puede ser diferente a el papel que esta ha tenido en apropiaciones de otras músicas locales. Por ejemplo el caso del tango, el cual a pesar de haber tenido un origen rioplatense, puede considerarse hoy una música que produce “música del mundo” (Kukkonen, 2000), es decir nuevos tipos de tango en algunos de los diferentes lugares a los que se ha diseminado ya que históricamente el nomadismo ha sido uno de sus rasgos fundamentales (Pelinski, 2008). Se ha fusionado con rasgos de las culturas de estos otros contextos desterritorializándose y reterritorializándose, dando

origen a nuevos tipos de tango (Pelinski, 2008), como el tango finlandés, griego, ruso, japonés, entre otros (Kokkonen, 2000). De acuerdo con Pelinski (2008) estas “apropiaciones culturalmente descontextualizadas”, donde la autenticidad local del tango es siempre confrontada con percepciones que vienen de sus propios arraigos culturales, subvierten el concepto de una totalidad tanguera contenida en “un manojito de significaciones pretendidamente auténticas y universales” (p. 119), y por el contrario la prolongan *ad infinitum*.

Para el caso de la murga uruguaya y los integrantes de la CMB, es de anotar en este sentido cómo la idea de una autenticidad “uruguaya” de la murga no estaba siendo notoriamente confrontada, sino por el contrario— y quizá por el momento creativo y contextual en el que nos encontramos—era deseada y buscada, primeramente dentro del equipo de concepto, tanto para crear los espectáculos y orientar el proceso de todos sus integrantes a nivel escénico, como para hacerlo con legitimidad. La existencia y posibilidad de legitimidad de esta autoridad se fundamenta en la autenticidad que se le reconoce a los referentes. Si el carácter de ser tomados como “auténticos” es el que les da a ellos autoridad, este mismo carácter de autenticidad, sumado a las condiciones de organización del grupo, es el que le da a los integrantes del equipo de concepto legitimidad en su autoridad creativa al consumir mayoritariamente referentes de murgas y murguistas uruguayos a diferencia del resto de integrantes.

La legitimidad que adquieren los integrantes del equipo de concepto por consumir murga evidencia la búsqueda por mantener una autenticidad con lo que es la murga en Uruguay como algo que involucra y tiene sentido para todos los integrantes de la agrupación. De esta manera el equipo de concepto se puede considerar como la primera etapa de un consumo de murga por parte de toda la agrupación. Ellos son los encargados, en cierta manera, de “velar” porque lo que realice la CMB mantenga una fidelidad, una autenticidad, con lo que es la murga uruguaya. Sin embargo, aunque esta es una responsabilidad que les ha sido encargada por su función dentro del grupo, esto no significa que sean los únicos que realicen un consumo del género dentro del proceso creativo de la CMB. El equipo de concepto es la primera etapa de un consumo que, no se debe olvidar es ante todo grupal

para hacer posible el desarrollo del proceso creativo en torno a la murga uruguaya el cual involucra a todos los integrantes de la CMB.

En este sentido el siguiente capítulo mostrará que si bien el consumo desarrollado por los integrantes del equipo concepto, enfocado al “saber crear”, influye considerablemente en el consumo del resto de integrantes; el montaje de los espectáculos también requiere un consumo desarrollado por los demás integrantes dirigido al “saber hacer”—esto es, enfocado a materializar lo inicialmente definido conceptualmente—, buscando llegar incluso a un consumo a nivel de cada uno de los integrantes con el fin de alcanzar la siempre deseada mejor apropiación del género a nivel colectivo, en un contexto social y cultural diferente al uruguayo en el que se encuentra inmersa la CMB.

### **CAPÍTULO 3:**

#### **LA PUESTA EN ESCENA DE LO CONCEPTUAL: CONSUMO PARA EL “SABER HACER”**

Después de haber caracterizado en el capítulo anterior el consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes del equipo concepto, este capítulo se concentra en evidenciar el consumo de este género desarrollado por parte del resto de integrantes de la CMB<sup>6</sup>. Mientras que en el caso del equipo concepto su consumo está estrechamente ligado con el “saber crear”—la creación conceptual y escénica de espectáculos—, este capítulo mostrará cómo para el caso del resto de integrantes de la CMB su consumo de murga uruguaya está principalmente dirigido al “saber hacer”—el montaje de esos espectáculos previamente concebidos a nivel conceptual—. Esto permitirá dar cuenta de cómo el consumo de murga uruguaya dentro de la CMB, más que estar restringido a un único equipo y con ello a solo unos integrantes en específico, es un consumo que se necesita desarrollar a nivel grupal para lograr el desarrollo de un proceso y un objetivo colectivo en el que está inmersa toda la agrupación en conjunto: querer presentar y desarrollarse como agrupación legítima de este género.

Enfocado en el consumo para el montaje de espectáculos, los argumentos que presento a lo largo de este capítulo están basados en el montaje de dos canciones nuevas que hicieron parte de la segunda Cantarola, uno de los espectáculos de la CMB cuya creación y montaje coincidió con el tiempo en que realicé mi trabajo de campo. Estas dos canciones nuevas fueron el cuplé “Natural” de Cayó la Cabra 2015 y la retirada “El loco de la estación” de Contrafarsa 2000.

---

<sup>6</sup> Al referirme al resto de integrantes, hablo de los integrantes del coro y de la batería y de Oscar como director, quienes están involucrados formalmente en el montaje de los espectáculos de la CMB. De esta manera no me refiero con esta expresión a Alfredo y a Indira, nuestro ingeniero de sonido y nuestra gestora cultural respectivamente, quienes si bien hacen parte de la agrupación, dentro de la producción y gestión del grupo desarrollan un rol considerablemente posterior al estrechamente relacionado con el montaje de los espectáculos.

El argumento central de este capítulo gira en torno a cómo el consumo para el “saber hacer”, es decir, para la puesta en escena de espectáculos, está también relacionado con una circulación de capitales que afecta e influye en la manera en cómo este es desarrollado por parte de los integrantes de la CMB. Dividido en dos acápites, el primero de estos evidenciará como, al igual que en el “saber crear”, para el “saber hacer” también es preciso que se construyan y consoliden autoridades que he dado en llamar “aplicativas”. Las interacciones entre los integrantes dentro de los ensayos para el montaje de las dos canciones en las cuales se basa este capítulo y la circulación de conocimientos específicamente ligados con la murga permitirán evidenciar la existencia de dos momentos de consumo, uno considerado privado y otro público. El segundo acápite se concentrará en ahondar más en el desarrollo e interrelación de ambos momentos de consumo a partir del papel que dentro de ellos juegan algunos medios de comunicación a través de internet y el uso de algunos equipos electrónicos, con el interés de dar cuenta finalmente de manera más amplia sobre el consumo general de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB.

### **3.1: AUTORIDADES APLICATIVAS Y MOMENTOS DE CONSUMO PRIVADO Y PÚBLICO**

Como lo narraba anteriormente (ver capítulo 1, acápite 2 o el glosario anexo), el término “Cantarola” fue un término que tomamos del contexto uruguayo para referirnos a dos presentaciones que ideamos desde el equipo de concepto con el fin de que fueran diferentes al espectáculo de la Ciudad a Contraluz. En Uruguay, el término “Cantarola” hace mención a una forma de socializar a través del canto. Aunque no está específicamente ligada a la murga, la agrupación Agarrate Catalina la usó en una propuesta que hicieron hace unos años en la que invitaron a sus seguidores a cantar temas clásicos murgueros, titulando a esta presentación “De cantarola con la Catalina”<sup>7</sup>. Con este término, nos referimos a nuestras presentaciones de canciones del repertorio murguero.

---

<sup>7</sup> Pregunta a Susana Bosch, músico uruguayo, el 28 de abril de 2016.

El repertorio de canciones que presentamos y su articulación fue una creación del equipo concepto. La diseñamos a partir de las condiciones que tendríamos en el escenario en el que nos presentaríamos, el restaurante-bar Galería Café Libro de la 93, donde al no contar con una tras escena no podríamos realizar los diferentes cambios de vestuario que tiene nuestro espectáculo de la Ciudad a Contraluz. Pensamos por ello en la posibilidad de presentar un espectáculo diferente, tipo Cantarola, en el cual pudiéramos mostrar una serie de canciones de murga sin seguir necesariamente la estructura de un espectáculo de murga como tal.

Definido durante varias reuniones del equipo de concepto entre los meses de julio y septiembre, este espectáculo finalmente consistió en dos bloques de canciones concebidos como miniespectáculos. Los dos bloques estarían constituidos por canciones que hacían parte del repertorio de nuestro espectáculo de la Ciudad a Contraluz, por otras que lo habían hecho alguna vez y por otras que los ex integrantes del grupo Cyan habían tocado alguna vez dentro de su repertorio y que podrían enseñarlas con más detalle al resto de integrantes que no se las sabían. Además de estas canciones previamente montadas, por decisión también del equipo concepto, realizamos el montaje de dos canciones nuevas: la retirada de Contrafarsa 2000 llamada El loco de la estación y un cuplé, llamado Natural, de la murga Cayó la Cabra en su espectáculo de 2015.

En el marco del montaje de este nuevo espectáculo y principalmente del montaje de las dos nuevas canciones, faltando una semana para el día de la presentación, los ensayos de las diferentes cuerdas y la batería se intensificaron respecto a los meses anteriores, enfocados completamente en el montaje de las dos canciones nuevas. Aún no estaban terminados varios elementos del montaje musical—voces de las cuerdas, empaste colectivo, y también solos, duetos y tríos<sup>8</sup>—y escénico—movimientos coreográficos, actuaciones colectivas e individuales—. Poder asistir a varios de estos ensayos de las cuerdas y de la batería tuvo gran relevancia en mi investigación pues me permitió evidenciar el papel fundamental del consumo de murga uruguaya, tanto a nivel individual como colectivo, no solo para la creación de espectáculos, sino para el desarrollo mismo o montaje de estos, para el “saber hacer” en el cual están involucrados todos los integrantes en tanto agrupación. Durante

---

<sup>8</sup> Buscar las definiciones más ampliadas de estos tres términos en el Glosario anexo.

estos ensayos pude observar diferentes prácticas e interacciones entre los integrantes de la CMB en torno a un consumo que si bien iniciaba determinado e influenciado por el trabajo y la función del equipo concepto, no se restringía solamente a este equipo; y donde para poder llevar a cabo la puesta en escena de la murga, su consumo también dialoga con otros saberes previamente existentes entre los integrantes de la CMB.

Uno de estos ensayos de cuerda fue el de los tenores el martes 22 de septiembre en la casa de Felipe. A esta cuerda pertenecían en ese entonces, además de Felipe, Andrés y Sergio. Los tres se reunieron para ensayar *El loco de la estación* y *Natural*. En el cuarto en que ensayaban, Felipe tenía su computador, el cual utilizaron varias veces para buscar los videos tanto de *Natural* como de *El loco de la estación* a través de YouTube y poder ensayar sobre ellos las dos canciones. Al dar inicio a su ensayo, Felipe trajo una guitarra y se la entregó Andrés, quien a partir de ese momento y durante todo el ensayo, utilizó este instrumento para indicar las voces—es decir lo que debían cantar y la afinación— y marcar la entrada de cada uno. Lo hacía siguiendo desde su celular las partituras de las dos canciones que había transcrito y enviado Oscar al grupo privado en Facebook que tiene la CMB.

Estos dos aspectos fueron recurrentes no solo durante este ensayo, sino en varios de los ensayos de cuerda y batería que pude observar a lo largo del montaje de las dos canciones nuevas para el espectáculo de la segunda *Cantarola*: de los bajos, de las sopranos, y de las contraltos. Primero, el recurso frecuente de remitirse y referenciar los videos de las canciones para saber cómo cantar, tocar, actuar, hablar, moverse; y segundo, el liderazgo, que por sus conocimientos en música, tomaban algunos de los integrantes durante estos espacios de ensayo. Esto, por ejemplo para el caso de los tenores lo veía en que Andrés era quien tenía más conocimientos en música: por esos días estaba próximo a graduarse como músico profesional de la Universidad Distrital y desde sus conocimientos musicales ayudó, aportó y orientó a lo largo de todo el ensayo a sus dos compañeros para el montaje musical de ambas canciones.

Referenciar los videos de las canciones para saber cómo actuar, cantar, tocar, moverse, etc., muestra en relación con el anterior capítulo cómo los referentes de espectáculos de murga y murguistas juegan un papel fundamental no solo para el “saber crear” las diferentes propuestas de espectáculos y movimientos escénicos, sino también para el “saber hacer”, para poner en escena esos lineamientos inicialmente conceptuales de los espectáculos. Toda la agrupación evidencia de esta manera la aspiración por lograr una legitimidad como murga de estilo uruguayo recurriendo a referenciar murgas y murguistas uruguayos—para el caso que presento en este acápite, los videos de las dos canciones nuevas—; y saber cómo presentar murga uruguaya: las formas de actuación (sobre todo en el lograr hacer reír como aspecto muy importante de la murga), de cantar, de movernos colectiva e individualmente, etc.

Durante la puesta en escena de esos lineamientos inicialmente conceptuales, el resto de la agrupación se referencia en los espectáculos previamente planteados por el equipo concepto para el “saber hacer”, desarrollando de esta manera un consumo que se podría considerar selectivo para identificar de manera concreta prácticas, formas de hacer, en torno a la murga. Estas referencias se hacen bajo la aspiración de lograr una seguridad y legitimidad de estar presentando y desarrollando este género en tanto agrupación no uruguaya como tal, y hacerla cumpliendo con sus características vocales, satíricas, de colectivo (empaste vocal, afinación, movimientos coreográficos, actuaciones) e individuales (cupleteros, recitados, proyección vocal de los solos). Esto muestra y se conecta con que la búsqueda de una autenticidad dentro del proceso de la CMB es una aspiración de toda la agrupación, de la cual parte tanto la legitimidad del equipo de concepto para crear, cómo la legitimidad en la que busca sustentarse toda la agrupación para presentarse y autodenominarse murga de estilo uruguayo.

El uso de los videos tanto de Natural como del Loco de la estación como referentes para poner en escena el género evidencia que el consumo de murga uruguaya no se limita al hecho de haberlos visto, “a poseerlos” como objetos, sino que su uso les da una forma social, y permite ver cómo se inscribe en “demandas y dispositivos de acción” (Martín-Barbero, 2003, p. 295). De esta manera se evidencia también cómo el consumo de

referentes de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB, orientado al “saber hacer”, es un consumo en el que se puede evidenciar su interrelación con la producción en el sentido de que es realizado con el fin de conocer y mejorar en la apropiación y realización del género. La producción de los espectáculos, el ponerlos en escena, ha estado estrechamente ligado con un consumo del género por parte de todos los integrantes, y evidencia la estrecha interrelación que hay entre la producción y el consumo (Ritzer, 2014).

Dentro de este consumo de murga uruguaya para la puesta en escena de los espectáculos, para el montaje de nuevas canciones, el segundo de los dos aspectos que anteriormente anotaba respecto al liderazgo que toman algunos de los integrantes durante el montaje de las canciones, tiene ver con evidenciar cómo dentro de los ensayos—como escenarios donde tiene lugar este montaje—el consumo de murga dialoga y se interrelaciona con otros saberes para desarrollarse e incluso para mejorar y potenciar su apropiación, y no está únicamente ligado con lo que atañe expresamente al género mismo. Los integrantes de la CMB han necesitado y se han remitido a otros saberes que poseen entre ellos como por ejemplo conocimientos musicales, cómo los que utilizó Andrés y puso a disposición de sus dos compañeros durante el ensayo de los tenores. Esta relación con otros saberes muestra cómo el consumo no está desligado sino que interactúa y se relaciona con el contexto social e histórico en el que se desarrolla. Son conocimientos puestos en juego con el fin mismo de potenciar el consumo de la murga por parte de todos los integrantes, esperando mejorar en su receptividad o capacidad de apropiación de este género.

Diferentes saberes —musicales, vocales, teatrales— de algunos de sus integrantes, útiles para el montaje y la puesta en escena, son puestos por ellos a disposición del colectivo para aconsejar y apoyar de manera práctica a sus compañeros con el fin de desarrollar también en ellos habilidades que les permitan apropiarse mejor la murga uruguaya; en términos más específicos hacer mejor lo que les corresponde dentro de un montaje y puesta en escena colectivos. Estos saberes, al igual que en el anterior capítulo evidenciaba el conocimiento y la referencia a las murgas uruguayas como capitales simbólicos (Bourdieu, 1988 y 2007) que daban una distinción y legitimidad en la autoridad creativa ejercida por el equipo concepto por estar distribuida desigualmente dentro de la estructura del grupo, pueden

verse también como capitales que otros integrantes poseen —no solo los del equipo concepto— y que funcionan como tal en tanto que aportan al consumo y puesta en escena de la murga por parte del resto de sus compañeros. Esto se ve precisamente cuando el contexto de puesta en escena del género enmarca la relación del consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB con otros saberes útiles para su mejor apropiación.

Estos capitales son conocimientos y habilidades previamente existentes que determinan las prácticas y las interacciones de consumo alrededor de la murga entre los integrantes de la CMB. Influyen tanto en el consumo colectivo como individual en tanto que se usan para aportar a nivel de toda la agrupación pero parten o se dan principalmente en interacciones y prácticas muy concretas y específicas entre los integrantes durante los momentos de ensayo, es decir de montaje de los espectáculos. Pero así como en el caso de los integrantes del equipo de concepto su conocimiento de referentes sirve como capitales que les dan una autoridad creativa sobre los procesos de creación conceptual y escénica de los espectáculos, la distribución desigual de estos otros saberes, como conocimientos y habilidades musicales, les dan también una autoridad a quienes los poseen dentro de los espacios enmarcados en el “saber hacer”. Si en el caso del “saber crear” y los integrantes del equipo concepto, hablaba de una “autoridad creativa”, dentro de los espacios del “saber hacer” y el resto de integrantes de la CMB, podría hablarse de unas “autoridades aplicativas”. Aunque la mayoría de los integrantes venían desarrollando algunas de estas habilidades musicales desde su formación en la Escuela Nueva Cultura, es notable que quienes han seguido con una mayor y profunda formación (fundamentalmente universitaria) se convierten en estas autoridades aplicativas para el “saber hacer”: autoridades legitimadas dentro de estos contextos por las circunstancias e intereses contingentes del grupo general, no solo por conocer sobre murga, sino porque sus conocimientos de otros saberes, musicales principalmente, complementan y le aportan a la apropiación de la murga uruguaya al resto de sus compañeros con el fin de ser poner en escena este género en tanto agrupación.

Entre el “saber crear” y el “saber hacer” puede verse entonces una diferencia en la forma de la estructuración de los conocimientos que llegan a funcionar como capitales. Mientras que

en el ámbito del “saber crear” los conocimientos que funcionan como tal, legitimando la autoridad de ciertos integrantes y sus creaciones, estaban estrechamente ligados con el conocer y referenciar murgas y murguistas uruguayos, en el “saber hacer” estos conocimientos si bien siguen siendo capitales se relacionan con otros conocimientos que llegan a adquirir también este status fundamental dentro de la apropiación de la murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB. Esta diferencia en la estructuración de los capitales dependiendo del contexto en el que se busca entenderlos, permite ver cómo los capitales tienen un valor relativo y pueden revestir una diversidad de formas cuando se busca explicar la estructura y la dinámica de las sociedades diferenciadas (Bourdieu y Wacquant, 1995). En el caso de la CMB este valor relativo de los capitales se evidencia en la construcción y legitimación de autoridades tanto creativas como aplicativas entre los integrantes de la CMB en su búsqueda de construirse como murga de estilo uruguayo.

Los conocimientos y habilidades—sobre murga u otros útiles a la puesta en escena—en tanto capitales distribuidos desigualmente entre los diferentes integrantes de la CMB, permiten concebir la existencia y conformación de una estructura de la distribución de capitales (Bourdieu, 2007), que media en la forma cómo es consumida la murga uruguaya entre los integrantes de la CMB. Sin embargo, en contraposición a la teoría bourdiana de los campos, el énfasis y uso del concepto de capitales para entender las interacciones en torno al consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB, me permite entender y evidenciar que la conformación de estructuras sociales generadas a partir de la distribución desigual de estos capitales no implica necesariamente una lucha entre los agentes involucrados en estas interacciones (Lahire, 2005). Nos lleva en cambio a desplegar una serie de estrategias para compartirlos y distribuirlos a favor de una mejor apropiación del género entre el colectivo de integrantes. Es así como la noción de “capital cultural” puede funcionar no solo para comprender “fenómenos de reproducción social” y “dominación cultural”, sino también para explicar contenidos culturales, saberes y prácticas (Lahire, 2005).

Para el caso puntual del “saber hacer”, los diálogos de saberes en la apropiación de la murga que se generan dentro de los ensayos, permiten evidenciar la generación de unas

redes de apoyo entre los integrantes con el fin de buscar y desarrollar una mejor apropiación del género a nivel grupal. Esto permite evidenciar el carácter fuertemente colectivo que tiene el consumo de murga uruguaya dentro de los integrantes de la CMB. En el caso de los capitales relacionados con la murga uruguaya en específico, los ensayos se vuelven momentos en los cuales no solo referenciamos directamente las murgas y espectáculos puntuales que queremos montar, sino también intercambiamos diferentes referentes y conocimientos sobre murga que nos puedan aportar unos a otros para el montaje.

Uno de estos momentos se presentó por ejemplo en uno de los ensayo de los bajos cuando cantando el saludo de Don Timoteo 2014—una de las canciones que anteriormente hacían parte de nuestro espectáculo de la Ciudad a Contraluz y que hacía parte también del repertorio que presentaríamos en la segunda Cantarola—, Oscar le aconsejó a Nicolás referenciar a Marcel Keoroglian, un murguista muy conocido en Uruguay, para mejorar su interpretación y técnica vocal. Según le contó Oscar a Nicolás, Marcel Keoroglian era un referente que él tenía principalmente para hacer las entradas y las salidas de sus solos en las diferentes canciones: —...lo que él hace es delinear con una precisión increíble, dibujar, la melodía. Es algo que todos deberíamos hacer— (palabras de Oscar, nota diario de campo, 22 de septiembre de 2015).

Si bien en los ensayos puede evidenciarse claramente el carácter colectivo del consumo y la apropiación de la murga uruguaya entre los integrantes de la CMB, tomando como ejemplo el caso anterior de una sugerencia de referente entre dos integrantes, puede notarse cómo este tipo de conocimientos están estrechamente ligados también con un consumo personal del género. Este quizá no es desarrollado por todos los integrantes, pero alimenta y potencia tanto el montaje colectivo como el consumo de todos o por lo menos algunos de los otros integrantes de la CMB. Estos dos—uno colectivo y otro personal—pueden considerarse como dos tipos de consumo diferente y conceptualizarse como dos momentos diferentes de consumo: un consumo público y un consumo privado, respectivamente. Pueden darse sin seguir necesariamente un orden preestablecido entre ellos, sino continuamente retroalimentándose e interrelacionándose. Ver su imbricación de esta manera permite

entender que si bien pueden conceptualizarse como dos tipos de consumo, son fundamentalmente dos momentos de un mismo consumo desarrollado por los integrantes de la CMB.

Durante los diferentes ensayos, estos dos tipos de consumo pude evidenciarlos sobre todo en las sugerencias y comentarios que nos hacíamos entre los diferentes integrantes de la CMB con el fin de aconsejarnos y brindarnos diferentes elementos que nos permitieran mejorar tanto en la interpretación colectiva como individual de las dos canciones nuevas que nos encontrábamos montando, ya que en ambas canciones además de lo colectivo todos teníamos al menos un solo vocal o de actuación, un dueto o un trio con integrantes de las diferentes cuerdas. Estos comentarios y sugerencias estaban principalmente basados en la observación de los videos de ambas canciones previamente a los diferentes ensayos, si bien no era algo que pudiera evidenciarse en todos los integrantes sino principalmente en algunos.

Un ejemplo de esto fue cuando en un ensayo intercuerdas—no muy frecuentes, pero contextualizado por la premura de tiempo que nos quedaba para terminar de montar ambas canciones tanto a nivel musical como escénico antes del día de la presentación— estábamos ensayando Natural y nos enfocamos entre todos en ayudarle a Lina, una de las sopranos, en su actuación de un recitado—un diálogo no cantado— en mitad del cuplé. Hasta el momento no lo había ensayado de corrido y sin la ayuda de algún medio escrito en el cual pudiera ver qué era lo que tenía que decir, y por eso le dijimos que para que se lo fuera aprendiendo ya no lo leyera más sino que lo intentara ir diciendo con lo que se acordaba; y que nosotros también le iríamos ayudando a recordar lo que se le olvidara. Además de ayudarle a aprenderse el texto del diálogo como tal, le comenzamos a sugerir elementos que nos acordábamos de la actuación de Camilo, el cupletero que en Cayó la Cabra hace este recitado, que habíamos visto a través del video aunque este nunca lo vimos como tal durante ese ensayo. Tratábamos de recordar si él había dicho o hecho tal o cual cosa que nos parecía que Lina podía agregarle para hacer mejor su recitado, tanto a nivel verbal como corporal.

Durante este ensayo intercuerdas otro momento característico en el cual recuerdo que evidencié la previa observación de los videos de ambas canciones, fue cuando estábamos ensayando El loco de la estación pero solo a nivel musical ya que el ensayo de montaje escénico, es decir de los movimientos colectivos que tiene esa canción, no lo habíamos tenido aún. Sin embargo a lo largo del ensayo de esa canción, algunos comenzaron a hacer varios de los movimientos que en el video se ve que hacen los de Contrafarsa 2000. Esto a su vez generaba que quienes no habían visto o se habían fijado con detalle en el video, pudieran imitar a los que si estaban marcando estos movimientos.

Haber visto previamente los videos de las canciones de manera privada y detallar algunos aspectos, para el caso de estos ejemplos dados sobre todo a nivel escénico, permitía que durante los ensayos colectivos pudieran darse algunos momentos de enriquecimiento colectivo de la interpretación tanto grupal como individual de las dos canciones. Tanto el consumo privado como el público pueden verse operando aquí, en relación también con un contexto de producción, de puesta en escena de estas dos canciones.

El “uso” diferente (Martín-Barbero, 2003) de los videos tanto de Natural como de El Loco de la estación, entre un momento en que puede ser más privado—cuando se ven individualmente en momentos diferentes a los ensayos—, de otros que pueden ser más públicos—como referenciar los videos durante los ensayos—evidencian tanto una distinción ente momentos de consumo, como una distinción entre momentos más claramente de consumo o de producción, si bien ambos están siempre interrelacionados (Ritzer, 2014). El consumo es productivo en el sentido de que nunca el espectador que recibe contenidos mediáticos es pasivo, o los recibe sin estar dentro de un contexto social e histórico particular, e incluso también con unos intereses en mente (Bourdieu, 2007; Martín-Barbero, 2003; García Canclini, 1990). Sin embargo, el grado que puede considerarse la interrelación entre el consumo y la producción, no es igual ni equitativamente proporcionada; tampoco completamente simultánea. Hay momentos que pueden estar más dirigidos hacia al consumo que a la producción, o a la producción en vez que al consumo (Ritzer, 2014).

En este sentido encuentro que los momentos de consumo privado puede que no sean igual de productivo respecto a los intereses y objetivos colectivos que dentro de un contexto de puesta en escena puede tener la agrupación en conjunto. Pero son momentos en los que, sin embargo, existe otro tipo de producción que de alguna manera facilita y potencia la producción colectiva de la CMB durante los diferentes ensayos en los cuales se interrelaciona con prácticas de consumo públicas, aunque este consumo privado no sea desarrollado—o por lo menos de manera amplia y profunda—por parte de todos los integrantes de la CMB.

A partir de identificar estos dos momentos de consumo, privado y público, presentes dentro del “saber hacer” murga por parte de los integrantes de la CMB, cabe seguir preguntándose más a profundidad por el desarrollo de cada uno de estos tipos de consumo y su interrelación en el consumo general de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB. Dentro de estas interrelaciones, encuentro que ha sido fundamental el papel de algunos medios de comunicación social actuales a través de internet y el uso de algunos equipos electrónicos, el cual es un argumento que desarrollo en el siguiente acápite.

### **3.2: “RECURSOS PARA EL SABER HACER” Y DISPOSITIVOS DE CONSTRUCCIÓN DE SUBJETIVIDADES EN TORNO AL CONSUMO DE MURGA URUGUAYA**

A tan solo diez días de la presentación de la segunda Cantarola, para el ensayo general del domingo 20 de septiembre tanto el montaje musical como el montaje escénico de El loco de la estación y de Natural estaban bastante atrasados. A cada cuerda le faltaba seguir aprendiéndose las voces de ambas canciones y trabajar en su ensamble<sup>9</sup>, al igual que a nivel colectivo nos faltaba seguir trabajando tanto en el montaje de los movimientos coreográficos como en nuestras actuaciones colectivas. A nivel individual también había varias cosas por trabajar ya que todos teníamos al menos un solo, un dueto o un trío o un recitado en alguna de las dos canciones, y a varios se les notaba que no habían ensayado lo suficiente sus intervenciones al llegar a las secciones de las canciones en las que deberían hacerlas.

---

<sup>9</sup>Buscar una definición más ampliada de este término en el Glosario anexo.

La situación se veía tan delicada que sin haberlo planeado con anterioridad, durante un descanso del ensayo, la mayoría de los integrantes del equipo concepto nos reunimos para discutir y tratar de encontrar una solución al respecto. Durante nuestra conversación varios de nosotros coincidíamos en estar preocupados por no alcanzar a montar las dos canciones nuevas, y aunque esta preocupación nos llevó a plantear la posibilidad de no montar una de ellas, estuvimos de acuerdo en que esta decisión debíamos ponerla a consideración del resto de la murga. Sentíamos que el motivo de estar bastante atrasados con el montaje de ambas canciones se derivaba principalmente de la evidente falta de estudio individual por parte de la mayoría de los integrantes de la murga, y esto nos llevó a acordar entre nosotros que era necesario comenzar con un llamado de atención para todo el grupo, antes de plantear la posibilidad de sacar una de las dos canciones del repertorio.

Para hacer este llamado de atención elegimos a Sofía a nombre de todo el equipo. Al volver del descanso y con todos sentados en círculo, ella tomó entonces la palabra y presentó este llamado de atención como un “llamado al estudio”. Citando la situación en la que se encontraba el montaje de Natural, manifestó explícitamente que si realmente hubiera habido un trabajo individual por parte de todos por la cantidad de solos y recitados que tiene esta canción, a nivel colectivo hubiera sido más rápido y sencillo su ensamble. Muy serena pero firmemente agregó también que no entendía por qué habiendo publicado con anterioridad en nuestro grupo privado de Facebook las asignaciones de solos, tríos, duetos y recitados, hubiera todavía personas que ni siquiera supieran qué tenían que hacer. Y ahora estábamos todos corriendo con el montaje de estas dos canciones faltando tan poco tiempo para la presentación. Para finalizar volvió a enfatizar en que tener este espectáculo listo era cuestión de compromiso por parte de todos (Diario de campo, ensayo general, 20 de septiembre de 2015).

La necesidad de estudio individual de la que hablaba Sofía fue así mismo enfatizada en diferentes espacios de ensayo del grupo como importante medio para lograr una mejor puesta en escena a nivel colectivo de las dos canciones nuevas que nos encontrábamos montando. Durante estos diferentes espacios pude evidenciar que la referencia a este

estudio quería significar un llamado a cada uno de los integrantes a que ensayara a profundidad tanto sus diferentes solos, dúos, tríos o recitados que debía hacer en un determinado momento, como a ensayar individualmente las dos canciones completas. Si bien los ensayos generales y de cuerdas eran espacios importantes para el consumo y la puesta en escena de murga por parte de los integrantes de la CMB, el estudio individual se enfatizaba de esta manera también como un importante medio para lograr los objetivos conjuntos de mejorar la puesta en escena colectiva, aunque no todos los integrantes lo realizaran de la misma forma en cuanto a frecuencia y profundidad.

La importancia y papel atribuido al estudio individual dentro del grupo para el montaje de las dos nuevas canciones me permite preguntarme y analizar su implicación y relación con el consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB, a través del tipo de prácticas que permite en torno a este consumo, los materiales o recursos que necesita para desarrollarse y los medios de los que se vale para ello. Desde este marco se hace importante mencionar el papel que dentro del estudio individual han tenido no solo el uso de videos y los audios de las canciones, sino también la creación, distribución y uso de una serie de materiales creados por algunos integrantes específicos de la CMB con el fin de facilitar el montaje de ambas canciones, a los cuales he denominado “recursos para el saber hacer”. Estos recursos fueron específicamente tres: las partituras, los audios por separado de las voces de las diferentes cuerdas y los guiones escénicos de ambas canciones. Si bien estos recursos no fueron usados por todos los integrantes de la CMB de la misma manera, su pertinencia en el análisis se fundamenta en que fueron generados con el fin de facilitar el consumo de todos los integrantes de la CMB y enriquecer la puesta en escena colectiva; desde un consumo necesariamente privado de unos integrantes en específico y con la intención de alcanzar fundamentalmente una dimensión individual al ser distribuidos a través de medios que facilitan su acceso por parte de cada uno de los integrantes sin excepción.

La creación de estos “recursos para el saber hacer”, tanto en el caso de las partituras como de los audios de la voz para cada cuerda y los guiones escénicos, partió de referenciar los videos y los audios originales de cada una de las dos canciones por parte de algunos

integrantes específicos de la CMB con el fin de facilitar el montaje colectivo por parte del resto de sus compañeros. Estos integrantes, en específico, se encargaron de su creación a partir de ser autoridades aplicativas musicales para el caso de las partituras y audios, o por haber sido designados por el equipo concepto (autoridad creativa) para el caso de los guiones escénicos. Las partituras y audios de las cuerdas por separado, tanto de Natural como de El loco de la estación, fueron transcritas y arregladas (de tres a cuatro cuerdas que conforman el formato de la CMB a diferencia de las murgas uruguayas) por Oscar a partir de escuchar los audios de las canciones y los guiones escénicos fueron realizados por Rocío, para el caso de El loco de la estación, y por las integrantes de la cuerda de las sopranos, para el caso de Natural, a partir de referenciar los videos de ambas canciones y tomar nota de los movimientos más característicos que hacían tanto los de Contrafarsa 2000 como los de Cayó la Cabra 2015 respectivamente.

La creación de estos “recursos para el saber hacer”—tanto de las partituras como de los audios y guiones escénicos—realizados por parte de algunos integrantes basados en las versiones originales de las canciones puede considerarse como producto de un consumo privado de los referentes por parte de los integrantes encargados o asignados para su creación. Un consumo privado que solo algunos de los integrantes realizan con el fin de facilitar y enriquecer la puesta en escena colectiva del resto de integrantes. Estos “recursos para el saber hacer” son así producto de un consumo privado de los referentes directos que al ser usados por el resto de los integrantes, en momentos de consumo público—como los ensayos de cuerdas o generales—, o sus propios momentos de consumo privado— por fuera de estos espacios—, pueden considerarse como otros medios a través de los cuales los integrantes de la CMB consumen murga uruguaya. Este también es un consumo tanto privado como público direccionado al “saber hacer” murga uruguaya, además de referenciar directamente los videos y audios de las dos canciones como lo evidenciaba en el anterior acápite. Son recursos que basados en los referentes les facilitan a todos los integrantes el consumo de murga uruguaya el montaje y enriquecer la puesta en escena tanto individual como colectiva.

Esta facilitación del consumo y enriquecimiento para la puesta en escena por medio del uso de los “recursos para el saber hacer”, lo evidenció por ejemplo en el caso de la referencia y uso de las partituras de ambas canciones durante los ensayos de cuerdas que observé; más frecuente incluso que la referencia misma a los videos y audios para ensayar y montar las dos canciones nuevas. Por medio de ellas se les facilitaba más a los integrantes de las diferentes cuerdas conocer, cantar y aprender su voz, ya que este recurso permitía hacerlo de manera separada a las otras cuerdas, a diferencia de los audios originales donde toda la murga suena cantando al tiempo (polifónicamente). Poder ensayar su voz por separado permitía a los integrantes de cada cuerda afianzarla tanto a nivel individual como colectivo, para que así mismo se les facilitara cantarla con el resto de las cuerdas sin desafinarse posteriormente en los ensayos generales. Uno de estos momentos fue por ejemplo cuando durante un ensayo de los bajos Juan Enrique y Vladimir quisieron ensayar El loco de la estación con el audio proyectado fuertemente desde uno de sus celulares para trabajar en la proyección de su voz. Pero como recién comenzaban a aprenderse su voz, y además la versión original de Contrafarsa 2000 esta en otra tonalidad, no se les facilitó encontrarla dentro de toda la murga sonando al tiempo. Por el contrario cuando Vladimir con una guitarra indicó para ambos la melodía de su voz leyéndola en la partitura para cada una de las secciones de la canción, su ensayo se tornó más provechoso y pudieron aclarar y resolver las diferentes dudas que tenían.

Ya que como se evidencia, los “recursos para el saber hacer” tienen que ver con prácticas de consumo privado que facilitan el consumo general de los integrantes de la CMB y con ello también su producción (la puesta en escena), es importante señalar el papel que algunos medios de comunicación a través de internet y el uso de equipos electrónicos han tenido no solo en su creación por parte de algunos de los integrantes, sino también en su distribución y uso por parte del resto de los integrantes de la CMB. Dentro de estos medios de comunicación y equipos electrónicos puede identificar específicamente el uso tanto individual como colectivo de *Facebook* (sitio web de redes sociales), *Google Drive* (una herramienta para hacer, almacenar y editar colectivamente documentos, a partir de la creación y uso de una cuenta grupal de la CMB en el correo electrónico de *Gmail*); de *smarthphones*, computadores y *Tablets*.

Comenzando por señalar el papel que han tenido estos medios y equipos en la creación de los “recursos para el saber hacer”, tanto Oscar como Rocío y las integrantes de la cuerda de las sopranos necesitaron del uso de medios electrónicos y digitales posibilitados a su vez por el uso computadores. Rocío y las sopranos usaron programas como *YouTube* y *Microsoft Word*. Y Oscar un programa de uso muy común entre los músicos llamado *Finale*, un editor de partituras que a su vez también permite generar archivos MIDI con los audios de todos o de cada uno de los instrumentos registrados en ella (en el caso de la CMB, cada una de las voces de las cuerdas).

Pasando de su creación a su distribución, los “recursos para el saber hacer” también fueron compartidos al resto de los integrantes de la CMB por parte de quienes los habían creado usando algunos medios de comunicación a través de internet. Estos medios fueron *Facebook* y *Google Drive* que permiten ser usados tanto individual como colectivamente. Cada uno de los integrantes de la CMB tiene una cuenta personal en *Facebook*, y a su vez todos somos miembros de un grupo privado de la CMB, creado en esta red social desde el inicio de la agrupación. Entre las múltiples acciones que permiten este medios, está el que todos como miembros de ese grupo podemos escribir y compartir enlaces de páginas web para que el resto los puedan ver, y también podemos subir, almacenar y descargar diferente clase de archivos. Estas fueron las funciones que usaron tanto Rocío como Oscar y las sopranos (aunque en su caso quien verdaderamente subió a este medio el guión de Natural fue Sergio) para poner a disposición de todos los integrantes, los materiales que ellos habían generado y facilitar así el montaje de las dos canciones. Los guiones escénicos fueron subidos como archivos de Word al grupo, y las partituras y los audios de las voces fueron compartidos por Oscar en una publicación a través de un enlace de WeTransfer (un servicio de transferencia de archivos por internet) desde el cual todos podíamos descargar las partituras y los audios. Oscar nos las hubiera compartido a través de *Google Drive* como tradicionalmente lo había hecho, pero como para ese tiempo no teníamos suficiente espacio disponible de almacenamiento en ese medio, había tenido que buscar otras soluciones. Aún así es de resaltar que cuando hemos podido usar este medio lo hemos hecho colectiva e individualmente, al conocer todos la contraseña de una única cuenta en *Gmail* que creamos

con el nombre de la murga, pudiendo así tener acceso a diferente clase de materiales que tenemos guardados en esta cuenta.

Una vez creados y distribuidos, el papel de los medios de comunicación y de los equipos electrónicos también se hace notorio en el uso individual de estos “recursos para el saber hacer” por parte de los integrantes de la CMB. Esto lo puede evidenciar sobre todo con el uso de las partituras las cuales varios de los integrantes las proyectaban desde sus celulares o Tablets durante los diferentes ensayos que estudié (si bien algunos también las imprimieron). Uno de estos ensayos casos fue por ejemplo el de los tenores que presentaba en el anterior acápite, donde Andrés todo el tiempo uso las partituras tanto de El loco de la estación como de Natural desde su *smarthphone*. El ensayo de los bajos, presentado anteriormente, también fue uno de estos casos, ya que aunque Vladimir si bien había impreso la partitura de El loco de la estación, la de Natural la proyectó y uso siempre desde su *smarthphone*.

Si bien los medios de comunicación y los equipos electrónicos como se evidencia aquí han jugado un papel importante en el consumo de murga de los integrantes de la CMB—tanto a través de la creación, distribución y uso de los “recursos para el saber hacer” como el acceso que permiten a través de internet a los videos y audios de las canciones—al señalar su uso por parte de los integrantes de la CMB lo que quiero resaltar es que su importancia en el análisis no se deriva de que permitan o no la interrelación del consumo con la producción del grupo, es decir con que este se vea como un consumo no pasivo sino activo y participativo como lo han sugerido algunos autores (Jenkins, 2008); sino porque siempre ligados a procesos tanto de consumo como de producción, estos medios están inmersos en una *mediación* (Martín-Barbero, 2003), en la cual son uno más de los factores a considerar: producción, consumo y medios de comunicación, en permanente articulación y negociación, sin que los medios tengan una predominancia mayor que los otros dos.

Pensar en términos de *mediación* (Martín-Barbero, 2003) me permite argumentar que el papel de los medios de comunicación a través de internet y los equipos electrónicos ha estado en las condiciones de posibilidad que brindan para la creación, circulación y uso de

contenidos—“los recursos para el saber hacer” para el caso que presento aquí—y el análisis de lo que esto implica; y no en permitir que el consumo de los integrantes de la CMB sea un consumo activo y participativo en relación con tiempos anteriores en los que el espectador mediático se podía considerar pasivo por las características denominadas como masivas de medios de comunicación como la televisión, la radio, la prensa y el cine (Jenkins, 2008).

Argumentos como estos últimos parecen seguir sosteniendo teorías como las de Adorno y Horkheimer basadas en las industrias culturales y cultura de masas, y no estar considerando los aportes de autores como Martín-Barbero (2003) García Canclini (1990), Bourdieu (2007) y Mata (1997), quienes contra argumentándolas evidenciaron cómo el consumo nunca puede considerarse pasivo pues los receptores mediáticos siempre interpretan desde un contexto social y cultural en el que están inmersos, y cómo la producción y el consumo siempre han sido procesos estrechamente interrelacionados. En este sentido considerar a los consumidores como espectadores activos no puede estar ligado a que usen o no estos medios, o como algo únicamente ligado al uso de las tecnologías contemporáneas.

De acuerdo con García Canclini (1990) fueron precisamente estudios sobre efectos de la televisión a partir de los cuales comenzó a establecerse cómo los recursos tecnológicos no son omnipotentes, y cómo “(...) las interacciones de las nuevas tecnologías con la cultura anterior las vuelve parte de un proceso mucho mayor del que ellas desencadenaron o del que manejan” (p. 288). El análisis del papel de los medios de comunicación en el consumo cultural no debe ligarse exclusivamente al consumo mediático, es decir a cómo son consumidos, usados, los medios de comunicación y las prácticas sociales y culturales que se han desarrollado en torno a ellos; sino en cómo se enmarcan en contextos y prácticas sociales y culturales que los sobrepasan. Un análisis así lo permite el uso de concepto de *mediación* (Martín-Barbero, 2003) que se concentra no solamente en las prácticas sociales y culturales que se desarrollan o se han desarrollado en torno a unas tecnologías (Jenkins, 2008; Gitelman, 2006), sino en analizar cómo los medios de comunicación se articulan en continuas negociaciones y articulaciones con prácticas de consumo y producción de los contenidos que son mediados.

De esta manera el concepto de *mediación* planea una perspectiva metodológica al preguntarse por lo que pasa en el medio de, entre, el consumo, la producción y los medios de comunicación; y a partir de ello pensar qué pasa efectivamente con los contenidos en un espacio que es tanto tecnológico como social. Este fue el análisis que seguí y con el cual llegué a encontrar y plantear que la relevancia del papel de los actuales medios de comunicación en el consumo de los integrantes de la CMB estaba en la función que cumplen brindando determinadas condiciones de posibilidad para la creación, distribución y uso de los “recursos para el saber hacer”, en su articulación con prácticas de consumo y producción más generales, y no solo en su uso en cuanto medios. Los medios de comunicación y los equipos electrónicos han estado presentes tanto en el consumo privado como público de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB, en la interrelación de estos dos momentos de consumo y también en su articulación con la facilitación y enriquecimiento de la puesta en escena del grupo; pero esto no ha equivalido argumentar que la existencia de estos momentos de consumo, su interrelación y también su articulación con la puesta en escena de las canciones (su producción) esa únicamente posible por la existencia de estos medios.

Otros teóricos sobre los medios de comunicación a través de internet por su parte enfocándose en el “prosumo” (Zajc, 2015; Linne, 2014; Berrocal, Campos y Redondo, 2014), han limitado su análisis a concentrarse enfáticamente en su impacto y relación con prácticas e interacciones virtuales de los usuarios de internet. Un aspecto muy característico que algunos de estos autores incluso llegan a atribuirle a estos medios es incluso la “fusión” que permiten entre el consumo y la producción, en la cual la creación y el consumo mediático tienen lugar simultáneamente y son realizados por las mismas personas (Zajc, 2015). Pensar en una “fusión” entre la producción y el consumo permitida por el uso de estos medios de comunicación a través de internet tiende a invisibilizar o perder de vista que el consumo y la producción siempre han estado estrechamente interrelacionados y cómo en medio de su estrecha relación sin embargo pueden evidenciarse momentos más claramente de consumo que de producción o viceversa (Ritzer, 2014).

Evidenciar la existencia de momentos más enfocados al consumo o a la producción, se articula con lo que argumento a lo largo de este capítulo, la existencia de dos momentos diferentes—un consumo privado y un consumo público— pero continuamente articulados e interrelacionados dentro del consumo general de los integrantes de la CMB; los cuales son productivos en el sentido de que siempre se realizan bajo unos intereses y contextos específicos, y son orientados a cumplir y facilitar el objetivo de “saber hacer” murga uruguaya por parte de todos los integrantes. El consumo privado hace referencia a un consumo personal del género en el que los integrantes de la CMB ven y referencian de manera individual los videos y audios de las canciones a montar, y crean o usan también los diferentes “recursos para el saber hacer”; aunque no es desarrollado por todos los integrantes con la misma profundidad y frecuencia, alimenta y facilita tanto el montaje colectivo como el consumo de otros integrantes. Y el consumo público con el cual hago referencia a los momentos durante los ensayos en los cuales los integrantes se remiten y usan los videos y audios de los referentes de las canciones, y usan también los “recursos para el saber hacer”; espacios también en los cuales el interactuar unos con otros pueden compartirse desde sus consumos privados experiencias y conocimientos en torno a la murga y otros referentes, y puedan ayudar en la apropiación colectiva e individual del género.

La consideración de ver el consumo y la producción siempre interrelacionados no debe limitarse ha ser fuertemente reconocida (al grado de celebrarla) en el ámbito del uso de las tecnologías de redes digitales, o como las denomina Zajc (2015) “social media”. De esta manera si bien las tecnologías digitales han puesto más de presente la interrelación entre el consumo y la producción, no se debe olvidar que estos dos procesos, junto con los medios de comunicación, están en los diferentes contextos continuamente presentes y negociando sus articulaciones.

Hablar en términos de “fusión” entre la producción y el consumo en el uso de los actuales medios de comunicación, y argumentar que dentro de estos la creación y consumo de los contenidos se da de manera simultánea y es realizada por las mismas personas, encuentro que es una perspectiva que puede llegar a limitar el análisis del consumo en tres maneras al tomar como ejemplo el caso de la creación, distribución y uso de los “recursos para el saber

hacer” dentro del consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB. En primer lugar, como lo presentaba anteriormente, limita el análisis de cómo a través de estos medios se puede dar un consumo y una producción no “simultánea”, de reconocer que pueden existir momentos más claramente de producción o de consumo. En segundo lugar en cómo a través de estos medios los contenidos mediados pueden ser distribuidos y usados por personas diferentes a los que los crean. Y por último en cómo el consumo de estos contenidos mediados a través de internet, tienen influencia y relación con la realidad física-material, además de la virtual. El segundo y el tercero de estos puntos pueden verse en el caso presentado de los “recursos para el saber hacer” al evidenciar cómo estos fueron creados por unos integrantes en específico y usados tanto por ellos como por el resto de integrantes de la CMB, y al evidenciar también cómo su objetivo no estaba restringido a las posibilidades de ciertas interacciones virtuales entre los integrantes, sino a facilitar y potenciar la puesta en escena de las dos canciones nuevas, para lo cual requerían sobre todo ser usados en la realidad física-material de los integrantes de la CMB.

Sin embargo no considero que un aspecto característico y resaltable de los medios de comunicación deba ser la “fusión” que permiten entre el consumo y la producción, considero que una característica analítica interesante que puede resaltarse de estos medios de comunicación a partir de lo evidenciado dentro del consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB, de acuerdo con Zajc (2015), es la importancia que le dan a las actividades de los individuos. Considerando las tecnologías de redes digitales, o “*social media*”, como “dispositivos de construcción de subjetividad”, Zajc (2015) argumenta que en estos medios es donde más se hace evidente el carácter minuciosamente individualizante que tienen los “dispositivos” en general; tomando el concepto de “dispositivo de poder” de Foucault y definiéndolos a partir de Agamben (2006) como cualquier cosa capaz de captar, dirigir, formar, controlar y proporcionar gestos conocimientos, opiniones y discursos de los seres vivos—. “Social media, perhaps more than any other dispositive, proves how thoroughly individualizing mechanisms of construction of subjectivity might be” (Zajc, 2015, p. 35).

Debido a que cada uno de los integrantes de la CMB hacen parte voluntariamente del grupo, puede considerarse que una *illusio* (Bourdieu y Wacquant, 1995), un interés, es el que fundamentalmente les permite sentirse involucrados con las apuestas y objetivos grupales y que como individuos para ellos valga la pena emprender diferentes acciones en pro de la constitución de la agrupación como murga de estilo uruguayo. Siendo este interés el que los agrupa, puede evidenciarse por la característica anteriormente resaltada de los medios de comunicación a través de internet, que estos lo que permiten es que los diferentes integrantes se puedan articular a los objetivos del grupo desde su individualidad más fácilmente: consumir murga en tanto que individuos bajo unos intereses que para ser desarrollados a nivel grupal son deseados, buscados y defendidos sobre todo a nivel individual. Es en este sentido que me permito considerar y argumentar que lo característico del uso de los medios de comunicación a través de internet, dentro del consumo de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB, ha estado en cómo han funcionado como dispositivos de construcción de subjetividades en torno a la murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB desde un nivel fundamentalmente individual.

Esto lo evidencio, volviendo a al caso que presentaba al inicio de este acápite, en la importancia y el papel atribuido dentro del grupo al estudio individual para la puesta en escena de las dos nuevas canciones que nos encontrábamos montando, el cual se llegaba incluso a plantear como necesidad para lograr como colectivo hacer nuestra presentación; y en la búsqueda de su desarrollo a través de la distribución y uso fundamentalmente individual de los “recursos para el saber hacer”, facilitando por la posibilidad de distribución y acceso individual de archivos que permiten estos medios.

En tanto que estos medios de comunicación facilitan la posibilidad de distribuir y usar a nivel individual los “recursos para el saber hacer”, y de referenciar también individualmente los referentes de las canciones, se puede considerar que permiten un mayor consumo personalizado de murga uruguaya por parte de los integrantes de la CMB, a diferencia otros medios de comunicación considerados masivos, como la televisión o la radio; medios que tuvieron un papel predominante en décadas anteriores para la difusión de diferentes géneros musicales y la consolidación y formación de sus públicos. Un ejemplo

de esto fue la salsa, nacida en Nueva York a finales de los años sesenta en el contexto de una intensa emigración caribeña a Estados Unidos (Quintero, 2002) y el caso de su llegada y asentamiento en Bogotá donde con el tiempo llegó a ser difundida y consumida masivamente (Gómez y Jaramillo, 2013). Esto inicialmente a partir de la eclosión de movimientos poblacionales internos hacia la capital—sobre todo costeñas, caleñas y de la costa Pacífica— durante las décadas de los cincuenta y sesenta del siglo XX, pero también de la mano del amplio desarrollo y uso de la radio y la televisión como medios de comunicación e información predominantes para esa época a nivel mundial (Gómez y Jaramillo, 2013).

Todas las tecnologías comunicativas brindan unas “condiciones de obtención del saber” (García Canclini, 1990); para el caso de las tecnologías de comunicación e información más recientes a través de internet, considero que han sido unas más amplias a nivel de los individuos, y que para el caso de la CMB contextualizan y delimitan las condiciones de posibilidad de desarrollo del estudio individual, que se desea y se defiende bajo la incentivo de lograr cumplir de una mejor manera con el objetivo colectivo de constituir la CMB como murga de estilo uruguayo en Colombia.

## CONSIDERACIONES FINALES

Tomando el caso de la Cuadrilla Murguera Bogotana y su consumo de murga uruguaya para presentarse y autodenominarse como una agrupación de este estilo, este trabajo se cuestiona por el consumo de músicas locales—asociadas a un territorio y a unos grupos culturales específicos—en contextos diferentes a los que históricamente les dieron su origen, en tiempos ampliamente considerados y denominados de globalización. Tiempos que se caracterizan por la intensificación de la interconexión global por el desarrollo de la tecnología digital, un mundo lleno de movimiento, mezcla, contactos, vínculos y un persistente intercambio e interacción cultural (Inda y Rosaldo, 2002).

Dentro de las discusiones teóricas sobre el concepto de consumo, al evidenciar cómo el consumo de murga uruguaya ha tenido un lugar fundamental entre los integrantes de la CMB para la creación y la realización (puesta en escena) de sus espectáculos, este trabajo argumenta fundamentalmente y evidencia cómo el consumo y la producción son dos procesos siempre estrechamente interrelacionados, y no se puede hablar de ellos como dos estados puros empíricamente diferenciados. De esta manera a diferencia de autores que hacia mediados del siglo XX como Adorno y Horkheimer consideraban a los consumidores como espectadores pasivos de contenidos mediatizados, este trabajo se ubica en una perspectiva teórica que aboga por una agencia de los consumidores, y concibe a los “receptores” como productores activos de los sentidos de las obras, los cuales se producen en cada uno de los encuentros entre las obras y sus receptores (Lahire, 2005).

De acuerdo con García Canclini (1990) los enfoques desde la preocupación por la cultura de masas y las industrias culturales, como los adelantados por Adorno y Horkheimer, no solían decir mucho acerca de qué se produce y qué les pasa a los receptores de contenidos mediáticos, y sus conceptualizaciones no se sostuvieron ante las concepciones posfoucaultianas del poder “que dejan de verlo centrado en bloques de estructuras institucionales impuestas verticalmente, y lo piensan como una relación social diseminada” (p. 243). Eran enfoques de los cuales quedaban por fuera los procedimientos electrónicos y telemáticos “en los que la producción cultural implica procesos informacionales y

decisionales que desbordan la simple manufactura industrial de los bienes simbólicos” (p. 239).

En este sentido, tomando la definición de Mata (1997) de consumo es que este trabajo ha pretendido contribuir a evidenciar cómo el consumo ya no puede ser concebido en los términos homogeneizantes, de estandarización y control social de mediados de siglo, sino que debe comprenderse como “conjunto de prácticas socioculturales en las que se construyen significados y sentidos del vivir, a través de la apropiación y uso de bienes” (p. 7-8) y verlo como un “terreno en el cual se despliegan diversas estrategias de interacción entre los sujetos con el mundo de objetos que les rodea” (p. 7). Ya no debemos retornar a una época en la cual se pensaba en claras diferencias entre los productores y los consumidores, no retornar al esquema binario entre producción y consumo: el consumo es inherente a la producción y la producción esta entrelazada al consumo (Ritzer, 2014).

En el marco de estas argumentaciones, y estrechamente ligado al surgimiento y desarrollo de los medios de información y comunicación a través de internet, en el último tiempo ha venido constituyéndose el uso del concepto de “prosumo” (o prosumption), como el interrelacionado proceso de producción y consumo (Ritzer, 2014), o incluso como la “fusión” entre ambos (Zajc, 2015). De acuerdo con estos autores estamos hoy ante una “prosumer revolution” en la cual en nuestra sociedad será cada vez más difícil diferenciar entre producción y consumo, y entre productores y consumidores. De acuerdo con Ritzer (2014) el consumo y la producción han sido dos conceptos hegemónicos que no nos han permitido ver que el prosumo, y no la producción y el consumo, es el proceso primordial, y que por ello debería reemplazarle por este solo concepto el uso de los otros dos. Sin embargo como respuesta a esta argumentación en contra de la pertinencia y el uso del concepto de consumo, encuentro necesario presentar aquí una discusión frente a la conceptualización que propone el uso del concepto de prosumo.

Frente a posiciones como las de estos autores (Ritzer, 2014; Zajc, 2015) este trabajo pretende defender aún el uso de los conceptos de producción y consumo como conceptos que analíticamente permiten pensar mejor cómo en la vida cotidiana, en las prácticas

cotidianas, estos dos procesos se encuentran y se interrelacionan; y abogar por un cambio en su abordaje teórico sin que esto implique cambiar el nombre con que se les denomina. Partiendo de esto, lo que habría que preguntarse utilizando el concepto de *mediación* (Martín-Barbero, 2003), es por cómo ambos procesos se articulan y negocian en las diferentes prácticas y contextos. Hay momentos que pueden ser más claramente de consumo o de producción, si bien nunca se presentan como procesos puros y en términos binarios, sino siempre negociados e interrelacionados.

La distinción que debe presentar Ritzer (2014) entre momentos más claramente de consumo que de producción o viceversa, me lleva a argumentar por la validez que aún tiene pensar en estos dos procesos, sin desconocer que ambos están interrelacionados siempre. Este autor argumenta y evidencia cómo dentro de esa interrelación entre el consumo y la producción, habría un continuo del prosumo en el cual un prosumidor puede “producir” algo en un momento en el tiempo y “consumir” esto en un punto mucho más alejado del tiempo. Argumenta que dentro de este continuo existirían dos polos a los cuales denomina “prosumption-as-production” y “prosumption-as-consumption”, en el medio de los cuales se podría pensar en un “balanced prosumption” como punto en el cual el consumo y el producción estarían más o menos uniformemente balanceados y al cual todas las actividades estarían hoy tendiendo cada vez más en vez de los polos. Sin embargo, frente a esta perspectiva cuestiono que si bien los medios de comunicación actuales a través de internet permiten evidenciar más enfáticamente la continua interrelación entre la producción y el consumo, esto no quiere decir que en un futuro poco a poco dejen de existir diferentes contextos en los cuales tanto la producción como el consumo se puedan ver y analizar en tanto que no ocurren tan cercana o simultáneamente en el tiempo.

El concepto de prosumo, cuyo desarrollo actualmente ha estado muy ligado al ámbito de la socialización, las interacciones e intercambios a través de internet (Linne, 2014; Zajc, 2015; Ritzer, 2014; Berrocal et al., 2014), considero que en cierta forma tampoco ha permitido analizar con el mismo nivel de énfasis, cómo el consumo y la producción de contenidos a través de internet han tenido no solo una estrecha relación y notable impacto en las prácticas y las interacciones virtuales de las personas, sino también en relación con las

prácticas e interacciones que principalmente realizan los individuos en su realidad física. Es decir, cómo a pesar de ser creados, distribuidos y usados a través de estos medios de comunicación e información, el consumo y producción de estos contenidos puede evidenciarse y se contextualiza más claramente en relación con interacciones y prácticas en las realidades físicas de quienes los usan. En esta misma línea, al concentrarse cómo los contenidos a través de estos medios pueden ser creados y consumidos simultáneamente por las mismas personas (Zajc, 2015; Linne, 2014), limitan el análisis de cómo un mismo contenido creado por alguien puede ser consumido por otra u otras personas también y en diferentes momentos de tiempo, como lo evidenciaba a través del caso de la creación, distribución y uso de los “recursos para el saber hacer” entre los integrantes de la CMB.

Este trabajo aboga en este sentido por una perspectiva que analice la interrelación, las negociaciones entre el consumo y la producción, pero sin pensarla como una “fusión” en la que cada vez será más difícil separar estos dos procesos. Usando estos mismos términos por el contrario argumentaría que nunca estuvieron separados. Sin embargo considero que usar una diferenciación únicamente analítica entre ambos—producción y consumo—permite abordar con mayor facilidad contextos en los que se quiere ahondar más enfáticamente ya sea en la producción o en el consumo, lo cual con el uso únicamente del concepto de consumo se dificultaría. Al usar únicamente el concepto de consumo, sin agregarle otro adjetivo como “productivo”, he querido de esta manera presentar y sostener una postura que aboga por mantener el uso analítico de este concepto, sin desconocer su interrelación con la producción; queriendo con ello posicionarme en argumentar que no hay ningún consumo que no pueda ser productivo, en tanto que nunca el consumidor es un espectador pasivo.

Por otra parte frente a perspectivas de autores como Jenkins (2008), que dentro del impacto del cambio mediático de las últimas décadas argumentan que la relación entre productores y consumidores ha sido posible por el desarrollo de los medios de comunicación e información a través de internet, considero de acuerdo con autores como Bourdieu (2007), García Canclini (1990), Martín-Barbero (2003) y Mata (1997) que el consumo y la producción siempre han estado interrelacionados, y el consumidor de hoy no es más activo

o menos pasivo que el consumidor de décadas atrás. Una perspectiva como esta considero que mantiene y defiende principalmente un mediacentrismo que le resta riqueza analítica al concentrarse enfáticamente en el uso de los medios de comunicación y las prácticas culturales y sociales entrono a ellos y desarticulándolos de prácticas y contextos culturales más amplios en los que se inscriben; en las cuales se articulan continuamente con diferentes procesos de producción y consumo de bienes culturales (Martín-Barbero, 2003; García Canclini, 1990; Bourdieu, 2007).

Sostener una postura concentrada enfáticamente en el papel de los medios en el consumo y la producción, podría llegar a implicar argumentar que las prácticas de quienes en un contexto dado no cuentan con ciertos medios de comunicación, no pueden ser analizadas también como realizadas por consumidores activos, consumidores de diferentes bienes culturales mediados de otras maneras. El uso de tecnologías digitales ha significado un cambio mediático significativo respecto a medios de comunicación originados anteriormente a ellos, pero considero que su surgimiento y desarrollo ha generado es un cambio en las “condiciones de obtención y renovación del saber” (García Canclini, 1990, p. 244), y no son los únicos medios a través de los cuales se puede hablar y presentar una interrelación entre la producción y el consumo. El uso del concepto de *mediación* (Martín-Barbero, 2003) brinda en este contexto otra perspectiva crítica frente al mediacentrismo y a la vez metodológica al evidenciar y preguntarse por lo que pasa en el encuentro, en la mitad entre la producción, el consumo y los medios de comunicación a partir de las prácticas cotidianas; permite pensar los modos de interacción e intercambio en el proceso de comunicación (Sunkel, 2004). En este marco, la etnografía se constituye entonces en un enfoque teórico y una técnica metodológica muy pertinente de realizar articulada a los análisis de mediaciones, en tanto que con un énfasis en las prácticas cotidianas permite “obtener conocimientos directos en las microinteracciones de la vida cotidiana” y puede “ayudar a conocer como los discursos y los medios se insertan en la historia cultural, en los hábitos de percepción y comprensión de los sectores populares” (García Canclini, 1990, p. 245).

Frente a estas discusiones planteadas sobre el papel de los medios de comunicación en la mediación de bienes culturales, y las discusiones de la masificación de los medios centradas

en si se ha dado o no la homogeneidad, estandarización y control social creciente a través de consumismo que defendía Adorno, considero de acuerdo con García Canclini (1990) y Martín Barbero (2003) que la masificación de los medios ha permitido crecientes posibilidades de democratización, diversidad en la producción y participación social “a través de un mayor y más numeroso acceso a los medios de producción y consumo de información” (Wade, 2000, p. 35). Y de acuerdo con Zajc (2015) que el aspecto más característico del uso de estos medios de comunicación a través de internet ha estado en ser “dispositivos” que han logrado llegar más notoriamente al nivel del individuo y darle a este más importancia y facilidad para interactuar y tener acceso en tanto tal a procesos de consumo, producción y distribución, antes más impersonales o masivos.

Siendo el objeto de esta investigación preguntarme por la articulación entre producción y consumo, cabe explicitar en articulación con lo presentado a lo largo de este trabajo, lo que encuentro que ha significado para los integrantes de la CMB ser tanto consumidores como creadores de eso mismo que consumen, para este caso en cuestión la murga uruguaya, y cómo les ha afectado ser este tipo de consumidores. Encuentro en principio que esto ha significado para nosotros poder desarrollar y lograr efectivamente el objetivo colectivo en el que estamos inmersos en tanto agrupación: querer ser, presentar y desarrollarnos como una murga de estilo uruguayo en Bogotá; objetivo que nos planteamos inicialmente a pasar de que la mayoría de los integrantes no sabíamos mucho sobre murga uruguaya. En este contexto ser este tipo de consumidores inmersos dentro de un proceso creativo es lo que nos ha permitido conocer en el mismo desarrollo de la CMB, más sobre murga uruguaya y saber tanto crearla como hacerla—por ejemplo la estructura de los espectáculos, los contenidos, las formas de presentarla, los personajes, la distribución de los integrantes, etc.—, conocimientos específicos y muy prácticos que quizá no hubiéramos obtenido de ser consumidores enfocados en escuchar murga solamente y no querer también hacerla.

Ser consumidores y creadores de murga uruguaya también ha significado para los integrantes de la CMB vincular y relacionar la murga uruguaya con el contexto social, histórico y cultural en el que nos encontramos, fundamentalmente en dos aspectos. Por un lado al articular la murga uruguaya, a la par de nuestro proceso de apropiación, con otros conocimientos, habilidades y experiencias que poseemos entre nosotros, en un diálogo de

saberes que ha permitido enriquecer y potenciar nuestra apropiación del género. Y por otro lado, cuando la CMB al encontrarse en un contexto diferente al uruguayo donde este género además no es muy conocido, inevitablemente se han enfrentado en algunos momentos con la necesidad de modificar las características tradicionales de un espectáculo de murga para poder presentarla; como lo relataba anteriormente a partir del caso de la segunda Cantarola en el restaurante-bar Galería Café Libro.

Pero a la par de vincular y relacionar la murga uruguaya con nuestro contexto social, histórico y cultural, este diálogo e interacción con nuestro contexto específico también ha supuesto para nosotros buscar velar y mantener lo que consideramos, o se considera generalmente, como propio del género. Al encontrarnos inmersos en otras condiciones, la búsqueda de autenticidad y fidelidad con lo que es la murga uruguaya nos ha llevado a referenciar frecuentemente murgas, murguistas y espectáculos de Uruguay como referentes incuestionables y auténticos respecto a los cuales comparamos así mismo nuestro propio proceso, tanto para saber cómo orientarlo como incluso para cuestionarlo y replantearlo. Esto último encuentro que plantea y deja abierta una pregunta frente a las discusiones sobre desterritorialización y reterritorialización de bienes culturales en tiempos de globalización. Por cómo en un contexto de globalización— caracterizado por una intensificación de interconexiones e intercambios culturales— se hace incluso más notorio y enfático el vínculo de una música local con un estado nación y su pertenencia socio histórica a este; por la fuerte permanencia de la denominación y referencia a la proveniencia cultural, histórica y geográfica de un bien cultural en circulación con el estado nación en el que surgió y se desarrolló más ampliamente, a pesar de las interconexiones que trascienden las fronteras físicas y culturales de estos. De acuerdo con García Canclini (1990) en los procesos de desterritorialización y reterritorialización no es que desaparezcan las preguntas por las identidades culturales y nacionales y se borren los conflictos, sino que “se colocan en otro registro multifocal y más tolerante, [donde] se repiensa la autonomía de cada cultura— a veces— con menores riesgos fundamentalistas” (p. 304).

Como el caso presentado de la CMB lo ejemplifica, producto de diferentes mediatizaciones la murga uruguaya ha llegado y continua llegando a nuevos y diferentes contextos; esto lejos de ser algo fortuito o momentáneo parece ser que se ha ido consolidando de manera

cada vez más notoria y estable. El interés de este trabajo ha sido en este sentido cuestionar y analizar, desde un enfoque en las prácticas de consumo, cómo ha sido la des/territorialización de una música local que llega de manera poco conocida a un nuevo contexto, pero que aun así busca arraigarse y desarrollarse dentro de este. Fue un interés por entender como bajo las características de un mundo en movimiento (Inda y Rosaldo, 2002), con el desarrollo de nuevas formas de comunicación y caracterizado por una intensa interconexión e intercambio cultural, una música perteneciente a las tradiciones de otro contexto, llega a querer ser desarrollada y presentada en otros contextos diferentes.

Ya que actualmente no hay muchos trabajos que aborden la desterritorialización y reterritorialización de la murga uruguaya en contextos diferentes al local (Montevideo), nacional (Uruguay) y regional (Rio de la Plata), y que lo aborden también en relación con las nuevas tecnologías digitales y el internet, en relación también con públicos no uruguayos; este trabajo espera haber sido un antecedente y motor de nuevas investigaciones que continúen analizando cómo en tiempos de globalización, en el proceso de pasar de lo regional a lo transnacional, cada una de las músicas definitivamente “es mediada de una forma diferente” (Ochoa, 1998, p. 102).

## **GLOSARIO:**

***Bajada:*** Es la última sección de todo espectáculo de murga uruguaya, en la cual después de finalizar la despedida o retirada, toda la murga se baja del escenario hacia al público cantando para mezclarse con la gente entre aplausos y abrazos. Los murguistas durante toda la bajada y hasta cansarse o quedarse hablando con la gente, siguen cantando repetidamente el fragmento final de la retira el cual se espera que la gente del público se lo aprenda y lo cante con ellos.

***Bajos:*** Una de las cuatro cuerdas en las que se ha dividido hasta el momento la CMB. Está conformada únicamente por hombres, y cantan en el registro más grave de las diferentes canciones.

***Canción final:*** Es una murga-canción que dentro de la estructura de un espectáculo de murga suele ir antes de la retirada. Cantada por uno o dos murguistas a quienes después se les une el resto del coro, es una canción con todo reflexivo y lírico con la que se busca generar un ambiente de transición, de la sátira y la crítica de los cuplés al lirismo de la retirada.

***Canción inicial:*** Es una murga-canción que dentro de la estructura de un espectáculo de murga suele ir después del saludo o presentación, con el fin de introducir la temática general que tendrá el resto del espectáculo.

***Cantarola:*** Un término que los integrantes de la CMB hemos tomado del contexto uruguayo, donde hace mención a socializar a través de canto, para referirnos a presentaciones en la que hemos querido o tenido que presentar un espectáculo diferente al de la Ciudad a Contraluz. Con canciones del repertorio de murguero presentadas sin seguir como tal la estructura de un espectáculo tradicional de murga. Puntualmente hemos realizado hasta el momento dos Cantarolas: una el 5 de diciembre de 2014 y otra el 30 de septiembre de 2015, en esta última se concentra el tercer capítulo del presente trabajo.

***Carnaval de Montevideo:*** Es el nombre del carnaval que se celebra en esta ciudad, la capital de Uruguay, aproximadamente entre el 1 de febrero y el 10 de marzo de cada año. Es reconocido por ser el carnaval más largo del mundo con una duración de 40 días. Este carnaval es el que históricamente ha contextualizado el surgimiento y desarrollo de la murga uruguaya, sin restringir las presentaciones de estas agrupaciones a su ámbito. Dentro de este carnaval tiene lugar el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas, dentro del cual las murgas se presentan para ganar el primer premio de su categoría o diferentes reconocimientos.

***Ciudad a Contraluz:*** Es hasta el momento el único espectáculo completo de murga uruguaya que ha montado la CMB siguiendo a estructura de un espectáculo de murga tradicional. No es completamente una creación original nuestra, pero tampoco es una interpretación de un espectáculo de murga ya existente. Algunas de las canciones y recitados que lo conforman los hemos tomado y adaptado de varias murgas, canciones y recitados. Otros de los recitados los hemos creado nosotros, y compuesto la retirada del espectáculo y una intervención de la batería llamada *stomp*, no presente en los espectáculos tradicionales de murga uruguaya.

***Cobalto:*** Al igual que Cyan, uno de los grupos artísticos de la Escuela Nueva Cultura al que pertenecieron varios de los integrantes de la CMB cuando estudiaron música en esta escuela. Este grupo tuvo una cercanía, aunque no tan notable como el Cyan, a la música de Uruguay a partir de un viaje que realizaron a este país en el 2009.

***Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas:*** Es un concurso organizado por la Intendencia Municipal de Montevideo y DAECPU (Directores Asociados de Espectáculos Carnavalescos Populares del Uruguay), una asociación que agrupa a los directores de conjuntos de carnaval, durante los 40 días del Carnaval de Montevideo. Dentro de este concurso las murgas, al igual que las otras categorías del carnaval (Parodistas, Humoristas, Revistas, Sociedades de Negros y Lubolos y Mascaradas musicales), compiten entre ellas para obtener el primer premio de su

categoría o reconocimientos específicos de acuerdo con los diferentes rubros que evalúa el jurado del Carnaval. Para pasar a competir dentro de este concurso en febrero-marzo de cada año, deben pasar previamente la audición para ser seleccionadas durante el mes de octubre previo a cada carnaval. Las presentaciones que son evaluadas y principalmente televisadas de este concurso son las presentadas por las murgas, y en general las agrupaciones de las diferentes categorías, en el Teatro de Verano Ramón Collazo del Parque Rodó en Montevideo.

***Contrafactum:*** Uno de los elementos más característicos de la murga uruguaya, el cual consiste en elaborar letras nuevas sobre músicas populares conocidas. Por medio de su uso las murgas desarrollan ampliamente tanto la sátira y la crítica, como el lirismo, característicos de la murga uruguaya en tanto género musical-teatral.

***Contraltos:*** Una de las cuatro cuerdas en las que se ha dividido hasta el momento la CMB, conformada únicamente por mujeres pero que algunas melodías las comparten también con los hombres integrantes de la cuerda de los tenores. Junto a ellos se puede decir que cantan en el registro medio de las diferentes canciones, pero en las divisiones de melodías, cantan las notas más agudas respecto a ellos.

***Cuadrilla Compra-Cantos:***

En uno de los espectáculos de la CMB creado para ser presentado en el carnaval de Riosucio 2015, en el cual la CMB participo como cuadrilla. Fue el objetivo con el cual inició la agrupación a principios del 2014 por iniciativa principalmente de Oscar Celis y Sergio Triviño, los directores de la CMB.

***Cuerda(s):*** Es la manera como en el contexto de la murga uruguaya se le denomina a los diferentes grupos de voces en los que se divide una murga, al ser este un género musical polifónico. En el caso de las murgas en Uruguay estas divisiones son tres principales (del registro más grave al más agudo): *los segundos, primos y sobreprimos*. Pero para el caso de la CMB esta división ha sido en cuatro

principales (del registro más grave al más agudo): bajos, tenores, contraltos y sopranos.

**Cuplé(s):** Además del saludo/presentación y de la despedida/retirada, es una de las tres partes esenciales que constituye un espectáculo de murga uruguaya tradicional. Un espectáculo puede estar constituido por entre por entre 4 o 5 cuplés, y estos son los momentos de la actuación en los que la sátira y el humor característicos de la murga tienen su mayor aparición. Cada *cuplé* desarrolla un tema y son el momento en que la temática central del espectáculo es presentada y abordada desde diferentes perspectivas, mezclando aspectos tanto musicales como teatrales en su desarrollo, siempre desde el humor y la sátira. Los cuplés, y en general el desarrollo del espectáculo, es conducido por unos personajes principales a los que se les denomina *cupleteros*. Durante los *cuplés* es cuando tiene mayor aparición el carácter de la murga de integrar tanto partes cantadas como habladas, ya que las partes cantadas de los cuplés suelen ser constantemente interrumpidas para intercalarse con los diálogos y recitados entre *cupleteros*, o de estos con el resto del coro.

**Cupletero(s):** El o los personaje principales que conducen el desarrollo del espectáculo o de un cuplé en específico. En ellos “se da el desarrollo de verdaderos personajes desde el punto de vista teatral” (Fornaro, 2007, p. 24) y se caracterizan por su poder o habilidad para comunicarse con el público, generalmente a través del humor (Lamolle y Lombardo, 1998). Suelen ser los que más desarrollan las partes habladas/actuadas de un espectáculo de murga si bien también intervienen en las partes cantadas, interactuando entre ellos o con el resto del coro.

**Cyan:** Fue uno de los grupos artísticos de la Escuela Nueva Cultura al que pertenecieron la mayoría de los integrantes de la CMB. Puede considerarse el grupo base del cual partió la idea de hacer una murga de estilo uruguayo si bien la consolidación de esto fue formalizada por Oscar Celis, el director de Cyan, y Sergio Triviño, uno de sus integrantes, con la planeación inicial de la CMB como proyecto. A partir de la

preparación de una gira para un viaje en el año 2009 a Uruguay, comienzan su acercamiento e interés más notable a los diferentes géneros músicas de Uruguay.

***Despedida/Retirada:*** Además del saludo/presentación y los cuplés, es una de las tres partes esenciales que constituye un espectáculo de murga uruguaya tradicional. Es la canción con la que finaliza un espectáculo de murga, la cual retoma el tono lírico de la presentación y generalmente desarrolla como tema central el carácter cíclico de la fiesta y la promesa de la murga de volver al siguiente carnaval. La bajada, en un espectáculo de murga tradicional, es una parte que la constituye y por medio de la cual se da término tanto a esta canción como todo el espectáculo en general.

***Dueto:*** Es una intervención realizada por dos personas de la murga en un momento del espectáculo, ya sea a nivel musical o teatral. A nivel musical usualmente implica la intervención de integrantes de cuerdas diferentes, cantando armónicamente (cada uno siguiendo su propia melodía y manteniéndose en su registro) un mismo fragmento de una canción.

***Empaste (colectivo/vocal):*** Se refiere al lograr que a través del ensayo tanto colectivo como individual, de las diferentes secciones de una canción, esta logre sonar y verse lo mejor articulada entre las diferentes partes que la componen (musical y escénicamente). A nivel musical, ya que una murga se compone de varias cuerdas, se refiere al mejor acoplamiento que pueda lograrse entre el canto de los diferentes integrantes de una misma cuerda, como el acoplamiento de todas las cuerdas sonando como un único colectivo.

***Ensamble (colectivo/vocal):*** Es un sinónimo de empaste. Pero además se refiere también al ensayo colectivo de diferentes secciones de un mismo espectáculo, o de una canción, que han sido ensayados por separado previamente a nivel individual o de cada una de las cuerdas respecto a su articulación en los ensayos generales. Es la articulación de todos los elementos que componen un espectáculo y que requiere un

montaje progresivo de diferentes aspectos a nivel musical y escénico, primero por separado y posteriormente acoplados a nivel colectivo.

***Escuela de formación musical Nueva Cultura:*** Es una escuela de formación musical para niños y jóvenes, en la cual estudiamos y nos conocimos la mayoría de los integrantes de la CMB, entre el 2005 y el 2013 aproximadamente. Surgió en 1988 como producto del trabajo investigativo y de proyección artística de la Fundación Nueva Cultura, siguiendo la misma línea de desarrollar procesos formativos en las músicas regionales y urbanas de Colombia y del contexto caribe iberoamericano. Dentro de esta escuela, y precisamente por su enfoque en las músicas regionales caribe e iberoamericanas, la mayoría de nosotros conocimos por primera vez sobre murga uruguaya. Dentro de los procesos formativos de esta escuela estaba la conformación de unos grupos artísticos, integrados por algunos de los niños y jóvenes estudiantes regulares de la escuela. De aquí surgen los grupos Cyan y Cobalto, importantes en el nacimiento y desarrollo de la CMB.

***Fundación Nueva Cultura:*** Es una entidad de la cual se desprendió en 1988 el surgimiento de la Escuela Nueva Cultura. Desde sus inicios se ha dedicado a la investigación de las músicas regionales colombianas y caribe iberoamericanas, a la formación musical de niños, jóvenes y adultos y a impulsar la creación de agrupaciones musicales y la búsqueda de nuevas propuestas sonoras a partir de las expresiones tradicionales de las culturas regionales.

***Montaje:*** Se refiere a realización, o materialización, de un o unos planes artísticos diseñados previamente con el fin de constituir, tanto a nivel musical como escénico, los diferentes espectáculos y las diferentes canciones que los componen. Para el caso de la CMB esto se refiere a materializar las ideas y proyectos inicialmente conceptuales por parte de toda la agrupación en conjunto.

**Murguista:** Se considera de esta manera a quienes se actúan, cantan o tocan en un espectáculo de murga: a los integrantes del coro (cantantes-actores), a los 3 integrantes de la batería de murga y al director.

**Puntas:** Es la forma en las que se les denomina en conjunto al saludo/presentación y a la despedida/retirada dentro de un espectáculo de murga uruguaya.

**Recitado:** Son los diálogos o monólogos actuados a lo largo de un espectáculo de murga por los diferentes murguistas, que intercalan su aparición con las partes cantadas. Incluso muchas veces las interrumpen de repente principalmente a lo largo de los cuplés.

**Saludo/Presentación:** Además de los cuplés y la despedida/retirada, es una de las tres partes esenciales que constituye un espectáculo de murga uruguaya tradicional. El *saludo* o *presentación* es una canción con la que normalmente inicia la actuación de una murga. Introduce de manera lírica la presentación de la murga y tiene como tema fundamental el retorno al carnaval, el carácter cíclico de la fiesta.

**Solo:** Es una intervención realizada por una única persona de la murga en un momento del espectáculo, ya sea a nivel musical o teatral.

**Sopranos:** Una de las cuatro cuerdas en las que se ha dividido hasta el momento la CMB. Está conformada únicamente por mujeres, y cantan en el registro más agudo de las diferentes canciones.

**Tablados:** Es la manera en la que se le denomina en Uruguay a los diferentes escenarios levantados especialmente para el Carnaval, y donde realizan sus presentaciones tanto las murgas como el resto de las categorías a lo largo de este.

**Teatro de Verano Ramón Collazo:** Es un escenario muy importante en el ámbito de la murga uruguaya, ya que es aquí donde a lo largo del Carnaval y del Concurso

Oficial de Agrupaciones Carnavalescas son evaluadas por el jurado las actuaciones de las diferentes agrupaciones de cada categoría. A lo largo de la duración del Carnaval y dentro del Concurso, las murgas tienen dos presentaciones (llamadas “primera” y “segunda rueda”) en las cuales se presentan en este teatro y a partir de las calificaciones solo 10 son seleccionadas para participar durante una “tercera rueda”, o “liguilla”, también realizada en este teatro para seguir compitiendo por el primer lugar. Todas las presentaciones en este teatro son televisadas a nivel nacional, y transmitidas también a través de internet. En internet, son videos de estas televisaciones y transmisiones subidos por diferentes usuarios a YouTube, los que se pueden encontrar mayoritariamente de espectáculos de murga uruguaya.

**Tenores:** Una de las cuatro cuerdas en las que se ha dividido hasta el momento la CMB, conformada únicamente por hombres pero que algunas melodías las comparten también con las mujeres de la cuerda de las contralto. Junto a ellas se puede decir que cantan en el registro medio de las diferentes canciones, pero en las divisiones de melodías, cantan las notas más graves respecto a ellas.

**Trio:** Es una intervención realizada por tres personas de la murga en un momento del espectáculo, ya sea a nivel musical o teatral. A nivel musical usualmente implica la intervención de integrantes de cuerdas diferentes, cantando armónicamente (cada uno siguiendo su propia melodía y manteniéndose en su registro) un mismo fragmento de una canción.

## **INTEGRANTES DE LA CUADRILLA MURGUERA BOGOTANA<sup>10</sup>:**

**Director:** Oscar Armando Celis González (bajo)

**Codirector:** Sergio Andrés Triviño Rey (tenor)

### **Cantantes:**

Diana Carolina Cardozo Rodríguez (soprano)

Sofía Libertad Sánchez Guzmán (soprano)

Lina Gabriela Ramírez Díaz (soprano)

Estefanía Lozano Lozano (soprano)

Ángela Biviana Carabalí Torres (contralto)

Mariana Sandoval Ángel (contralto)

Ángela Rocío Leguizamón Adames (contralto)

María Margarita Suárez Jiménez (contralto)

Juan Felipe Villarral Alarcón (tenor)

Andrés Camilo Baracaldo Garzón (tenor)

Vladimir Arciniegas Hernández (bajo)

Nicolás Alejandro Gori Demmer (bajo)

Juan Enrique Suárez Jiménez (bajo)

### **Batería:**

Christian Eduardo Fernández Wilches (redoblante)

Laura Marcela García Cortés (bombo)

Selene Katherina Higuera (platillos)

### **Gestora:**

Indira Citlali Pérez García

### **Ingeniero de sonido:**

Alfredo Neira Martínez

---

<sup>10</sup> Para el tiempo en el que desarrollé mi trabajo de campo (julio-diciembre 2015)

## BIBLIOGRAFÍA

- Abu-Lughod, L. (2006). Interpretando la(s) cultura(s) después de la televisión: sobre método. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, (24), 119-140.
- Alfaro, M. (2008). *Memorias de la bacanal: Vida y milagros del Carnaval montevideano (1850-1950)*. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada: Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo: Tricle.
- Bendix, R. (1997). *In search of authenticity: The formation of folklore studies*. Wisconsin: The University of Wisconsin Press.
- Benjamin, W. (1989). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En W. Benjamin, *Discursos Interrumpidos I* (pp. 1-20). Buenos Aires: Taurus.
- Berrocal, S., Campos, E. y Redondo, M. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política. *Comunicar*, XXII (42), 65-72.
- Bigenho, M. (2010). La indigenidad boliviana en el Japón: la performance de la música folclorizada. En M. de la Canda y O. Starn (eds.), *Indigeneidades contemporáneas: cultura, política y globalización* (pp. 275-302). Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: España.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (1995). *Respuestas: Por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

- Domínguez, M. (2009). *Suena el Río: Entre tangos, milongas, murgas e condombes: músicos e gêneros rio-platenses em Buenos Aires* (tesis inédita de doctorado). Universidad Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil.
- Domínguez, M. (2012). Iguales pero distintos: Música y fronteras en el Río de la Plata. *Revista Tempo da Ciência*. 20. (39), 13-37.
- Escobar, A. (2005). La cultura habita en lugares: Reflexiones sobre el globalismo y las estrategias subalternas de localización. En A. Escobar, *Más allá del Tercer Mundo: Globalización y diferencia* (157-193). Bogotá: ICANH
- Fornaro, M. (2002) <<Los cantos inmigrantes se mezclaron...>> La murga uruguaya: encuentro de orígenes y lenguajes. *Trans. Revista Transcultural de Música*, (6). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82200607>
- Fornaro, M. (2007). Repertorios en la murga hispanouruguaya: del letrista a la academia. *Pandora (Saint-Denis)*, (7), 31-48.
- Fornaro, M. (2013). Murga hispanouruguaya y medios de comunicación: procesos de creación, difusión y recepción. En H. Vargas, et al. (eds.). (2013), *¿Enfoques interdisciplinarios sobre músicas populares en Latinoamérica: retrospectivas, perspectivas, críticas y propuestas* (pp. 265-280). Montevideo: IASPM-AL/CIAMEN (UdelaR).
- García Canclini, N. (1990). *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- García, D. (2008). El lugar de la autenticidad y lo underground en el rock. *Nómadas (Col.)*, (29), 187-199.

- Garramuño, F. (2007). *Modernidades primitivas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Gitelman, L. (2006). *Always already new media, history and the data of culture*. Cambridge, Massachussets: MIT Press.
- Gómez, N. y Jaramillo, J. (2013). *Salsa y cultura popular en Bogotá*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Gupta, A. y Ferguson, J. (2008). Más allá de la “cultura”: Espacio, identidad y las políticas de la diferencia. *Antípoda*, (7), 233-256.
- Inda, J. y Rosaldo, R. (Ed.). (2002). *The anthropology of globalization a reader*. Malden: Blackwell Publishing.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Keightley, K. (2006). Reconsiderar el rock. En S. Frith, W. Straw y J. Street (eds.), *La otra historia del rock: aspectos clave del desarrollo de la música popular, desde las nuevas tecnologías hasta la política y la globalización* (155-194). Barcelona: Ediciones Robinbook.
- Kukkonen, P. (2000). El tango en Finlandia. En R. Pelinski (comp.), *El tango nómada: ensayos sobre la diáspora del tango* (pp. 279-308). Buenos Aires: Ediciones Corregidor.
- Lahire, B. (2005). Campo, fuera de campo, contracampo. En B. Lahire (dir.) *El trabajo sociológico de Pierre Bourdieu: deudas y críticas* (pp. 29-69). Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.

- Lamolle, G. y Lombardo, E. (1998). *Sin disfraz: la murga vista de adentro*. Montevideo: Ediciones del Tump.
- Linne, J. (2014). Dos generaciones de nativos digitales. *Intercom-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 37 (2), 203-221.
- Martín-Barbero, J. (2002). El melodrama en televisión o los avatares de la identidad industrializada. En H. Herlinghaus (ed.), *Narraciones anacrónicas de la modernidad: Melodrama e intermedialidad en América Latina* (pp. 171-198). Chile: Cuarto Propio.
- Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. (Quinta edición). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Martínez de León, H. (2009). *Como el día más glorioso: Origen y evolución de la murga uruguaya a 100 años de su nacimiento*. Buenos Aires: Ediciones Diéresis.
- Mata, M. (1997). *Públicos y consumos culturales en Córdoba*. Córdoba: Centro de Estudios Avanzados.
- Miñana, C. (2006). Investigación musical y dinámicas socioculturales. En P. Gómez y E. Lambuley (eds.), *La investigación en artes y el arte como investigación* (pp. 27-38). Bogotá: Fondo de Publicaciones Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Ochoa, A. (1998). El multiculturalismo en la globalización de las músicas regionales colombianas. En J. Martín-Barbero y F. López (eds.), *Cultura, medios y sociedad* (pp. 101-113). Bogotá: Centro de Estudios Sociales-CES.
- Ochoa, A. y Cragolini, A. (coords.). (2002). *Músicas en transición*. Bogotá: Ministerio de Cultura.

- Ochoa, A. (2003). *Músicas locales en tiempos de globalización*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Ortíz, R. (1998). *Otro territorio: ensayos sobre el mundo contemporáneo*. (Segunda edición). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Pelinski, R. (2009). Tango Nomade: Una Metáfora de la Globalización. En O. García, T. Lencina y R. Salton (comp.), *Escritos Sobre Tango: En el Río de la Plata y en la Diáspora* (65-128). Buenos Aires: Centro'feca Ediciones.
- Quintero, Á. (2002) Salsa, identidad y globalización: Redefiniciones caribeñas a las geografías y al tiempo. *Trans. Revista Transcultural de música*. (6). <http://www.redalyc.org/pdf/822/82200609.pdf>
- Ritzer, G. (2014). Prosumption: Evolution, revolution, or eternal return of the same?. *Journal of Consumer Culture*, 14 (1), 3-24.
- Rossi, S. (2012). La murga uruguaya, entre carnavalización y crítica política. *Anuario de Antropología Social y Cultural en Uruguay*, 10, 217-232.
- Simonett, H. (2002). Desde Sinaloa para el mundo: transnacionalización y reespacialización de una música regional. En A. Ochoa y A. Cragolini (coords.). *Músicas en transición* (pp. 109-118). Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Sunkel, G. (2004) El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina. *Signo y pensamiento*, 23 (45), 9-24.
- Thornton, S. (1996). *Club cultures: music, media and subcultural capital*. Hanover Park: University Press of New England.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Jones.

- Toffler, A. y Toffler, H. (2006). *La revolución de la riqueza*. Barcelona: Debate.
- Triviño, S. (2015). Murga Uruguaya: Dos décadas de cambios. De Murga Joven al caso de Bogotá en el panorama sudamericano. En M. González (coord.) y C. Bohórquez (ed.), *Fiesta, Escuela, Reparación simbólica: Memorias del V Encuentro Internacional sobre estudios de Fiesta, Nación y Cultura* (pp. 283-291). Bogotá: Intercultura Colombia.
- Vila, P. (2001). Música e identidad: La capacidad interpeladora y narrativa de los sonidos, las letras y las actuaciones musicales. En A. Ochoa y A. Cragolini (coords.) *Músicas en transición* (pp. 15-44). Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Wade, Peter (2002). *Música, Raza y Nación: Música tropical en Colombia*. Bogotá: Vicepresidencia de la República de Colombia.
- Waxer, L. (2002). Hay una discusión en el barrio: el fenómeno de las viejotecas en Cali. En A. Ochoa y A. Cragolini (coords.) *Músicas en transición* (pp. 101-108). Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Wong, K. (2002). La nacionalización del pasillo ecuatoriano a principios del siglo XX. En A. Ochoa y A. Cragolini (coords.) *Músicas en transición* (pp. 67-77). Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Zajc, M. (2015). Social media, prosumption, and dispositives: New mechanisms of the construction of subjectivity. *Journal of Consumer Culture*, 15 (1), 28-47.