

ENTRE EL FOLKLORE Y LOS NEGOCIOS: LAS MURGAS DE CARNAVAL EN BUENOS AIRES

Alicia Martín (*)

RESUMEN

"Murgas", "comparsas", "agrupaciones humorísticas" son grupos autogestionarios, que cada año deben procurarse los recursos necesarios para poder concretar su intención artística y social. En este artículo intentamos explicar los procesos de disidencias y fragmentaciones que forman parte de la dinámica de las agrupaciones de carnaval en Buenos Aires. La llegada de las "murgas" a su público está mediada por contratistas ajenos al grupo. Esto dio lugar a cambios en los requerimientos para el desempeño de organizador de "murgas". Tener o no tener contratos, tener buenos contratos se ha vuelto una cuestión más vital e importante que la actuación artística.

Consideramos que la presión de relaciones mercantiles en la cultura, lejos de hacer desaparecer la creación popular, abre nuevos desafíos en la interpretación de las relaciones entre el folklore y otras formas de producción cultural.

ABSTRACT

"Murgas" (bands of street musicians), "comparsas" (costumed groups), and "agrupaciones humorísticas" (humoristic groups) are self-managed groups which have to obtain each year the necessary resources to carry out their artistic and social purpose. This contribution attempts to explain the processes of disagreement and fragmentation which are a part of the dynamics of carnival groups in Buenos Aires. Contractors not belonging to the group must intervene before the "murgas" can reach their public. This has given rise to changes in the requirements for being a "murga" organizer. Having or not having contracts, having good contracts, has become a more vital and important matter than artistic performance.

(*) Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano. Facultad de Filosofía y Letras. (Universidad de Buenos Aires)

It is proposed that the pressure of mercantile relationships, far from leading to the disappearance of popular creation, opens new challenges in the interpretation of the relationships between folklore and other forms of cultural production.

INTRODUCCION

Las oportunidades para el festejo del carnaval se orientan en Buenos Aires hacia un tipo de celebración privada y consumista: bailar en grandes clubes o en discotecas exclusivas. Además, como las fechas de carnaval coinciden con el caluroso verano porteño, la población de altos ingresos suele estar fuera de la ciudad para esta época. Son los vecinos de los barrios más humildes de la ciudad los que se reúnen y organizan cada año para participar artísticamente en los festejos del carnaval.

"Murgas", "comparsas", "agrupaciones humorísticas", actualizan un saber y un hacer de larga data, recreado al margen de instituciones estables (organismos estatales, entidades culturales, sindicatos, partidos políticos, empresas). Las diferencias entre ellas se fundan en sus diferentes propuestas artísticas. La murga porteña sólo lleva una banda rítmica de bombos con platillos (según la propia categorización de los artistas de carnaval), mientras la comparsa incorpora otros instrumentos, tales como vientos y redoblantes. El número fuerte de las murgas son una tríada de canciones (llamadas de presentación, crítica y despedida). A su vez las comparsas no cantan, solamente desfilan, a veces incorporando "vedets"-travestis en sus escuadras. Las agrupaciones humorísticas no cantan ni bailan. Desfilan representando "sketchs" o cuadros teatrales, verdaderas maquetas humorísticas mudas.

Durante dos o tres meses del verano, estas agrupaciones ganan las calles y los espacios públicos para ensayar y exhibirse. Reactivan en su máxima intensidad una serie de relaciones sociales con parientes y vecinos, por un lado, y con autoridades y dirigentes por otro. Por estas razones, son los verdaderos protagonistas del carnaval porteño.

Sin embargo, el fenómeno de agrupaciones de carnaval es tan desconocido para otros porteños que no participan de él, como ignorado por la investigación académica¹. Esta doble negación fue uno de los motivos que me llevó a encarar una investigación sobre las organizaciones de artistas de carnaval en Buenos Aires. Abordé este tema desde los nuevos enfoques del Folklore, es decir, tomando en cuenta los comportamientos de integrantes de las agrupaciones carnavalescas que tuvieran el efecto de construir y recortar grupos de identidad diferenciables de otros agrupamientos sociales².

A lo largo de esta investigación, analicé las realizaciones folklóricas que conforman el mensaje de las murgas del barrio porteño de Saavedra. Tomé en cuenta el plano exclusivamente artístico, es decir, de más alta estilización simbólica; qué representa el grupo, qué valor le asignan, qué significados tiene, cuál es el efecto de significación del mensaje murguero en relación con la constitución de grupos de identidad folklórica (Martín 1986, 1987, 1989, 1990, 1991a, 1991b).

En este artículo expondré aspectos vinculados con cuestiones sociales y económicas del quehacer murguero, que de ninguna manera son ajenos a la realización artística. Analizaré algunos datos del trabajo de campo realizado entre 1986 y 1989 con la finalidad de estudiar ciertos dilemas que condicionan en este momento no sólo la construcción del mensaje murguero, sino su existencia misma.

La aparición de contratistas ha cambiado los requerimientos para el desempeño de

organizador de agrupaciones de carnaval. Las nuevas modalidades que el contexto social impone a las murgas exige a sus organizadores no sólo ser buenos artistas y expertos en el tema, sino hábiles administradores con contactos fuera del medio murguero para conseguir contratos ventajosos. En este trabajo trazaremos un cuadro de los problemas que se derivan de las actuales condiciones de producción, circulación y acceso al público que tienen los grupos de artistas de carnaval.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: FRAGMENTACIONES Y DESAPARICION DE AGRUPACIONES DE CARNAVAL

"Murgas", "comparsas", "agrupaciones humorísticas", son grupos barriales autogestionarios. Se organizan alrededor de uno o varios vecinos insertos y reconocidos en algunas de las redes sociales informales de los vecindarios de Buenos Aires: la barra del café, la parada de la esquina, la parentela, la práctica del fútbol o ver los domingos el club de fútbol de la zona. Son estos vecinos quienes convocan a otros participantes (a veces en forma de "comisión organizadora"), arman la propuesta artística y consiguen escenarios para las actuaciones en tiempos del carnaval.

El problema que plantearé surgió en los inicios mismos de la investigación, a partir de los sucesos que año tras año presencié. Durante el verano de 1984 asistí en el Club Juventud de Saavedra, a la representación de un Centro Murga que llamaré M. Eran un grupo numeroso, de alrededor de ciento cincuenta integrantes. Llevaban en sus ropas y en el estandarte los colores marrón y blanco del club de fútbol del barrio. Celebraban con bailes y canciones burlescas el fin de la dictadura y el inicio de una nueva etapa constitucional.

Al año siguiente, tres murgas representaban al barrio: M, una escisión de ésta, que denominaré A, y B. Actuaban en el escenario de un corso levantado en la calle central del barrio, organizado por la Unión de Comerciantes y el Consejero Vecinal (cargo electivo y último peldaño en la burocrática escala de funcionarios políticos del Gobierno de la ciudad).

Una dura pelea con otra murga, del barrio de Almagro o Palermo según diferentes versiones, obligó a M a cambiar sus señas identificatorias en 1986. Modificaron su nombre (C), y los colores de vestimenta y estandarte. Para 1987, también A cambió su nombre y señas de identidad. A su vez, B se dividió, el grupo disidente armó otro centro-murga que llamaré E.

El corso en la calle dejó de realizarse en 1989. Problemas con la producción eléctrica llevaron al Gobierno Nacional a decretar restricciones en el uso de energía; ese año no hubo festejos callejeros. A su vez, el Consejero Vecinal había perdido las elecciones y sus continuadores en el cargo no se interesaron por la consecución de los festejos del carnaval.

Para 1991 sólo se mantenía el centro-murga C y se organizó otro que rescataba las señas de una murga del barrio famosa en la década del '40: Los Curdelas de Saavedra. Los demás grupos desaparecieron. Este vertiginoso proceso de disidencias, apariciones y desapariciones, cambios de nombre en las agrupaciones carnavalescas, no es exclusivo del barrio de Saavedra. Presenta una serie de interrogantes, básicamente: ¿cómo se puede conceptualizar y explicar, son todos procesos similares y obedecen a las mismas causas?

Cuadro de las fragmentaciones y cambios de identificación de las murgas del barrio de Saavedra (1984-1993)

1984		M			
			\		
1985	M	A			B
		+			
1986	C	A			B
		+			\
1987	C	D		B	E
					\
1988	C	D		B	E
					\
1989	C			B	
					\
1990	C				
					\
1991-3	C			L	

+ indica cambio de nombre y señas identificatorias

\ indica escisión de la agrupación situada arriba

Este desmembramiento desde una agrupación originaria permite suponer conflictos internos donde se ponen en juego imágenes diferentes de grupo, modelos de autoridad distintos y propuestas expresivas diferenciales. En una primera aproximación a la problemática de la efímera vida de las agrupaciones de carnaval, señalamos que el poder que implica concitar la adhesión de algunos vecinos en esta convocatoria barrial se traduce en la emergencia de formas de liderazgo y autoridad informales, pero vigentes y actuantes. Así puede suceder que el organizador de un centro-murga sea además puntero político o cabecilla de alguna barra de fútbol. Esta posibilidad se vio luego corroborada por los datos obtenidos, como se verá más adelante. En una primera hipótesis, relacionamos la distribución desigual de poder y recursos económicos en función de liderazgos informales como causal de los sucesivos desmembramientos (Martín 1989). Para profundizar tal hipótesis, será necesario acceder a otros planos del quehacer murguero: los niveles sociales y económicos. Justamente, es en el plano de las relaciones económicas donde encuentra unidad la variedad de grupos que se organizan para participar en el carnaval de Buenos Aires. Murgas, comparsas, agrupaciones humorísticas, tales nombres señalan diferentes propuestas artísticas. Sin embargo, todos estos grupos deben enfrentar los mismos dilemas materiales. Más allá de su diversidad, el denominador común a tales agrupaciones es la reunión de vecinos que deben procurarse los recursos y servicios necesarios para poder concretar su intención artística y social. En este nivel de análisis se ponen en juego factores económicos (gastos e inversiones, formas de conseguir servicios y recursos, distribución de los recursos), que no son para nada ajenos al desempeño de las agrupaciones carnavalescas.

Es en el entramado de los factores económicos junto con los artísticos y organizativos, desde donde podremos acceder a una comprensión más profunda y explicaciones más rigurosas de este fenómeno del folklore urbano. Néstor García Canclini ha enfatizado en

sus estudios sobre sociología de la cultura, la necesidad de analizar los ítems culturales en sus formas de producción, circulación y consumo. Sólo si incorporamos el circuito completo, desde la realización de un producto o actividad hasta el arribo a sus destinatarios, podemos explicar el mantenimiento de las artesanías campesinas o las transformaciones de las fiestas étnicas en México, dice este autor (García Canclini 1984, 1985, 1990).

Retomando el problema de las agrupaciones de carnaval porteñas, podemos advertir dos puntos de inflexión en su constitución :

1. En las relaciones internas dentro de los propios grupos. La hipótesis tentativa inicial ya expuesta, está demasiado volcada hacia las asimetrías internas al medio murguero. Sin descartarla, me parece necesario ponderar no sólo las relaciones intramurgas, sino también las articulaciones de estos grupos con otros sectores sociales.

2. En las relaciones que se establecen con quienes contratan a murgas y comparsas, por cuanto el acceso de estos artistas a sus receptores está centralizado en personajes ajenos al mundo murguero. Se produce aquí un salto en el circuito de circulación de estos grupos carnavalescos, que dependen de los contactos e información sobre tal mercado artístico para poder mantenerse.

Pasaré a continuación a considerar en detalle las características de cada conjunto.

LOS CONTRATISTAS

Los Centro-Murgas suelen representar su arte en clubes y salones de baile, así como en corsos que se organizan en las calles. Aparece aquí un primer grupo de personajes: los dirigentes de los clubes barriales y quienes organizan corsos callejeros. En la terminología murguera se denominan "corseros", verdaderos contratistas de murgas y comparsas.

Los clubes: son entidades civiles que se dedican al esparcimiento y la promoción del deporte. Suelen estar formados por un conjunto de socios que pagan una cuota mensual para su mantenimiento. Sus autoridades son colegiadas, electivas y periódicas. En Buenos Aires hay clubes de variada infraestructura e importancia social: desde los muy poderosos, con costosos planteles profesionales de fútbol u otros deportes competitivos (como River Plate, Platense, Boca Juniors), hasta otros con modestas instalaciones que congregan vecinos de menores recursos económicos y sociales. Dentro del perímetro de un barrio periférico como Saavedra, ubiqué ocho pequeños clubes. Varios de ellos contratan murgas para animar los bailes de carnaval.

Los corsos en las calles: se organizan a partir de la dinámica de otras estructuras sociales. En primer lugar, la organización de estos corsos necesita de un permiso especial de las autoridades de la Ciudad, quienes ceden el espacio público para la realización de los festejos. Se deduce entonces, que los organizadores de corsos callejeros tienen generalmente buenas relaciones y contactos con la esfera oficial para conseguir tales permisos. Por otro lado, al hacerse en la calle o espacios públicos, son más abiertos, convocantes, concitan la concurrencia de más personas que los festejos en lugares cerrados.

Como contrapartida, en un país con la turbulenta vida política de Argentina, los corsos en las calles no se han realizado durante los largos periodos con vigencia del estado de sitio, cuando el Poder Ejecutivo prohíbe reuniones en la vía pública³.

En resumen, dos tipos de contratistas son quienes buscan a murgas y comparsas para actuar durante el carnaval: directivos de clubes barriales y los organizadores de corsos. Los corsos representan formas más tradicionales y valorizadas de festejo del carnaval.

La calle tiene una connotación particular como escenario festivo: es frecuente que

algunas murgas, mientras transitan en micros por la ciudad, aprovechen la ausencia de vigilancia en una avenida concurrida y bajándose del transporte, bailen un trecho fuera del circuito planificado. Así me han contado con picardía desfiles improvisados por la avenida Corrientes, en pleno corazón nocturno de la ciudad, o la avenida Cabildo. Sin embargo, por las características del proceso político argentino, con recurrentes períodos represivos que impiden las manifestaciones en las calles, los contratistas más seguros y permanentes son los del primer grupo. Suele haber mayor oferta de actuaciones en lugares abiertos en barrios y municipios fuera de la ciudad de Buenos Aires. Esto hace que las agrupaciones de carnaval viajen, a veces varias horas, para actuar en corsos callejeros. En los dichos de un organizador de murgas:

"Y nosotros salíamos de acá siete y media. Y según, porque hay años de acuerdo a los contratos, que puede llegar a terminar a las cuatro de la mañana. Es mucho, mucho tiempo, y por eso hay que llevar bebidas, llevar refresco..." (D. J.)

LA ORGANIZACION INTERNA DE LAS MURGAS

Hemos visto que las agrupaciones de carnaval actúan por contratos. No bien finalizadas las fiestas de Fin de Año y Navidad, los dirigentes murgueros comienzan a buscar contratos y recursos para el carnaval que se festejará dos o tres meses después. Pueden recorrer contactos anteriores, pero en un mercado artístico tan cambiante, los corsos de otros años quizás no se realicen más. Los contratos se van cobrando finalizada cada presentación, por lo que los dirigentes murgueros adelantan el dinero necesario para los diversos gastos. Los gastos más importantes son la contratación del transporte que llevará a la murga por diversos escenarios; la compra de la tela con los colores identificatorios de la agrupación que se le da a cada murguero para que luego éste confeccione su propio traje; el mantenimiento de la infraestructura artística.

Del buen manejo de la ecuación entre gastos y contratos depende el balance de la temporada. Esta es la evaluación de D. J., uno de los organizadores de B, junto con su esposa, al finalizar el carnaval de 1986:

D. J.: "El gasto total de la murga este año salió 1.200 australes (= 1.200 U\$S). Y no se alcanzó a recaudar 800.

Esposa: No se alcanzó a recaudar porque se manejó mal los contratos.

D. J.: Se manejaron mal los contratos este año.

Esposa: Claro, se empezó tarde. Si ellos en la provincia tenían un contrato para empezar en Martínez, en el corso de Martínez... Y se manejó mal porque ellos tendrían que haber empezado una semana antes, y ellos no tenían ni la mitad de la ropa. Y se perdieron un contrato de 120 australes. Y eran dos cuadras de corso ..."

Apalabrados los contratos queda el trabajo interno: convocar a los músicos, cantores y bailarines; organizar los ensayos; practicar las canciones. Los organizadores tramitan además ante las autoridades los permisos para circular disfrazados y sin documentos personales. Ese año de 1986, B nucleó, según D.J., unas ciento veinte personas, de las que más de la mitad tenían edades entre los tres y los dieciocho años.

Un corte de género con los colores de la murga es el único elemento material que el murguero recibe de los organizadores. Ensayan desde mitad del mes de enero, todas las

noches de lunes a viernes. Reunidos en plazas, terrenos baldíos, calles cortadas, canchones de fábricas, niños y adolescentes ocupan su tiempo libre de verano en el aprendizaje de un arte, que muchas veces fue también practicado por sus padres. Estos participan ahora pasivamente, y palián en forma comunitaria la falta de vacaciones fuera de la ciudad.

Si a través de la búsqueda de contratos advertimos la reanudación de una red de relaciones previas externas al grupo, con los ensayos se activa otro circuito de relaciones sociales. Ahora son los vecinos los que deciden si participar o no, de qué manera, en qué grupo. También para decidir se toman en cuenta las referencias previas, la experiencia anterior, las redes familiares. Así, que la murga actúe en buenos escenarios, el cuidado por la seguridad de sus integrantes, el tipo de autoridad esgrimido por los organizadores, son elementos que los vecinos toman en cuenta para participar.

D. J., viejo murguero cuyos ocho hijos actuaban en su murga, insistía en señalar las diferencias entre su grupo y los demás ⁴. En su murga, decía, nadie cobraba por actuar, la conducción era colectiva, el dinero recaudado se invertía en ropa, instrumentos musicales, adornos, y si sobraba, se hacía al finalizar el carnaval un gran asado para todos los miembros y allegados al grupo. Según D.J., el organizador de C tenía en cambio un manejo personalizado y acaparador de los recursos:

"El lucra con la murga. ¿Le queda ganancia? Si le queda es para él. Nosotros acá no. Acá si llega a quedar ganancia, es comida y asado ..."

En la murga C, quienes desempeñaban roles artísticos jerarquizados, como el cantor y los bombistas, cobraban una retribución monetaria. Tal era el acuerdo, pero su falta de cumplimiento hizo que para 1988 el cantor de C, abandonara esta murga y participara de otra.

Estas cuestiones nos llevan a ver a cada murga como un grupo reunido por medio de lazos frágiles, porque implican subordinación y jerarquía en un tipo de organización totalmente voluntaria. Jerarquía que encumbra a los varones adultos que son quienes dirigen y organizan las murgas, y en consecuencia quienes toman las decisiones. Subordinación de las mujeres y adolescentes, que si bien son los integrantes más numerosos de las murgas, no participan de las decisiones ni de la distribución de los recursos. Además, entre los varones adultos pueden llegar a producirse celos y desconfianza si el manejo de los recursos resulta personalizado y poco claro. La competencia y fricciones entre los varones adultos en vistas a ganar posiciones y liderazgo, implica un delicado pero férreo manejo de las tensiones internas y externas al grupo, como veremos más adelante.

El clásico modelo campesino del Folklore ha mantenido una visión romántica de sus unidades de estudio, tomándolas como grupos homogéneos, autosuficientes y en equilibrio. Sin embargo, a través de esta experiencia de campo, vemos la necesidad de estudiar estos grupos como el lugar adónde se subordinan intereses conflictivos que hacen a las decisiones y el reparto de recursos, poder y prestigio en el interior de la unidad.

En nuestro caso, la conflictividad inherente a las formas de autoridad posibles y distribución de los recursos puede culminar con la fisión del grupo, como sucedió con M, o en la deserción de individuos o pequeños grupos que se articulen al año siguiente con otra murga, como en el ejemplo del cantor.

Ciertas formas de estructurar internamente los grupos atenúan esta conflictividad al recurrir a modos de autoridad y distribución de los recursos más acordes con la historia y los fines de las agrupaciones carnavalescas. En el caso de B, la decisión de no ahorrar dinero de un año a otro no está regida por la racionalidad del *homo economicus* clásico, la

lógica de la maximización del beneficio. Se orienta a evitar la desconfianza en el uso del dinero que todo el grupo contribuye a reunir. Es decir, lo recaudado se invierte aquí en el mantenimiento de la infraestructura artística, y lo que aún sobra se consume. Diferente del proceder del organizador de C, con su manejo personalista y arbitrario de los recursos y el dinero.

Ahora bien, este organizador enfrentó disidencias, peleas y pérdida de seguidores, pero a pesar de sus dificultades internas continúa armando su grupo, el único en el barrio que viene actuando más de nueve años consecutivos. La forma de autoridad y administración desata conflictos y tensiones que dejan a este organizador cada vez más solo. ¿En qué radica entonces su éxito? ¿cuál es el motivo de la permanencia de su murga?

Para responder estos interrogantes me han resultado de gran utilidad los aportes de antropólogos que han reflexionado sobre cuestiones económicas. El organizador de C encuadra en la figura del buen empresario expuesta por Frederick Barth (1967) como aquel que puede conducir y balancear las tensiones de diferentes circuitos de circulación de bienes y servicios. Esta propuesta teórica me parece provechosa aplicada al caso de C y su organizador. Porque este hombre, además de líder único de su murga, es también el jefe de la barra brava del club de fútbol de la zona. Esto alimenta su prestigio y poder frente a un grupo de jóvenes que conforman su barra, con la contracara de los directivos del club que otorgan concesiones.

A su vez, su esposa dirige una peña folklórica en la que durante todo el año enseña bailes nativos a niños y jóvenes. Ella es la directora artística de la murga, cerrando así otro circuito de relaciones barriales que retroalimentan al grupo carnavalesco. Pero sobre todo, nuestro dirigente se ha vinculado como ladero de dirigentes políticos que han llegado a altos cargos, tales como diputados nacionales. Desempeñó varios cargos rentados para estos contactos políticos. Este es el circuito que más puertas le ha abierto en los últimos años en la esfera del reconocimiento y los contratos para su murga fuera del barrio. Por esta red de contactos políticos accedió al curso de los comerciantes de la Avenida de Mayo, el más importante de la ciudad; a los Carnavales Provincianos que se organizan en la Sociedad Rural y a los Encuentros de Murgas que organizaba el Plan Cultural en Barrios de la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires.

El organizador de C viene equilibrando con destreza los diferentes circuitos de prestaciones y contraprestaciones: consigue entradas gratuitas para ver fútbol y sus favorecidos le retribuyen bailando o haciendo coro en los actos públicos solicitados; pierde adeptos por un lado, pero su esposa mantiene un circuito de aspirantes a través de sus alumnos de bailes nativos. La larga permanencia de C puede explicarse por la habilidad de su organizador en el manipuleo de las amplias redes sociales y circuitos de circulación de dones y contradones que interseccionan en su persona.

CONCLUSIONES

Hemos intentado explicar las dificultades de permanencia y continuidad actuales de las agrupaciones de carnaval porteñas, en los aspectos que hacen al armado y circulación de estos grupos.

El hecho de que en el circuito de circulación carnavalesca se haya ido conformando un mercado distante al medio murguero implica un factor de intermediación entre emisores y receptores. Es decir, la llegada de las murgas a su público no es directa, sino que está mediatizada y centralizada en personajes externos. Los "corseros" o contratistas aparecen

como un sector ajeno al grupo, pero con un poder y una directa influencia en cuanto a la construcción y existencia del mensaje artístico murguero. El momento de contacto entre corseros y organizadores de murgas es una instancia de negociación, regateo y presión. Tener o no tener contratos, tener buenos contratos, se ha ido transformando para los organizadores murgueros en una cuestión más vital e importante que la relativa a la actuación artística.

Distinguimos dos formas de administración de recursos y autoridad posibles entre grupos de carnaval, tal como aparecieron durante nuestro trabajo de campo en el barrio de Saavedra: una, muy centrada en un individuo, que retribuye monetariamente los servicios de algunos artistas, de modo personal y secreto. Otra forma optaba por no pagar a ninguno de los artistas de la murga, e invertía las ganancias en el mantenimiento de la infraestructura artística. De existir aun un excedente se consumía al terminar la fiesta en actividades recreativas comunitarias.

Esta segunda forma atenuaba las suspicacias, desconfianza y habladurías de los adherentes sobre los organizadores. Sin embargo una administración más clara y pública no fue condición suficiente para la permanencia del grupo. Hay que hacer intervenir aquí las relaciones con el entorno social y muy directamente con quienes se establecen en el punto de articulación entre los murgueros y su audiencia: los contratistas. La incidencia cada vez mayor de esta forma de acceso al público ha cambiado los requerimientos para el desempeño del papel de organizador y director de murgas.

El tema de los circuitos de circulación o redes sociales de intercambio (Wilk 1984; Strathern 1979) permitió analizar con mayor claridad y precisión las relaciones entre murgas y su entorno social, así como explicar el estado organizativo actual de estos grupos con la emergencia de "empresarios", buenos manipuladores de relaciones políticas, sociales y económicas. En este sentido, el organizador de C parece ser un prototipo de buen empresario, por la cantidad de circuitos que interseccionan en su persona. Sin embargo, sus seguidores tienen una relación cada vez más utilitaria con la murga no concurren a los ensayos, no se especializan en nuevos roles artísticos.

La actual inserción social y económica de las agrupaciones de carnaval deberá encontrar figuras que puedan balancear mejor su rol de buen administrador con el de buen director artístico y líder juvenil, a riesgo de agotar la creatividad, renovación y vocación de este arte folklórico.

La presencia de contratos, el pago de remuneraciones a quienes desempeñan roles artísticos jerarquizados -cantores, bombistas-, introdujo elementos de comercialización que contradicen la expresión vocacional de estos grupos folklóricos. Algunos estudiosos, frente a la acometida de las relaciones mercantilistas en la cultura han optado por fundir al Folklore en un difuso panorama teórico que se acomoda al más fluido y en apariencia más claro terreno de la cultura popular (sobre esta polémica arrojan luz los trabajos de Blache 1988 y Carvalho Neto 1990). Otros autores, prefieren conceptualizar esta intervención de la sociedad de masas en términos de transformaciones del folklore (Bauman 1988). Considero que en nuestro ejemplo de las murgas del carnaval porteño se plantean cuestiones relativas a la relación del folklore y la cultura de masas en términos de transacciones, negociaciones y convivencia más que de sumisión unilateral. La presión de las industrias culturales y la mercantilización, lejos de homogeneizar la expresión murguera en cánones artísticos impuestos, deja advertir variaciones y reelaboraciones originales que distintos grupos de carnaval han ido formulando. Discusiones en torno a la inclusión de redoblantes y nuevos instrumentos musicales, la incorporación de travestis, grupos que desaparecen y se rearmen

por desacuerdos estilísticos, sociales, políticos o económicos, son índices de la diversidad y creatividad que presenta la dinámica interna de estas agrupaciones. Con ésto queremos señalar que el folklore, lejos de desaparecer en los ámbitos urbanos o por presión de las relaciones mercantiles, convive, reelabora y discute con otras formas de producción cultural.

NOTAS

Haber cursado con la Dra. Sutti Ortiz su seminario de postgrado "Economía y Sociedad" me permitió abordar y precisar estos temas pendientes en la investigación. Agradezco la comprensión de su diálogo e interés que hicieron posible este análisis.

- ¹ El único trabajo en ciencias sociales ubicado que trata sobre agrupaciones de carnaval en Buenos Aires se debe a Santiago Bilbao (1963)
- ² Hemos seguido la definición de Folklore que responde a los lineamientos teóricos expuestos por la Dra. Martha Blache y el Dr. Juan Angel Magariños de Morentin (1980), quienes dirigieron además esta investigación.
- ³ Pese a la vigencia de legislación restrictiva de actividades públicas, en algunos años durante las dictaduras conducidas por los grales. J.C. Onganía y J. Viola, se autorizó la realización del curso oficial de la Avenida de Mayo, como en 1969 y 1980, respectivamente.
- ⁴ El Centro-Murga B también se fragmentó dando lugar la disidencia a la formación de otro centro-murga. Sin embargo, los motivos que trascendieron no estuvieron vinculados con cuestionamientos a los dirigentes, sino a diferencias antagónicas en relación con la posición política de la murga.

BIBLIOGRAFIA

Abrahams, Roger

1981. *Shouting Match at the Border. The Folklore of Display Events. And Other Neighborly Names. Social Process and Cultural Image in Texas Folklore.* Richard Bauman y Roger Abrahams eds., University of Texas Press. Traducción de Ada Fernández en *Serie de Folklore* 6, Publicación de la Cátedra de Folklore General, Universidad de Buenos Aires, Oficina de Publicaciones de la Facultad de Filosofía y Letras, 1989.

Barth, Frederick

1967. *Economic Spheres in Darfur. Themes in Economic Anthropology*, compilado por R. Firth, pp. 149-174. Londres, Tavistock.

Bauman, Richard

1988. *American Folklore Studies and Social Transformations. A Performance Centered Perspective. Text and Performance Quarterly* 9 (3):1-10.

Bilbao, Santiago

1963. *Las comparsas del carnaval porteño. Cuadernos del Instituto de Investigaciones Folklóricas* 3:155-187.

Blache, Martha

1988. *Folklore y cultura popular. Revista de Investigaciones Folklóricas* 3:23-34. Universidad de Buenos Aires.

Blache, Martha y Juan Angel Magariños de Morentín.

1980. *Enunciados fundamentales tentativos para una definición del concepto de Folklore. Cuadernos del Centro de Investigaciones Antropológicas* 3: 5-15. Buenos Aires.

Carvalho Neto, Paulo de

1990. Valor de la palabra "Folklore". *Revista de Investigaciones Folklóricas* 5: 53-56. Universidad de Buenos Aires.

García Canclini, Néstor

1978. *La producción simbólica*. Buenos Aires, Siglo XXI.

1984. *Las culturas populares en el capitalismo*. México, Nueva Imagen.

1990. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, Grijalbo.

García Canclini, Néstor y Amparo Sevilla Villalobos

1985. *Máscaras, danzas y fiestas de Michoacán*. México, Comité Editorial del Gobierno de Michoacán.

Martín, Alicia

1986. Las murgas como manifestación del carnaval porteño. *Revista de Investigaciones Folklóricas* 1: 16-19.

1987. Notas para un Folklore urbano: las murgas de carnaval. *Revista de Investigaciones Folklóricas* 2: 20-25.

1989. Informe final de beca al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas, Buenos Aires, mecanografiado.

1990. Representación de la mujer en dos fuentes del cancionero popular. *Revista de Investigaciones Folklóricas* 5: 36-46.

1991a. Las canciones de las murgas de carnaval porteñas. *Memorias de las Segundas Jornadas de Estudio de la Narrativa Folklórica s/p*, Santa Rosa, La Pampa.

1991b. El carnaval en Buenos Aires: festejos y festejantes. En prensa en *Actas de las VIII Jornadas de Historia de la Ciudad de Buenos Aires*, Instituto Histórico de la Ciudad de Buenos Aires.

Strathern, Andrew

1979. Gender ideology and money in Mount Hagen. *Man (NS)* 14: 530-548.

Wilk, Richard

1984. Houses as Consumer Goods: Social Process and Allocation Decisions. *Household Ecology. Economic Change and Domestic Life among the Kekchi Maya in Belize*. pp. 297-322, Tucson y Londres, The University of Arizona Press.