

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
OBSERVATORIO UNIVERSITARIO DE POLÍTICAS CULTURALES

# *Música y Audiovisuales en Ciudades de Fronteras*

Susana Dominzain - Rosario Radakovich - Sandra Rapetti



"Parecería  
estar cambiando  
la reverencia  
al de afuera que  
demostraría  
nuestra  
autovalorización"

FACULTAD DE HUMANIDADES  
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

OBSERVATORIO UNIVERSITARIO  
DE POLÍTICAS CULTURALES

*Música y Audiovisuales  
en Ciudades de Fronteras*

Susana Dominzain - Rosario Radakovich - Sandra Rapetti

*Montevideo, 2011*



## Contenido

Introducción .....	4
Música clásica y cumbia: contrastes de la identidad musical de frontera .....	8
Lo nuestro, lo local, en los gustos musicales de frontera .....	20
Imágenes desdibujadas: cine nacional, mito o realidad .....	44
La televisión que vemos, la que queremos .....	72
Internet y redes sociales .....	90
Anexo metodológico .....	96
Bibliografía .....	103

## Introducción

Los nuevos contextos que presenta el proceso de globalización, exigen cada vez más, la concentración de esfuerzos públicos y privados, que revaloricen la cultura en su justa incidencia y dimensión, que analicen su injerencia en la conformación de espacios socialmente integrados. Para ello se hace imprescindible la existencia de datos que nos aproximen a un conocimiento fidedigno de las variadas dimensiones culturales, una de ellas es el consumo. Desde una nueva perspectiva el consumo merece especial atención analítica, no como elemento aislado sino como producto de sinergias locales/ regionales y globales, públicas y privadas.

A partir de los años '80, investigadores en diversos países han contribuido a otorgarle al consumo una mayor relevancia en la agenda de los estudios culturales. En América Latina sobresalen los trabajos pioneros de Néstor García Canclini y Jesús Martín Barbero. A partir de sus aportes se comenzó a repensar el tema y a tratar de saltar las limitaciones institucionales pero también teórico-metodológicas. Se trató de entender que la gente consume en escenarios de escalas diferentes y con lógicas distintas. (García Canclini: 1999). Y que cada trayecto implica dinámicas de localización y deslocalización de enraizamiento y desarraigo cultural. (Martín Barbero: 1988). Como así también comprender que el consumo cultural en el proceso de circulación genera nuevas representaciones y sentidos, es decir, que el consumo se constituye así en un "conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica". (Martín Barbero: 1988). El consumo no debe ser pensado "solo como 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 decisivamente 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: 1988).

"Apropiación", "dimensión simbólica", "producción de sentidos", "usos que se inscriben en demandas y dispositivos de acción", son algunos de los conceptos que han llevado a revalorizar y resignificar el tema de los consumos culturales. De esta manera se ha ido gestando una abundante y rica reflexión teórica que permite apreciar las diferentes dimensiones que éste posee, así como también las variadas formas de pensarlo y analizarlo. Dejando en claro que no se trata solo de estudiar el cómo, dónde y por qué las personas consumen, sino también tener en cuenta cuál es el uso que le dan a los bienes culturales y a las maneras en que ellas relacionan esos bienes con su vida cotidiana. Se trata de reconsiderar, al decir de Michel de Certeau, la figura del consumidor, para quien el acto de consumo es entendido como una práctica cultural, toda producción como un acto cultural. (De Certeau: 1996).

A partir de los años '90 se ha producido una explosión en el estudio cuanti/cualitativo del consumo cultural en América Latina. En Uruguay, en respuesta a la ausencia de estudios y a la demanda de conocimiento, surge el Observatorio Universitario de Políticas Culturales, en el año 2002, cuyo objetivo general es la creación de un sistema de información dirigido a organismos públicos y privados, así como también a gestores, empresarios, artistas y medios de comunicación. Un aspecto innovador en este informe

fue la incorporación del estudio del imaginario colectivo, respondiendo al interés del equipo en estudiar los consumos y a la vez conocer en qué tipo de sociedad vivimos, cuáles son sus creencias y sensibilidades, cómo se construyen sus imaginarios. Fue a partir de estos estudios que tuvimos la oportunidad de conocer los comportamientos culturales de la sociedad uruguaya, en particular sus consumos y hábitos culturales y qué percepción se tiene en relación a creencias y mitos ya instalados en el colectivo social.

Dichos informes emergen a partir de encuestas realizadas en el 2002 y en el 2009 a nivel nacional y por departamento. Con ello se pretendió mostrar una fotografía del país en términos culturales. Los resultados permitieron desterrar mitos arraigados en la sociedad uruguaya que se pensaba homogénea, y en sus consumos y opiniones mostraba heterogeneidad. También se pudo comprobar que en las preferencias musicales ubicábamos al folclore en primer lugar, y luego la cumbia y el rock se disputaban el segundo puesto. En la lectura se destacaba la elección por la novela, sin embargo la poesía se mostraba en los primeros lugares de las preferencias. Y así sucesivamente fuimos armando una especie de cartografía cultural, en el entendido de que pudimos conocer los comportamientos que se mostraban en los departamentos, permitiendo saber que, en tiempos de globalización, los uruguayos desplegábamos una alta valoración de lo nuestro, lo propio, lo local, y en otros consumos nos presentábamos más abiertos a lo extranjero, a lo de afuera.

Especialmente se notó en las ciudades de frontera donde se pudo verificar que lo local/global interactúa visiblemente en el consumo de música, cine y televisión. Estas zonas fronterizas dan cuenta de peculiares entramados socioculturales donde los países entran en contacto. (Grimson, A: 2005). En definitiva son “espacios socialmente construidos” (Boisier, S.: 1997), donde los actores son constructores de su propio desarrollo y no meros receptáculos de políticas centralistas, y mucho menos espacios geográficos limitados por lógicas políticas – administrativas, donde las prácticas culturales forman parte del contenido social, del sistema de interacciones productivas, políticas e institucionales. El espacio ya no amarrado, aprisionado a lo geográfico sino como una dimensión social, donde la cultura se incorpora con fuerza creciente, como una nueva forma de “capital” . (Ortiz, R: 1997). Es en este contexto regional en que se encuentran inmersas las ciudades en estudio.

Uruguay es un país pequeño y es un país frontera (Achugar; H: 1992). Ubicado entre dos colosos, el país se ha hecho un lugar y se dibuja como una especie de triángulo encastrado con salida al océano. Esta fisonomía ha sido y es esencial para entender los aspectos identitarios que hacen el ser uruguayo. Un país que en términos culturales puede ser definido como petizo (Achugar, H: 1992) donde la pequeñez se emparenta a la soberbia o por contraste la pequeñez es sinónimo de perfil bajo y devaluación de lo propio.

En este estudio se aborda la investigación en ciudades de frontera<sup>1</sup> en el intento de reconocer que los actores locales pueden tener un impacto crítico y ser agentes de cambios culturales, más allá de su localidad e incluso más allá del Estado. Partimos también del convencimiento de que no se puede entender la propia acción estatal sin analizar sus complejos vínculos con los actores sociales de la frontera.

<sup>1</sup> la inclusión del término “frontera” ha sido pensada, no en el sentido estricto del límite geográfico, sino en el entendido de áreas de influencia que exceden el ámbito territorial fronterizo y cuya incidencia atraviesa notoriamente, el entramado social

No se estudia aquí la frontera sino las zonas fronterizas, su porosidad y sus cruces, y de qué manera esto incide en los gustos, preferencias, deseos, opiniones de los consumidores. Planteamos como hipótesis que la necesidad que tiene la población por ver lo nuestro es quizás una de las claras señales que da la frontera. Como sostiene Hugo Achugar, parecería estar cambiando la reverencia al de afuera que demostraría nuestra autovalorización.

## Consideraciones metodológicas

Para llevar a cabo esta investigación el equipo del Observatorio realizó un estudio cualitativo definiendo como instrumento metodológico la utilización de grupos focus. Las ciudades elegidas para este estudio fueron: Artigas, Colonia, Maldonado, Rivera y Salto. Se instalaron dos grupos en cada ciudad. La población objetivo consistió en hombres y mujeres entre 16 y 24 años que estuvieran estudiando y/o trabajando, de nivel socioeconómico medio. Y otro grupo integrado por hombres y mujeres entre 40 y 60 años, que estuviera trabajando, de nivel socioeconómico medio. El estudio fue realizado en los meses de abril y mayo de 2011.

El equipo del Observatorio elaboró una pauta que fue testeada previo al inicio del trabajo de campo. Al testear la pauta se pudo verificar que la misma se ajustaba a los requerimientos y a los objetivos planteados en el proyecto. Las preguntas formuladas eran claras y comprendidas inmediatamente por los participantes. Los asistentes se mostraron receptivos y entusiastas ante las temáticas tratadas. Las respuestas fueron espontáneas y surgían temas por sí solos sin mediar una pregunta previa mientras se vertían opiniones acerca de la música, cine, televisión e Internet.

Los objetivos fueron:

- Identificar gustos, motivaciones y orígenes de las preferencias musicales. Explorar la imagen social de los géneros musicales.
- Identificar gustos en géneros cinematográficos. Hábitos respecto al cine y ver películas. Identificar opiniones en relación al cine nacional y reconocimiento de películas recientes.
- Identificar programas favoritos. Explorar sobre el conocimiento y consumo de la televisión uruguaya y las referencias que surgían con la televisión argentina y brasileña.
- Identificar mecanismos de acceso a la música y al cine desde Internet. Explorar si ello implica apertura a nuevos grupos-géneros o refuerza lo que se ha optado. (Ver pauta en Anexo)

La figura del consumir adquiere así centralidad y serán sus opiniones, sus preferencias en música, cine, televisión e Internet las que darán contenido al Informe. Se trata de pensar el consumo -no sólo y como comúnmente se hace-, desde una racionalidad estructural y económica, sino analizarlo desde las múltiples dimensiones que el acto de consumir conlleva. Y partiendo del aserto de que el consumidor es un sujeto activo, modificable y modificador de sus prácticas culturales.

*"[La música clásica] Me da como tristeza, no sé, ... no es que sea una inculta./No es un tema que yo me movilice, que yo vaya cantando. Quiero animarme. Música alegre."  
(Colonia, Adultos)*

*"[La cumbia] Anti-stress. Alegre, levanta el ánimo.  
/Es únicamente para alegrar el alma."(Rivera, adultos)*

*"[La cumbia villera] es cansadora, no tiene contenido./  
Es agresiva, incita a la violencia y es un poco la realidad que vive nuestra sociedad hoy en día (...), si escuchamos el mensaje que dice...Es horrible. (...).Y el mensaje totalmente machista."(Rivera, adultos)*

*"Ahora la cumbia está en todos lados./ Si. Antes no era popular, era de barrio./ De bajo fondo digamos./ Ahora ya es de la crema."(Artigas, adultos)*

## Música clásica y cumbia: contrastes de la identidad musical de frontera

Rosario Radakovich

La música es considerada habitualmente como un gusto mas, netamente individual y personalizado. Sin embargo, los especialistas señalan justamente lo contrario. La música tiende a ser una opción socialmente condicionada. Tanto es así que algunos géneros musicales solo son apreciados cuando existe un largo proceso de adquisición de conocimientos y sensibilización. Tal es el caso de la música clásica. Al mismo tiempo, existen preferencias musicales en las que el ritmo aparece como un elemento central para escuchar y para bailar. Géneros como la cumbia aparecen en la vida de unos y otros cuando se trata de buscar la diversión, cuando se exploran los momentos de distensión y expresión. Gracias a ello, la cumbia se ha transformado en un género sumamente popular.

Ambos géneros podrían ser considerados expresiones polarizadas en términos de reconocimiento social: la música clásica es socialmente la considerada mas “culta” en un país que sigue auto-imaginándose “culto y educado” mientras la cumbia ha sido por años considerada como un género estigmatizado por sus orígenes populares y en cierta medida por sus referencias a estilos de vida marginales, especialmente en sus versiones más recientes como “cumbia plancha”, “cumbia villera”, “cumbia-cante” en los años dos mil.

Por diferentes razones ambos géneros guardan lugares muy distintos entre los gustos de la mayoría de la población nacional.

Largos años de ausencia de la música clásica en el sistema educativo formal inicial -escuela y liceo-, sumado a la crisis de las grandes instituciones líricas nacionales -el SODRE permaneció por años cerrado y el Teatro Solís también- dejaron como saldo una “generación perdida” en la apreciación del género. En la última década, sin embargo, la música clásica adquiere -o recupera- centralidad a nivel nacional a partir de la reapertura de las principales instituciones del circuito cultural lírico en la capital del país (Radakovich: 2011), así como por el renovado impulso de las bandas sinfónicas que incluso exploran nuevas adaptaciones a la música clásica, logrando fusiones musicales entre la lírica y géneros populares y también vinculando la música instrumental a las canciones de películas de amplio reconocimiento público<sup>1</sup>.

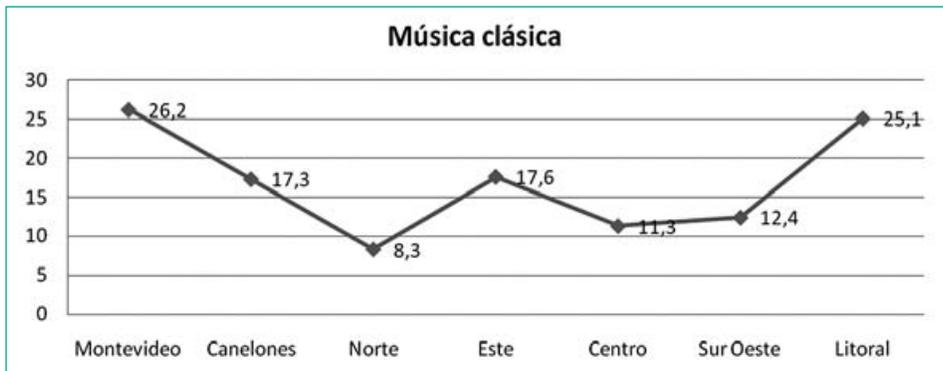
La cumbia transita un camino zigzagueante en la última década. Previamente fue estigmatizada por su asociación a los sectores populares especialmente en Montevideo. En otras regiones del país fue mas ampliamente aceptada. En los años dos mil, al inicio de la década surge el boom del

1 Un ejemplo es la Filarmónica de Montevideo que ha llevado a cabo en distintas oportunidades fusiones entre géneros líricos y candombe, así como popularizo el interés por la música clásica asociándola a películas de gran reconocimiento cinematográfico.

denominado “pop latino” que fue llevado adelante por grupos como Los Fatales y Chocolate entre otros. El denominado “pop latino” intentó desanclarse de la clásica cumbia nacional, ofreciendo letras más vinculadas a las identidades de los jóvenes y en los ritmos más próximos al pop. El pop latino, de la mano de los medios de comunicación logró ampliar el público de la cumbia, generalizando el gusto por el género inclusive en sectores de alto nivel socioeconómico de la capital. No obstante, este boom no se afianzó y en los últimos años de la década el denominado “pop latino” decayó y se volvió a asociar a la cumbia a sectores sociales marginales y grupos estigmatizados a partir de sus expresiones recientes: la “cumbia villera” primero, la “cumbia plancha” y la “cumbia cante” después (Radakovich: 2011).

Más allá de los procesos históricos recientes que experimentan la música clásica y la cumbia a nivel nacional, estudios recientes confirman que el gusto cultural es dispar en las distintas regiones del país. De acuerdo al estudio de “Regionalización de la cultura” (Arocena et al: 2011) la música clásica intensifica su presencia entre los gustos de quienes viven en Montevideo y en el Litoral más que en otras regiones del país, siendo la región Norte la que cuenta con menor interés.

Gráfico 33. Gusto por la música clásica según regiones del país.<sup>2</sup>

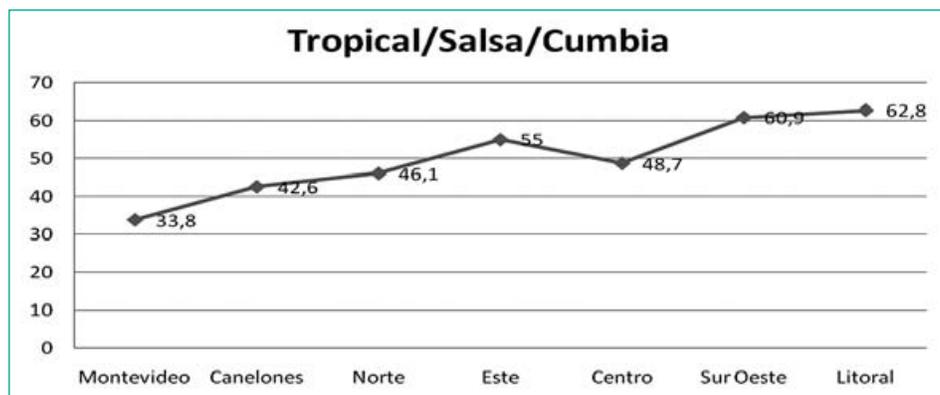


Fuente: Radakovich, R. Rapettis, S. Consumo cultural en las regiones del Uruguay, En: Arocena, F. Regionalización cultural del Uruguay, MEC-PNUD-UDELAR, 2011 (en prensa.) Datos: En base a OBUPOC – Encuesta de Imaginarios y Consumo Cultural de los Uruguayos 2009.

<sup>2</sup> Las regiones utilizadas corresponden a una clasificación realizada en Presidencia de la República. La región Litoral a los departamentos de Salto, Paysandú y Río Negro. La región Norte se conforma con Artigas, Rivera, Tacuarembó y Cerro Largo. La región Este se integra por los departamentos de Treinta y Tres, Lavalleja, Rocha y Maldonado. La región Centro incluye a Durazno, Flores y Florida. En el Sur-Oeste la región se conforma por San José, Soriano y Colonia. Los departamentos de Canelones y Montevideo conforman cada uno una región en sí mismos. (Arocena et al; 2011)

Por su parte, la música tropical, la salsa y la cumbia son apreciadas por al menos dos tercios de la población en regiones como el Litoral y la región Sur Oeste. Bien distinta es la situación en Montevideo donde apenas uno de tres gusta de la música tropical/salsa/cumbia.

Gráfico de regiones del país donde gusta la música tropical, salsa, cumbia



Fuente: Radakovich, R. Rapettis, S. Consumo cultural en las regiones del Uruguay, En: Arocena, F. Regionalización cultural del Uruguay, MEC-PNUD-UDELAR, 2011 (en prensa.) Datos: En base a OBUPOC – Encuesta de Imaginarios y Consumo Cultural de los Uruguayos 2009.

Tales disparidades parecen revelar una dispar disposición frente al mundo de la “alta” cultura y de la “cultura popular” entre regiones. A continuación se exploran las apreciaciones de jóvenes y adultos de distintas ciudades de frontera en el país respecto a la música clásica y la cumbia a la hora de evaluar sus gustos musicales.

## Música clásica, un gusto añejo

La música clásica es poco referida entre los gustos musicales aunque no podría decirse que es un gusto ausente entre quienes viven en contexto de frontera, mas bien, es considerado selectivamente para momentos y actividades puntuales, aunque recurrentemente los miembros de los diversos grupos de entrevistados demuestran que conocen a los grandes exponentes del género.

Aquellos que gustan de este tipo de música enfatizan su poder tranquilizante. Para algunos, resulta terapéutico o de relax, para otros, se aprecia a partir de su calidad técnica y su pertenencia a un circuito “culto”, más allá que no sea considerado entre las opciones más recurrentes a la hora de escuchar música.

Es que la música clásica ha sido emblemática de las bellas artes y su apreciación supone una sofisticada muestra de reconocimiento musical. Por años, en Uruguay la música clásica fue incorporada en la escuela pública a partir de clases de audición donde se aprendía solfeo y se escuchaban los clásicos del género. Ello redundó en un amplio grupo social que reconoce los principales exponentes de la lírica. Sin embargo, el conocimiento no supone la apropiación del género o su disfrute.

*Coord: La señora hablaba de la música clásica, el resto ¿escucha música clásica? /Muy poco pero me gusta. Es tranquilizadora./Si. No siempre pero es linda escuchar a veces./A mi me gusta, Bach, Rachmaninov, piano. Tchaikovsky /Ay, a mi me encanta el piano. Chopin, el piano./ Co-ord: ¿Y escuchan habitualmente? Me da como tristeza, no se, capaz que no es que sea una inculta./No es un tema que yo me movilice, que yo vaya cantando. Quiero animarme. Música alegre./Si. "Para Elisa" es lo mejor que he escuchado hasta ahora./No toda la música clásica me gusta y he tenido clases por ejemplo de Tchaikovsky. (Colonia, adultos)*

Resulta interesante que para muchos entrevistados, este gusto también tiene que ver con procesos de aprendizaje de larga duración en sus vidas o pasajes de alfabetización musical familiar. Sin embargo, en los casos planteados, la familiaridad con la música clásica no garantizó un vínculo más intenso, placentero ni duradero.

*Coord: Nadie me habló de música clásica, ¿alguien escucha música clásica?/Para dormir no más (risas)./ .../Yo el otro día escuchaba a un amigo de mi hijo que sabe algo de música, dice "hay que estar, hay que saber", él es maestro de banda.../Yo la escuché y la toqué porque estudié acordeón y me obligaron en los últimos años y era re difícil, Mozart y Beethoven, terminé el curso, entregué el diploma a papá "muchas gracias, ya cumplí contigo" y nunca más. (Adultos, Artigas)/*

*Yo escucho porque crecí también escuchando eso en mi casa, y bueno, 17 años casado con una mujer profesora de música imaginate, en mi casa era así./Mi mamá escuchaba mucha música clásica. (Colonia, adultos)*

Según señalan algunos entrevistados, el árbitro de aceptación social de la música se ubica hoy en la televisión. Al igual que en otros géneros musica-

les, parece que la relevancia actual de la música clásica también se mide en función del éxito que puede tener en los medios.

*Al momento, no ha pasado de moda, yo miraba de noche un programa en televisión "Talento Argentino" que de los 6 finalistas que hubieron de 1000 grupos y personas que fueron a cantar o a interpretar algo, 2 eran clásicos: una cantante lírica y un grupo que cantaba clásicos. Y llegaron a la final, votados por el público. /Y ahí hubo de todo. Es decir que gusta y ganó uno que toca el bandoneón que es música típica, no ganó ni la cumbia, no ganó ni un grupito de peluditos cantando (risas). /De envidioso. (risas). /Pero en esa votación vota todo tipo de gente, es decir que a la juventud también le llega si una persona canta bien, más allá de que cante cumbia villera, tiene que haber jóvenes que también votaron eso. /Claro. Decenas de miles y cientos de miles y ese porcentaje es importante, llegaron a la final por el voto del público, quiere decir que gusta. Uno no está acostumbrado pero gusta, cuando escucha algo bueno gusta. /Coord: ¿Usted cómo se enteró de eso? /Por la Televisión, por Canal 4. Es un programa argentino que lo retransmite en Canal 4 de Montevideo. (Colonia, Adultos)*

El futuro de la música clásica está quizás, en cierta medida, vinculado al éxito que obtenga en los medios masivos de comunicación. No deja de ser llamativo que el aprecio por la lírica -un género del mundo culto- quede en manos de la cultura de masas y su aparato más popular: la televisión.

## **Cumbia: gusto o estigma**

La cumbia es parte de un género más amplio como es la denominada "música tropical". Este género tiene décadas en el país siendo sumamente popular aunque también ha sido tradicionalmente objeto de críticas y estigmatización social. En los últimos años, la cumbia ha cobrado protagonismo de la mano de los medios masivos de comunicación y a partir de un cambio de ropajes, ritmos e intereses temáticos en sus letras. Para inicios de los años dos mil la cumbia en el país se había reconvertido en "pop latino" y con ello ganó aceptación social ampliando significativamente su convocatoria. Pero esta nueva versión de la cumbia tuvo un auge fugaz. A lo largo de la década en los años dos mil se popularizó la "cumbia villera" argentina para luego transformarse en "cumbia plancha" y "cumbia cante" en sus versiones nacionales.

Los vaivenes de la cumbia para los uruguayos muestran los vaivenes del gusto cuando se juegan relatos e imaginarios culturales, producción comercial, estrategias de marketing y modas mediáticas. En cualquier caso, los vaivenes del género y sus transformaciones advierten que la cumbia es para los uruguayos un género no solamente popular sino también sumamente polémico.

Para unos, la cumbia es un gusto musical “legítimo” que traduce alegría, diversión y expresión. Desde esta perspectiva la cumbia sirve “para alegrar el alma” -como menciona un entrevistado- y actúa como factor de distención en medio del stress cotidiano. La cumbia, en este sentido es una expresión de alegría que poco se asocia al imaginario más extendido del Uruguay y los uruguayos -más bien serios, melancólicos y nostálgicos-. Quizás, justamente sea en las ciudades de frontera donde la cumbia exprese un interés colectivo poco común en el resto del territorio nacional: la necesidad de ser felices y generar instancias cotidianas de alegría. Dentro de las ciudades de frontera, Rivera y Artigas -ambas lindantes con Brasil- son las que reivindican de forma más explícita la necesidad de generar espacios de disfrute al final de una jornada de trabajo y asociar tal espacio al ritmo y sonido de la cumbia.

*Coord: Lo más mencionado, la cumbia. ¿por qué si, por qué no?! Me gusta la cumbia, a mi me gusta la música que tenga mensajes buenos. Que sean alegres, para llorar hay tiempo./Para mí es más el ritmo que a veces la letra(...), para mimarte, para salir a divertirme querés algo alegre. Coord: Y eso se pega con la cumbia./Ah si, con la cumbia alegre. No es la cumbia villera eso que llaman, eso es otra cosa./Coord: ¿Qué otras cosas buenas tiene la cumbia? /A mí para desestresarme, cuando tengo que hablar escucho una cumbia y está pronto, antes de empezar a planificar de nuevo./Que bueno./ Antistress. Alegre, levanta el ánimo./Yo creo que la cumbia no tiene contenido, es únicamente para...para alegrar el alma./ (Rivera, adultos)*

Pero las coincidencias se terminan cuando se trata de identificar de qué tipo de cumbia estamos hablando: si se trata de la “cumbia tradicional”, más asociada a la plena o a la cumbia villera o en su versión nacional “cumbia plancha”.

*“Es un ritmo movido y alegre./Yo escuchaba cumbia también, pero los Wawanco, esta cumbia villera no me gusta. (...)/La de antes se podía bailar y esta villera.../El Cuarteto Imperial era bárbaro, recién me acordé. Cotopaxi./Creo que de cumbia fue lo primero que yo escuché cuando era chica. Y los Wawanco, espectacular./Se pone a escuchar una letra de El Cuarteto Imperial y*

*se pone a escuchar una letra de la cumbia villera esta que ahora hay.../La música de esos años impactaba, te digo por qué, porque en esos tiempos estaban Los Iracundos./Claro, mi padre me contaban que cuando iban a bailar no se ponían a bailar, se ponían a escuchar el grupo, ahora no.” (Rivera adultos)*

Para los entrevistados la cumbia que disfrutan es “la de antes”, la “original”, aquella cumbia tradicional en la que ritmo, letras y cantantes resultaban atractivos para escuchar y no solo un mero ritmo para bailar. La cumbia que los entrevistados denominan “la cumbia de antes” es un género que apela al romance, cuyas letras son relatos de vida e historias de parejas que delatan “vivencias” comunes, integradas a las de sus vidas. La cumbia de antes era la música tropical que tomaba a la plena como su género de base y se asemejaba a un ritmo melódico en sus letras y melodías.

*“La cumbia de antes me parece más sana la letra./Claro, porque se hablaba de las vivencias. Yo no tengo nada en contra de las vivencias de ahora pero digo, pero me parece que las de antes eran más sanas, hablaban de cuando se conocían, del amor o a veces también habían esas cumbias aquellas de que la mamá había quedado embarazada, había sido una madre soltera.” (Rivera, adultos)*

Para otros, la cumbia es un género que consideran degradante, expresión de la “decadencia cultural”, por ello la desprecian. Entre los aspectos negativos que los adultos esgrimen sobre la cumbia villera se destaca el lenguaje que utilizan en las letras y los contenidos en general. El machismo que surge de las letras aparece recurrentemente como un factor de debate así como las referencias al delito, la droga y el crimen. Las letras resultan “obscenas”, faltas de “modales”, “grotescas” y alejadas del “buen gusto”.

*La cumbia villera...es cansadora, no tiene contenido./A eso iba yo, creo que esa es la parte principal del contenido de la cumbia villera, que es agresiva, incita a la violencia y es un poco la realidad que vive nuestra sociedad hoy en día (...), si escuchamos el mensaje que dice...Es horrible. A todo volumen./(...)./Y el mensaje totalmente machista./ Ah si. Y agresivo, es agresivo./Viste que la mujer es cualquier cosa./Es horrible.(Rivera, adultos)*

Como resultado, ni los grupos exitosos “originales” de la cumbia del siglo pasado –como los Wawanco o el Cuarteto Imperial- ni los intentos de reconversión de la cumbia de inicios de la década a partir del “pop latino” –en el que “Los Fatales” es su principal exponente- consolidaron el género como expresión de diversión festiva popular. Por el contrario, las nuevas

versiones de la cumbia y en particular la cumbia villera reforzó el estigma del género asociado a la “marginalidad” social y cultural.

Algunos resaltan que la cumbia villera expresa la realidad en las villas argentinas. En ese sentido, las cumbias expresan la realidad de sectores sociales que viven en condiciones de marginalidad y exclusión social. Pero en su mayoría los entrevistados no asocian los contenidos de la cumbia villera a la reivindicación de una realidad mejor de aquellos que viven en situación de pobreza extrema. Si así fuera probablemente sería mejor tolerada como expresión popular de protesta social. Para los uruguayos, la protesta cultural ha estado ligada a expresiones como el folklore y la música popular uruguaya, así como más recientemente al rock nacional (Radakovich: 2011). Como consecuencia, poco tiene que ver la cumbia en el imaginario colectivo de la cultura artística nacional asociada a la crítica social.

Lejos de la protesta y la reivindicación social y política, la cumbia se percibe como la dimensión cultural-artística de un estilo de vida. Desde la perspectiva de algunos entrevistados, la cumbia se asocia a la villa, al plancha y a la marginalidad y por tanto la rechazan como expresión de un tipo de vida a la cual no quieren pertenecer. La dimensión de afirmación cultural y de reproducción de valores de una subcultura “plancha” y del entorno “villero” se percibe como amenaza para una sociedad que se quiere ver integrada bajo otros códigos –lejos de la droga, la violencia y la confrontación, la cárcel–.

*Coord: ¿Qué pasa con la cumbia villera? Porque veo unas caras de horror por un lado y por otro no tanto. El lenguaje es decadente./Si, totalmente decadente. La misma letra los lleva a hacer las cosas que están haciendo. El ritmo./Yo creo que la música esa es de eso mismo que se trata, ellos muestran lo que están viviendo ...en las villas argentinas./Si, lo real./Pero otros lo toman como ídolos y copian eso que no está bien./Pero ellos no transmiten algo bueno./Ellos no transmiten algo bueno, ellos están transmitiendo lo que están viviendo.(Salto, adultos)*

Justamente, otra arista del debate en torno a la cumbia es su creciente impacto cultural. A pesar de vincular la cumbia villera a la marginalidad, existe un cierto debate entre aquellos que opinan que es un género que solo atrae a aquellos de las villas o asentamientos precarios y aquellos que reconocen que se ha generalizado socialmente.

En Artigas se menciona que la cumbia era “de bajo fondo” y que ahora ha ascendido socialmente “ahora ya es de la crema” y en Maldonado se resalta que incluso aquellos que tienen un BMW escuchan cumbia. Este supuesto “ascenso social de la cumbia” se evidencia en varias ciudades de frontera, cuando se generalizan sus ritmos en un público mas masivo y cuando llega a diferentes estratos sociales y circuitos culturales.

*Si, acá en Artigas pasó algo muy particular con la cumbia. Yo cuando andaba en la noche, si vos querías bailar cumbia en los boliches del centro no existían, tenías que ir al Zorrilla, al Chaná que son clubes de barrio, ahora no, es lo contrario, ahora la cumbia está en todos lados./Si. Antes no era popular, era de barrio./De bajo fondo digamos./Ahora ya es de la crema./Ahora vas al boliche, el boliche (...) de ahí del centro, que son pocos pero te arrancan con una cumbia y si es posible te terminan con una cumbia.(Artigas, adultos)*

*Para mí la consumen en todas las clases sociales. /No, porque tu vas, pasan con las motos, con los parlantes, la música, tanto los ves en moto como los ves en un Mercedes Benz, no tiene nada que ver. A la rambla los viernes, los sábados. Y los domingos vas a la rambla.../Lo que pasa que en Argentina surge en las villas /Por eso, en las villas. En Minas hacen eso, vas a la rambla y es puro esa música./Claro, por ejemplo, vas a la rambla de Punta del Este un domingo, está todo mezclado, desde el más humilde hasta el que tiene un auto con unos aparatos que valen tres veces más plata./Es por eso que digo que hay gente que pasa con la misma canción en moto como la misma canción en un BMW./ (Maldonado, adultos)*

¿Como una expresión que reafirma valores y pautas culturales “marginales” ha logrado trascender socialmente y despertar interés en sectores sociales tan diversos? ¿Cómo se explica el ascenso social de la cumbia? Ante todo, la pregunta recurrente –que se planteo entre los entrevistados– revela el bajo nivel de permisibilidad social y transgresión cultural de los uruguayos. A la vez constata un gusto que trasciende barreras sociales.

Algunos lo explican como un boom de época, un cambio generacional en los gustos musicales que afecta a los jóvenes y en particular a sus propios hijos y nietos. Por tal razón, para estos entrevistados se descarta la asociación despectiva entre cumbia y un sector social –especialmente el de bajos recursos-. Pero el debate también se produce entre los jóvenes, como por ejemplo entre los jóvenes de Maldonado que no se ponen de acuerdo: la cumbia es un género musical “de pobres” o “de todos”.

*Es algo comercial, es algo que vende. Como que llega a distintos oídos la cumbia, el rock por ejemplo, como que la cumbia llega a oídos más humildes por así decirlo, es más baja socialmente*

*hablando./Y depende también, porque hay rock and roll que es justamente para la clase baja. Y hay gente que tiene mucha plata y escucha cumbia./Si, no estoy diciendo que necesariamente los pobres escuchen cumbia.(Maldonado, jóvenes)*

La clave del creciente reconocimiento social de la cumbia –para jóvenes y adultos de distintas ciudades- es su estrategia comercial: se trata de un género que se ha colocado en el mercado cultural a partir de los medios y de una fuerte estrategia de marketing. El mercado revela que hoy la cumbia es un género musical de masas.

De la mano de las industrias culturales, el producto “cumbia” se impone pero su margen de penetración es dispar y la variable generacional pesa mucho a la hora de valorar el gusto musical. Entre los adultos algunos se apegan al ritmo, a los grupos o a las letras de las canciones, pero pocos terminan valorando la cumbia como un gusto propio al que puedan identificarse en términos culturales. Para algunos, es un género para bailar, un género para divertirse en una fiesta pero poco vinculado a sus identidades musicales.

*“Para mi la cumbia depende de la situación, si es un cumpleaños a mi me gusta, sino no. No la escucho tampoco.”(Colonia, adultos)*

Para los más jóvenes la cumbia cobra relevancia a la hora de expresar sus gustos musicales. En parte porque es expresión de lo no-hegemónico, en parte porque es despreciada por buena parte del mundo adulto. También porque propone que el ritmo y la expresión del baile pese más que la letra o quizás porque se propone desde los medios que consumen todo el tiempo.

No obstante, hay posiciones diferentes entre jóvenes de distintas partes del país. En contextos como el de Artigas es bien recibida y se la percibe como entretenida, movida y alegre. Asociada a la danza y el movimiento, la cumbia es una forma de expresión juvenil.

*Coord: ¿Qué tipo de música les gusta escuchar?/ A mi cumbia./cumbia romántica./ Coord: ¿por qué?/Es entretenida./ Costumbre./Por los movimientos, a mi me encantan los movimientos de la cumbia (risas)./Movida y alegre.(Artigas, jóvenes)*

En otros contextos como el de Maldonado, los jóvenes parecen más selectivos a la hora de pensar en que tipo de cumbia gusta y cual disgusta. La música de La Plebe que escucharon para esta investigación les resultó de mal gusto “muy terraja” y enfatizaron que la cumbia es una expresiónailable más que un gusto propio musical.

*Coord: ¿Esto que es? ¿Es cumbia?/Si, debe ser./  
Es cumbia pero muy terraja que no está muy  
bueno./Eso no está bueno ni para bailar. Hay  
cumbias vivarazas.(Maldonado, jóvenes)*

El debate por la cumbia expresa puntos de vista diferentes según un corte generacional, el subgénero o tipo de cumbia de que se trate, el uso que se le da a la cumbia –bailar o escuchar- y particularmente queda en evidencia que la cumbia ha pasado por momentos dispares en cuanto a aceptación social y que hoy ha adquirido un lugar central en los circuitos bailables, con lo cual, su público se ha ampliado y generalizado.

La influencia de la frontera es distinta cuando se trata de aquellos que comparten frontera con Argentina y tienen más presente la cumbia villera y sus raíces porteñas y por otro lado aquellos que comparten frontera con Brasil, donde las referencias semejantes tienen que ver más con la música certaneja –que de hecho es muy distinta a la cumbia-.

## Conclusiones

Cumbia y música clásica representan polos musicales, gustos que tienden a marcar grandes contrastes. Para unos, la música clásica expresa relax y conocimiento musical, para otros aburrimiento. En una clave similar, la cumbia deja entrever gustos y disgustos, para unos es un género alegre y divertido que permite descontracturarse luego de llegar del trabajo y para otros es un género “burdo”, cuyas letras “degradan” la vida social. Algunos incorporan estos géneros en el día a día, otros solo tienden a tener una actitud pasiva a la hora de escucharles, pero poco les representa.

Entre una y otra, la cumbia es extremadamente popular frente a la música clásica. Todo depende de que tipo de cumbia se trate y de la posición de jóvenes y adultos en contraste. Para las generaciones mayores, la cumbia es mas bien asociada a la plena, a la música tropical en general y a la salsa, para los jóvenes, la cumbia villera resulta atractiva, expresión de rebeldía y moda mediática de los últimos años.

La frontera aparece en unos y otros discursos en la búsqueda de la diversión, de la alegría, algo distinto, podríamos presuponer a los intereses musicales de otras regiones del país. La frontera deja en evidencia una faceta de los uruguayos poco conocida: la búsqueda del relax y la distensión, la alegría y la felicidad, también y por que no, a partir de la música.

*“El folclore es nuestra historia” (Adulto, Salto)*

*“La música melódica es aburrida, te hace llorar”.(Joven, Colonia)*

*“No aceptar el carnaval en Uruguay es como no aceptar la samba brasileña”. (Joven, Artigas)*

*“El rock nacional sí lo escucho, depende del grupo, la instrumentación y la música, depende de la calidad que tenga”.(Adulto, Maldonado)*

## Lo nuestro, lo local, en los gustos musicales de frontera

### Folclore: la escuela y la familia eslabones de transmisión

La sociedad de muchas formas da señales de su interés por lo local, lo nacional; una de ellas es el tipo de música que escucha y prefiere. En los distintos grupos con lo que se trabajó, el interés por la música folclórica fue notorio y expresado fundamentalmente por los adultos. Esto viene a confirmar los resultados obtenidos en música en el Informe 2009 donde el folclore al igual que en el Informe 2002, sigue ocupando el primer lugar dentro de las preferencias musicales de los uruguayos. Tres de cada diez, optaron por este tipo de música a nivel nacional. Indagar al respecto fue uno de los objetivos de la investigación. En el entendido de lograr discernir si estamos hablando del folclore nacional o argentino, con qué lo asocian los participantes y qué opiniones tienen los jóvenes y adultos.

Al respecto se recogieron las siguientes opiniones:

*Coord. ¿Qué tipo de música les gusta escuchar?  
A mí me gusta el folclore nacional, el folclore argentino muy poco. El folclore argentino está muy radicalizado en el tema de la vida de ellos, de las costumbres argentinas. / A mí me gusta escuchar folclore a cualquier hora. Pero más me gusta por las mañanas tomando mate, especialmente los domingos. / Depende del estado de ánimo, escuchar folclore en la mañana es precioso y capaz que música clásica en la tarde. / El folclore te traslada en el tiempo, te trae recuerdos, es como una terapia. A mí me gusta particularmente porque el folclore es nuestra historia.*

Otros participantes señalan que les gusta bailar y algunos concurren a ver bailar folclore. Si asociamos estas respuestas a los datos que surgen del Informe 2009 tenemos que el 50,5% de la población nacional concurre en el último año a ver danza folclórica, el 26,3% fue a ver ballet, el 24,6% danza moderna, 16,4% tango y el 5,7% salsa.

El interés por la danza folclórica se confirma estadísticamente y en la opinión de los participantes. En un primer momento pensamos que la alta asistencia a ver espectáculos de danza folclórica podría atribuirse a la participación en las fiestas escolares. Al parecer no sería así ya que en los grupos hubo voces que espontáneamente hicieron comentarios al respecto:

*Antes, siempre se cantaba en la escuela. / En mis tiempos cantábamos en el coro de la escuela y eran canciones folclóricas. / Cuando yo iba a la*

*escuela siempre para fin de año se hacía un sketch y yo no recuerdo haber bailado cumbia, pero ahora vas a la fiesta de fin de año y si no es un reggaeton es una cumbia/ Yo tengo una hija de diez años y nunca ha bailado un pericón en la escuela./Pero la escuela ahora utiliza otros ritmos, eso no pasaba antes (...).*

Todo indicaría, como se verá más adelante, que la escuela es un referente ineludible en este gusto musical. El folclore hace recordar a la infancia y a la participación en las fiestas escolares. Para algunos fue a través de la escuela que tuvieron su primer contacto con este género.

El folclore es del gusto de algunos jóvenes, aunque manifiestan no preferirlo. Se advierte la influencia familiar en este género. En muchos casos se hace referencia a los padres y abuelos que insisten en que escuchen y aprendan a valorar el folclore. Los lazos de familia en relación a este género musical perduran. Siendo actualmente uno de los vínculos más fuertes, según lo manifestado por los participantes, en que la tradición folclórica continúe.

Algunos jóvenes se muestran sensibles a esta influencia familiar y lo manifiestan de la siguiente manera:

*Capaz que un domingo haciendo un asado está bueno. Y escuchando a mi padre contándome sobre las canciones. /Yo escucho cuando están escuchando mis suegros, pasan todo el día en eso y yo escucho, a mí me gusta a veces. /Yo escucho cuando mi padrastro escucha, sino, no. / Ahí va, cuando alguien escucha, yo escucho y a veces me divierto. /A veces escucho en mi casa pero no conozco mucho. /No escucho folclore pero no me molesta para nada. / A mi hermano le gusta, entonces ya de tanto escucharlo me sé la música y no me molesta, la escucho./ Yo en realidad escucho folclore en general, es decir, me gusta la música típica de diferentes países, o sea, el folclore no solo local sino que regional. Eso se lo debo a mi abuelo que desde chica me hablaba de las letras de las canciones.*

Sucesivamente las intervenciones, especialmente de los jóvenes, hacen referencia a algún integrante de la familia que escucha folclore. De manera más nítida se notó en las ciudades de Colonia, Maldonado y Salto. Sin embargo este relato estuvo ausente en los grupos de Artigas y Rivera donde sistemáticamente al hablar de folclore los jóvenes hacían referencia a la falta de costumbre en escucharlo.

Los jóvenes asocian el folclore con la gente de campo, lo gauchesco. Se establece por parte de ellos una diferenciación fuerte entre lo rural y lo urbano. En particular se hizo más visible en Salto. En Maldonado los jóvenes manifestaron que escuchar folclore les recuerda:

*A nuestras familias, papá, mamá. /A la niñez. A mi padre que siempre escuchaba folclore en las mañanas. / A ir a acampar. / A mí me hace acordar al lugar de donde vengo, porque allá es común. Yo de chica escuchaba. /A mí también, tengo mucha familia en el interior y me hace recordarla. /O cuando ibas a algún acto de la escuela o algún baile. A mí me gusta ver bailar folclore. Me gustan las rancheras, las vidalitas, porque fueron cosas que me enseñaron en la escuela. Yo asistía a clase de danza folclórica y por eso me encanta bailar y me hace acordar aquella época.*

En contraste con otros jóvenes que consideran que el folclore es sinónimo de “aburrimiento”, “depresión” y algunos entienden que “les hace mal”. Para ellos esta música se vincula a la tristeza, a la nostalgia del pasado lejano y eso parece no agradales. Es de recordar que en el Informe 2009 cuando hacemos referencia a cómo nos vemos los uruguayos, son esencialmente los jóvenes que en mayor porcentaje - supera en algunos casos el 80%-, consideran que a los uruguayos nos cuesta cambiar y somos en extremo quejosos. Quizás esto explique la resistencia de algunos jóvenes a aceptar el folclore. La tradición que para los adultos es un atributo de la música folclórica, resulta ser para ellos lo antiguo, lo viejo, pasado de moda, lo conservador. Ellos en la elección de sus músicas apelan a lo que está de moda, lo que les gusta, lo que se puede bailar, lo que los hace sentir bien. Así lo expresan en su gusto por el rock y por la cumbia.

Por parte de los adultos las opiniones aluden a que el folclore se refiere a nuestras “raíces”, “nuestra historia”, “al gaucho”. Lo que más gusta del folclore son sus letras:

*Las letras de las canciones son lindas y románticas. El folclore tiene otro nivel, es claro y narra. /Aunque nosotros no hayamos vivido la época, nos enseña cómo se hacían los cueros, las yerras, todas esas cosas, cuentan cosas que son nuestras, que por más que no las hayamos vivido son importantes. / Parece que estás viendo lo que están cantando, como que vivís aquello.*

La frontera se hace presente en este gusto musical porque aquellos que dicen escuchar folclore mencionan en un primer momento a los artistas nacionales: Los Olimareños, El Sabalero, Pablo Estramín, Larbanois & Ca-

rrero, etc. Los adultos son lo que hacen referencia a Alfredo Zitarrosa y lo distinguen del resto. Luego mencionan a Mercedes Sosa, Los Chalchaleros, Los Fronterizos, Los Nocheros, Soledad, etc. Excepto en Colonia donde los participantes hicieron referencia solo a artistas argentinos. El folclore para ellos es canto popular:

*Puede ser por la época. Cuando yo era más joven creo que no existía el folclore uruguayo era canto popular y como folclore se escuchaba lo argentino, Los Chalchaleros, Los Fronterizos...siempre se escuchó más el folclore argentino.*

Por su parte, los jóvenes también asocian el folclore al canto popular. Manifiestan que el canto popular es la expresión de los artistas que tienen algo para decir:

*Ellos hacen eso porque lo sienten. Esa música estuvo prohibida en tal tiempo y no podían cantar. Por eso ahora tienen la oportunidad de hacerlo y nosotros de escucharlos y eso me parece que está bueno, vale la pena. /El folclore tiene que seguir intacto, no perderse./Es un género bien autóctono./ Yo lo escuché en la escuela, lo bailé en la escuela pero no me acuerdo de nada./ Lo que pasa es que el folclore es algo particular porque significa cada cultura, yo qué sé, por ejemplo el folclore argentino no me gusta, me gusta el uruguayo porque soy uruguayo./ Yo la verdad no sé, me acuerdo de bailarlo en la escuela./Está bueno, hay que escucharlo.*

En Salto se señala que se escucha preferentemente folclore argentino, sin embargo surgen voces que disienten al sostener que eso no es así y se da la discusión si lo nuestro es realmente folclore o canto popular. Existe confusión para distinguir ambos géneros. Lo que no sucede con el folclore argentino.

*Yo entiendo que en el canto popular los artistas son nuestros, Pablo Estramín, Los Olimariños, hay tanta cantidad de artistas rebuenos. A Santiago Chalar yo lo tengo más para el lado del folclore. /Yo identifico al canto popular como lo nuestro y al folclore como lo argentino, Los Chalchareros, todo ese tipo de artistas. /Lo que pasa es que el folclore que nosotros escuchamos es casi todo argentino. Es la influencia que tenemos.*

En Maldonado sucede algo similar.

*Yo lo que veo es que cuando hay una reunión de folclore siempre dicen que es canto popular. /Sí, yo pienso que puede ser popular por el tema de las raíces digo, las raíces de Uruguay. / A mí el canto popular me suena a murga. /Los Olimareños no hacen folclore. /Tiene razón lo que dice ella, son dos cosas distintas. Una es la música y lo otro el canto popular, o sea, nosotros definimos el canto popular en lo que tenemos raíces pero la música popular es la que escuchan todos. /Para mí el canto popular tiene un origen en la crítica que surgió antes de la dictadura que empezó con un sentido de crítica hacia el poder. Por ejemplo, León Gieco. /Claro, surgió como una forma de expresión. Muchas veces reprimían a esos músicos y se tenían que ir. Me parece que surge el canto popular ahí, como una confrontación al poder. /Como un mensaje que se quería dar pero dibujado porque no se podía decir todo lo que se sentía y después se empezó a cambiar pero el canto popular es la expresión de las ideas del que piensa. /Y sí, Los Olimareños están más metidos en eso ¿no?, en el canto popular. León Gieco también, es argentino pero me encantan las letras que hace.*

Es interesante el intercambio de opiniones que se genera en los distintos grupos tanto de jóvenes como de adultos al tratar de diferenciar el folclore del canto popular. En relación a este último, la asociación directa a los tiempos de dictadura es ilustrativa al respecto.

La frontera aparece rápidamente en la conversación con los jóvenes. Ellos manifiestan estar muy conectados con el país vecino. Se reitera el hecho de que las radios locales pasen poca o ninguna música uruguaya. Está muy presente en el tema de la música nacional la distancia con Montevideo, cuanto más lejos menos se conoce. Existe muchas veces confusión acerca de si un grupo es argentino o uruguayo.

En las ciudades de Artigas y Rivera el folclore gusta por el ritmo más que por las letras. Los participantes hacen referencia a lo poco que las radios locales pasan música folclórica. Y al esfuerzo que supone para los grupos locales salir adelante en este género. Una de las razones que argumentan es que la poca difusión del folclore lleva a que la gente no tenga costumbre de escucharlo. Aspecto en el que coinciden los jóvenes: si bien no se muestran receptivos al estilo, reconocen que no tienen el hábito de escucharlo. En Artigas y Rivera se reconoce que el folclore es un género poco escuchado y se atribuye a la influencia de la música brasileña. En Rivera se manifestó que:

*Nadie paga para ir a ver folclore. /No hay tradición. /Aquí no se valoriza la cultura riverense en general y menos la música. /Son muy pocas las empresas que invierten, que creen en el músico local. Ahora, si viene de afuera es diferente.*

“El afuera” adopta una doble significación, donde Montevideo queda incluido. Hay por parte de estos participantes una actitud crítica hacia las autoridades locales y nacionales en el entendido de que consideran que en el país no existe una preocupación real en atender el consumo de música nacional. Las ciudades de frontera quedan expuestas permanentemente a la sola influencia del país vecino.

Se menciona la ausencia de nuevos cantantes en folclore. En Maldonado los participantes se posicionan de una manera peculiar y entienden que quizás en el interior del país del cual no parecen sentirse parte, existan jóvenes que canten folclore. “Capaz que acá no lo vemos tanto pero en el interior la muchachada debe cantar”. La percepción que existe es que los jóvenes, a diferencia de Argentina no cultivan esta música en el país.

El fenómeno migratorio se percibe en la composición de los grupos con los que se trabajó en Maldonado.

*La mayoría de los que estamos aquí somos gente del interior. / Yo soy de acá por ejemplo, pero de acá ¿cuántos habremos nacido en Maldonado?./Sí, yo creo que sí. Yo creo que por ejemplo acá ha venido mucha gente de Salto, de Rivera; de Artigas está lleno y yo creo que por ahí la samba fue una de las músicas que trajeron para acá. /Según la zona, según la música también. / Claro, allá son muy de la samba. / El litoral por ejemplo; en Brasil se escucha otro tipo de música que en Argentina, entonces la gente nos va trayendo otro tipo de música también. Pero a su vez al ser Punta del Este algo turístico siempre hay música nueva, siempre hay gente que está viniendo y trayendo cosas nuevas, como ser los argentinos, por ejemplo, traen más cumbia, más cumbia, más cumbia. /Yo he conocido por estar aquí y he participado en recitales o toques que no me imaginaba y conocer géneros que nada que ver.*

Los participantes eran en su mayoría del resto del país, la presencia de autóctonos fue escasa. Lo cual otorgó al intercambio un dinamismo peculiar donde la procedencia de cada uno de ellos estuvo presente en sus opiniones y gustos musicales. Especialmente los jóvenes locales que se sienten portadores de una diversidad musical debido a la existencia de Punta del Este.

## Entre el bolero y el tango

Dentro de las preferencias de los uruguayos, la música melódica fue mencionada por el 24%. Según el Informe 2009 el perfil de quienes más gustan de este género musical pertenece a las mujeres, más que los hombres, en edades intermedias (30 a 59 años) y el nivel educativo secundario y terciario. No obstante, en el trabajo grupal se pudo comprobar que este género fue mencionado por hombres y mujeres, sin mayores diferencias.

*A mí me gusta la música romántica. / A mí también. / "Los Iracundos", "Los Ángeles Negros". / La música romántica de los '80./ A mí todas, porque hay unas nuevas que están 'de matar' como dicen los chiquilines. / A mí me gusta Roberto Carlos el brasileiro./Alejandro Sanz./Julio Iglesias./Luis Fonsi./ "A mí me gusta Shakira".*

Para muchos de los adultos en las distintas ciudades, la música melódica es definida como romántica y se asocia a cantantes que son considerados clásicos. Para otros, esta música se asocia a recuerdos de la juventud y a sensaciones experimentadas.

*Escucho a Roberto Carlos, por decir algo. No pasa de moda. Es un clásico./El Puma Rodríguez hace 20 años que está cantando, Julio Iglesias hace 30 años que está cantando./ O más, y no pasan de moda. Uno se podrá olvidar de algunos temas pero no de los clásicos...y Raphael que cumplió 50./Yo tenía todita mi pieza llena de fotos de Sandro./ A mí me encantaba./ ¡Ay! Sí. Son épocas./Claro. No pasa de moda. En el tango no pasa de moda Julio Sosa, y murió hace 50 años. Son clásicos y eso cuando uno lo escucha en la radio dice, el old hit o lo que sea y bueno, es viejo pero es un clásico. Esta música te ayuda a viajar en el tiempo. / Cómo no./ Te acerca mucho la música romántica./Eso es verdad./ Te hace recordar a veces./ Por eso digo, viajar en el tiempo. Entrás a meditar, o sea, escuchando detenidamente hay algunas que valen la pena./ Yo si escucho a Los Iracundos me acuerdo de mi juventud./ Exactamente./Por eso mismo, te traslada en el tiempo./ Toda música si vos prestás atención te cuenta una historia, inclusive la romántica (...)*

Los jóvenes manifiestan que escuchan música melódica pero a la vez son críticos de este género.

*Sí, escucho música romántica./A veces./Todo el día./Más bien no escucho./ Es aburrida./ Duran*

*mucho./ Son muy largas a veces./Te hacen llorar, yo soy medio depresiva./Hacen llorar, las letras siempre dicen o te hacen recordar algo que pasaste o que está pasando./Es depresiva.*

Los boleros traen recuerdos y una especie de nostalgia que la asocian a momentos importantes de la vida y a su juventud.

De acuerdo al Informe 2009 el tango obtuvo el séptimo lugar (21%) dentro de las preferencias musicales a nivel nacional. Hombres y mujeres adhieren a este género: los mayores de 60 años y de nivel educativo primario.

Quienes gustan del tango expresaron:

*Ah, sí. Nos encanta a todos ¿no?./ Yo, por mi padre./ El tango es parte de nuestra cultura./Yo no escucho nunca./ A mí me encanta./ Yo no escucho tango. / Yo, en algún baile, pero no prendo la radio para escucharlo./ Pero ¿en qué baile pasan tangos?./ No, en algunos, cuando vas a un casamiento, ese tipo de cosas./ La letra, a mí me gusta la letra que tiene el tango./ A mí me gusta bailar en pareja./Cuando yo era chico escuchaba mucho./Cuando era chica capaz que no me gustaba pero como que después con el tiempo me empezó a gustar. Uno tiene etapas./ Después de cierta edad como que me gustó, me empezó a gustar./Tiene mucho de sentimiento, creo./"Bailarlo, no. A mí me encanta mirar bailar tango./Ah, es precioso, sí.*

En los jóvenes el tango se asocia a la música tecno de Bajofondo:

*Me encanta esta música/Está rebuena la fusión que hacen. Aparte es gente que sabe porque no es que hacen cualquier mezcla, o sea, queda bien, es agradable al oído./ "Yo, cuando estuve en Europa y me decían que pasara algo de Uruguay lo primero que mostraba era Bajofondo porque me parece que es como mostrar a Uruguay de una manera que me enorgullece./Yo he visto publicidades de cualquier lado y aparecen temas de Bajofondo y acá no se valora tanto./Bajofondo es de acá y de Argentina, mitad y mitad. En Argentina hay una cantidad de grupos de electrotango creo, pero me gusta mucho esa fusión, ese estilo./ La versión de La Cumparsita en electrotango, se conoce pero no tiene fusión.*

Se produce entre los jóvenes la discusión de cuál es la música que nos identifica como uruguayos. Algunos opinan:

*Para mí cuando te dicen Uruguay es el folclore primero./ Para mí dicen Uruguay y eso es murga, para mí es Jaime Roos, el Canario Luna, Tabaré Cardozo./Sí, Gardel si vas al caso./ Para mí el tango se identifica más con los argentinos. De hecho, por ejemplo el día que Uruguay juega contra Costa Rica, se hace el himno nacional versión murga, El Zurdo Bessio la hace <sup>1</sup> ./ Y justamente se eligió la murga.*

Por parte de algunos jóvenes se advierte un renovado interés por el tango en versión tecno, lo cual da cuenta de cambios no solo en las preferencias, sino en el interés en un género que de acuerdo a la información estadística quedaba reservado a los adultos mayores, como fue señalado anteriormente.

Los adultos al hacer referencia al tango se retrotraen al pasado y sistemáticamente traen a colación la ausencia de lugares para bailar tango, que quedan limitados a ciertos momentos de las fiestas familiares donde se pasa música típica.

## **Carnaval: murga, candombe y escuelas de samba**

El carnaval es elegido y hay mayor entusiasmo por parte de los adultos que de los jóvenes. También los adultos muestran un mayor conocimiento de las murgas a nivel local y montevideano. Algunos de los hombres dicen haber participado en murgas o en parodistas.

Al respecto se destaca que de acuerdo a los datos del Informe 2009, el 35% de la población nacional asistió en el último año a ver un espectáculo de carnaval. Casi la tercera parte de Montevideo y el 30% en el interior del país. Surge también de este informe que son los jóvenes, en mayor número los hombres que las mujeres, de nivel educativo secundario y altos ingresos, quines en mayor porcentaje asistieron en el último año a espectáculos de carnaval. No obstante, la elección por el estilo musical lo ubica en los últimos lugares de las preferencias.

La información estadística no coincide con lo manifestado por los participantes que mostraron que el gusto por esta música logra trascender las diferencias generacionales. Es más mencionado por los hombres que por las mujeres y es de especial interés en Artigas y Rivera. Ante la pregunta a los asistentes de si les gusta el carnaval en Artigas, las respuestas son contundentes:

1 El participante hace referencia a la etapa de las Eliminatorias

*Coord. ¿Escuchan música de carnaval? Esto no se puede preguntar acá, es obvio. Mirá que hay gente que está todo el año escuchando música de carnaval./ Ahora yo puse una radio y estaban tocando carnaval./ Es una música que está en las fiestas familiares. Siempre y al final, es como si fuera el broche de oro./ Estamos hablando de carnaval de acá, no de Montevideo, no estamos hablando del candombe./ Lo que pasa es que estamos acostumbrados al ritmo brasileño, estamos acá en la frontera. El candombe tiene un ritmo repetitivo que a mí particularmente me aburre. De todos modos le doy valor porque no aceptar el carnaval en Uruguay es como no aceptar la samba brasileña./ El tema del candombe uruguayo es la cultura. Es otro movimiento. Pero no hay variación en los movimientos"/ En el carnaval de acá (Artigas) es más variado. A mí se me cae la baba de ver a los músicos brasileños. Aquello es una sinfonía. El ritmo del candombe es solo del tambor.*

En Artigas y Rivera los participantes se muestran críticos con respecto al ritmo del carnaval nacional y muestran una marcada preferencia por el estilo brasileño. Y al hablar de murgas se hace más evidente:

*A mí no me gusta la murga./ Si uno se pone a analizar lo que dice, dicen muchas verdades pero no es nuestra costumbre escuchar./ A mí no me gusta./ A mí tampoco./ A mí me gusta por la crítica, desenchufarte de algo (...).*

El grupo más conocido y mencionado es Agarrate Catalina. El carnaval se identifica con Montevideo y lo miran por televisión.

*Yo conocí la murga a los 16 años. Era algo que no existía para mí./ La murga tiene que ser atractiva, la ves solo una vez en el año, no tenés costumbre y te tiene que llamar la atención para que te guste./ Yo cuando puedo miro por televisión las murgas de Montevideo, son cantores, la mayoría son como yo. Van ahí, agarran el micrófono y empiezan a saltar./ Son profesionales./ Pero dicen que la murga es un teatro.*

En los grupos de Artigas y Rivera se da la discusión de si el carnaval uruguayo está o no profesionalizado. Algunos asistentes son críticos y consideran que no es así y existen otros, que consideran que la profesionaliza-

ción del espectáculo carnavalesco es evidente y que en parte se debe a la incorporación de gente de teatro.

En Artigas los participantes hacen referencia al pasado del carnaval local del cual a -su entender- ya no queda nada.

*Aquí las murgas son improvisadas, te arman una letra y van cuatro o cinco o doce y cantan pero no son populares. Todo se fue desintegrando./ De los murguistas antiguos prácticamente no queda nadie. / La murga no puede ser solo escuchada, tiene que ser vista porque sino no te llena./ Ahora, me parece que en la música están usando mucha tecnología y los músicos de acá que son buenos están quedando tapados con tanta tecnología.*

En Rivera hay una nostalgia similar en relación al carnaval de antes.

*En Rivera existían murgas, no sé si eran buenas o no, pero a nosotros nos gustaban./ Nuestros niños no saben lo que es el cuplé de la murga, lo que es un parodista, una revista, no, tenemos que enseñarles./Nosotros tenemos un carnaval muy particular, diferente al sur. Es una cosa netamente de frontera. Cuando empezaron a llegar los primeros montevidéanos a Rivera, me dio tanta bronca, decían las murgas de ustedes parecen una escola de samba./ Claro, vienen de afuera, no conocen nuestras particularidades.*

En estas ciudades los jóvenes manifiestan que no les gustan las murgas. Se vuelve a reiterar la falta de costumbre en escuchar este género.

*Es falta de costumbre. Por ejemplo, allá en Montevideo y en el litoral, la murga es más tradicional. Nosotros estamos acostumbrados más al carnaval y ellos a la murga./ Nos identificamos más con la samba brasileña. / Una vez fui a ver murgas y no me gustó. / A mí no me gustó. / Acá vino Agarrate Catalina y no me gustó./Lo que pasa es que no tenemos costumbre./A veces ves en la tele. Son lindas las palabras que ellos dicen, hablan de todo el mundo con palabras. Es lindo. Nosotros estamos acostumbrados a las escuelas de samba. Pasamos todo el año prácticamente en el tema de carnaval. / Yo pasé un verano en Punta del Este y casi morí. Porque no me gusta, llega la época de carnaval y quiero estar*

*acá en Artigas, estoy acostumbrada a la samba. Porque acá te divertís, hay una gran movida, todos quieren salir con sus amigos./ Yo prefiero la murga al candombe. En el candombe todo tiene el mismo ritmo"/. Nosotros tenemos una neta influencia brasileña, entonces más escuchamos la música brasileña que nuestra propia música uruguaya. Claro, en carnaval se escucha samba, bailamos la samba.*

Con respecto al candombe se hace referencia a Canela que fue ovacionado en el último carnaval en Rivera:

*Yo nunca vi que la gente ovacionara en Rivera como se ovacionó ese día, porque era una cosa bien hecha, profesional./ Y la gente cómo aplaudía cuando iba desfilando./ Claro, acá hubo un trabajo que lamentablemente empezó hace muchos años en Mundo Afro a enseñar candombe, pero lamentablemente no entró como debería haber entrado. Recién ahora a través de los medios informáticos, Internet, You Tube y esas cosas, la gente está mirando y escuchando un poco más, pero le falta. No tenemos esa cultura afrouruguaya en Rivera.*

Sobre el candombe hay versiones encontradas; para algunos es un fenómeno que se ha jerarquizado en Montevideo; otros entienden que no ha sido asumido por el resto del país, y están aquellos que directamente lo rechazan.

*Pero el candombe es el ritmo del tambor, no hay otra cosa, no hay otro instrumento. El candombe tiene eso ¿no? es un montón de gente tocando siempre igual, cuando paran arrancan otro repiquetear y después ya enganchan el tradicional y vamos. Es como la batucada acá en Artigas.*

En las ciudades fronterizas del litoral se manifiesta en relación a las murgas:

*A mí me encanta la murga./ A mí no me gusta, no me gusta pero de ninguna forma, para nada, no le entiendo todo ese ruido./ Las respeto, siento mucha admiración por los que lo hacen porque tienen mucho trabajo. Me gusta cuando se visten, se producen, se maquillan, me gusta todo ese entorno aunque no me gusta el carnaval./ Me gusta ver carnaval por televisión. Me gusta saber quién ganó, cómo participaron pero*

*no es lo que me apasiona./ Lo que más me gusta son los coros, las voces, los bajos, los primos, los segundos, entonces el que tiene oído y más o menos conoce lo que es la murga percibe si está afinada, ese tipo de cosas. Yo participé del carnaval.*

Con relación al último carnaval se critica la presencia de la rapera en la murga Falta y Resto:

*Falta y Resto está muy bien, espectacular, pero no me gustó por eso. Capaz que es una cuestión de adaptarse, acostumbrarse, como antes la murga era bombo y platillo y ahora le dan a otros instrumentos también y de a poco lo vamos aceptando pero la Falta con la rapera no (...)*

En Rivera expresan un gran reconocimiento al carnaval de la ciudad de Artigas.

*Son feas las murgas uruguayas, a mí no me gustan las del sur./ Yo tuve la oportunidad de ir a Artigas y ahí es otra cosa, es un show./ Sí, pero totalmente brasilero./ Ahora tú tocaste otro tema, esa cultura de Artigas la tenemos nosotros en Rivera./ No, pero nunca hubo tan así./ No, tan avanzado, no./ El año pasado fui a Artigas y está muy bien./ Artigas ya se considera del nivel de Río de Janeiro./ Lo que pasa es que todo va en el trabajo./ A mí no me gusta ver la murga pero creo que hay temas que son interesantes./ Nunca les entiendo nada a las murgas./ Ahora están mejor./ Yo los veo a todos en el coro y no entiendo nada./ Antes no se les escuchaba./ La murga está muy linda ahora./ No las entiendo./ Es nueva la incorporación de la mujer, que hace muchos años no estaba./ Ahí va, eso es muy importante.*

A mayor lejanía de Montevideo menos gustan las murgas y menos se las entiende. De todos modos hay quienes valoran sus interpretaciones y mencionan en particular la incorporación de la mujer en los últimos tiempos.

En las ciudades fronterizas del litoral lo que prevalece por parte de los jóvenes en su falta de interés en el carnaval. Algunos participantes sostienen que quienes escuchan murgas son los montevidianos:

*Casi siempre son los que más se aferran a eso, no sé, en Montevideo la mayoría va a la murga, acá no se ve tanto que la gente vaya a ver una*

*murga./ Sí, Tabaré Cardozo, al menos en mi caso yo lo conocí por las murgas de ahora, de cómo le estamos dando prioridad a las murgas y cuando vino Tabaré Cardozo que fui por ir nomás, todo Salto iba, y cuando lo vi cantar me gustó./ Sí, a mí también me pasó, un día llegué a mi casa, a la vuelta estaba lleno de autos y motos y era que estaba Agarrate Catalina, era impresionante la cantidad de gente que había. Capaz que en el ambiente en que nosotros nos movemos no lo vemos tanto, pero parece que por ejemplo pasás por el parque y es impresionante la cantidad de gente y es que están las murgas, y hay pila de gente que se anota en la murga y canta.*

En las ciudades del norte del país las murgas son vistas, la mayoría de las veces, como un espectáculo ajeno a la localidad y se las identifica claramente con Montevideo. Algo similar sucede con la cuerda de tambores.

*Yo odio las murgas. No me gustan para nada. Primero que nada no la entiendo, no entiendo lo que gritan./ A mí a veces me gustan cuando engancho con los chistes. /Las murgas son como muy culturales./ No entiendo lo que dicen. Creo que hacen referencia a cosas de Montevideo y mucha cosa política./ No me gusta. No me gusta el ambiente de la murga, no me gusta la gente que hace la murga ni la que va a ver la murga./ Sí, capaz que yo no iría a la murga porque te dicen que no está muy lindo el ambiente, somos chicos; gente más grande va a la murga o si vas tenés que ir tipo en grupo, no sé y si te gusta es mucha gente calificada. /Hay que ir con alguien que te explique por si no entendés ./A mí me parece que las cosas que hacen las murgas son muy culturales, sí, las cosas que se hablan, chistes sobre la política, lo que hizo Mujica, yo qué sé, cosas que capaz acá nosotros no las vemos tanto y en Montevideo sí se ve esa parte de mucha política y acá capaz que no, que no le prestamos tanta atención.*

En las ciudades del litoral el conocimiento y gusto que se tiene por la murga, constituye un aspecto que está más definido por la cercanía o lejanía con Montevideo que por la frontera. Aparece así, la tercera frontera que no solo refiere al país vecino sino a Montevideo. Ciudad a la cual se la ve distinta y distante, de la que permanentemente se tratan de diferenciar.

Pero a la vez se plantean contradicciones como las que surgieron en los grupos de Maldonado donde algunos de los participantes jóvenes atribuyeron al carnaval un papel identitario importante.

*El carnaval es re-uruguayo. Yo no lo siento para identificar a Uruguay de mi parte pero me parece que es algo re- uruguayo, sí./ Es así, aparte cada vez que salen al exterior, por ejemplo en el fútbol, para mí lo que nos identifica es la murga, el tango es más de los argentinos./ Y las tortas fritas y el mate. Y el asado y dulce de leche. / Al candombe lo trajeron de afuera./ A mí me encanta./ A mí me gusta escucharlo nada más./Las murgas y las comparsas para mí son solo para escuchar en carnaval (...)*

En Colonia cuando se habla de carnaval la referencia esencialmente es al candombe.

*A mí el candombe me da ganas de bailar. Me transmite energía, placer./ Yo recién este año lo empecé a escuchar, no te puedo dar una opinión./ Me produce calor a la sangre, adrenalina(...)*

El carnaval es una fiesta cuyos componentes y expresiones no solo se han modificado de tal manera, que su abordaje y comprensión se dificulta si no se toma en cuenta el pasaje del tiempo que nos muestra la existencia de “muchos” carnavales.

La frontera da señales no solo de la diversidad que adopta en cada ciudad este tipo de espectáculo sino de lo distante y diferente que se percibe al carnaval montevideano. También nos permite ver como el carnaval, especialmente en las ciudades fronterizas con Brasil, se ha reconvertido y los agentes locales se han apropiado de un estilo de espectáculo emparentado más con el sambódromo que con la expresión callejera que también caracteriza a esta fiesta.

## **Rock nacional: ¿para todos, para muchos, para pocos?**

En las últimas décadas, Uruguay ha experimentado una especie de boom en relación al surgimiento de numerosas bandas de rock. Quizás eso explique que el rock se ubique en el segundo lugar de las preferencias musicales de los uruguayos. Para ello hemos trabajado a nivel grupal el caso del rock nacional. Qué se conoce del rock uruguayo y en qué medida este ritmo ha sido incorporado en los gustos musicales en las ciudades de frontera.

Los adultos manifiestan no gustarles el rock pesado y en algunos casos se asocia con el consumo de drogas. Se percibe a través de sus comentarios una asociación más hacia el rock de los años '70, que al actual. De todas

maneras algunos participantes reconocen a grupos de rock como *No Te Va a Gustar* y *La Vela Puerca*; otros mencionan a *La Trampa*.

*A mí me gusta el rock tranqui, el rock pesado no./Sí. Hay rock y rock./ Claro, pero el rock existió desde que me di cuenta de las cosas, siempre./ El rock siempre fue más asociado a la droga, todo el que iba, iba como para agitar, como para exaltarse, como para sacarse todas las barreras que tenía adentro, aparte de lo que consumían ¿no?.*

Al hablar de rock se plantea por parte de algunos jóvenes la preocupación de no tener espacios donde ir a escuchar a grupos locales y nacionales, ya que se asume que este tipo de rock no es para bailar. Dichos jóvenes reconocen virtudes en el rock nacional, como no ser violento y tener buenas letras. Existe una nítida tendencia a considerarlo un ritmo montevideano.

*¿Es bien del sur no?./ Me gusta La Vela Puerca. / Eso, claro, porque son los más conocidos./ Pero allá, porque acá nosotros no.../ Exactamente, porque por ejemplo a Rivera sé que vienen, debe ser porque tienen buenas carreteras./ Ah, sí, porque nosotros no./ Acá, no es por criticar a Artigas pero es una mortalidad acá de noche ¿no?./ Ah, sí"/ "Vas a Rivera y ves otra cosa.../ ¡Pa! Sí, impresionante./ ¿Vos sabés lo que pasa ahí? Una es el desorden, que allá hay un cierto orden./Me gusta el rock uruguayo./ No Te Va a Gustar./ La Vela Puerca, No Te Va a Gusta./La Trampa./ Son los más conocidos./No es tan violento, pesado./El ritmo no es pesado, agresivo./ A mí me gusta./ No me gusta./ Es horrible para bailar./ Ta, pero es lindo para escuchar, no para bailar, para escuchar nomás./¿Para bailar hay que saltar no? Las letras están buenas.*

En contraste están los que son críticos y entienden que el rock nacional es excluyente, solo para determinada gente.

*Claro, son mas cerrados, son grupos cerrados./ Por ejemplo, mi hermano es como...gótico./ ¿Emo?./ Es emo. A él le encanta, él tiene solo eso en el celular, en la computadora, y a él le gusta eso. Vienen las amigas y los amigos y les gusta y todos son como él./ Porque a veces se expresan según la música. Tipo, a los que les gusta la cumbia villera se expresan como la cumbia,*

*el rock es lo mismo, a la gente que le gusta el rock se expresa como el rock./ Claro./Es un deprimido”.*

Existe por parte de algunos adultos el reconocimiento al rock nacional y a asociarlo a una expresión cultural de protesta contra la dictadura. Y que luego en la apertura democrática adquirió otras características. Pero están aquellos con una visión prejuiciosa y lo asocian al desorden, al agite, a la protesta sin sentido. Es quizás este género que provoca el número mayor de respuestas diversas y por momentos contradictorias.

*Siempre protestan por algo./ No siempre. Hay algunas músicas lindas./ A mí nunca me gustó el rock porque yo era muy enamorado y me gustaba la música romántica (risas); yo iba a los bailes y me enojaba ¿te acordás?./ Todos esperábamos las lentas (risas)./ El rock uruguayo como todo rock tuvo su vertiente a partir de Inglaterra, del movimiento beat, con grupos en los años '60, voy a nombrar uno, hay un montón, pero Los Shakers; después ya entrados los años '70, Psiglo, Tótem, y ahora No Te Va a Gustar, La Vela Puerca, Rubén Rada, en una época./ El rock uruguayo siempre se caracterizó como la base del rock en general, por ser una música, algunos grupos lo tomaban como protesta, en el caso de la época de dictadura, pre y pos dictadura, que hubo todo un movimiento”.../ Pero fue más o menos cuando surgieron./Claro, después que volvimos a la democracia hay toda una explosión que comienza en el '84. Actualmente yo no lo escucho mucho pero hay grupos como La Vela Puerca que se mantienen, No Te Va a Gustar, Hereford./ Han retornado algunos de los grandes dinosaurios de antes y se están escuchando mucho, se escuchó mucho también esa mezcla de rock and roll con murga y candombe. /No me gusta, no escucho./ Yo veo que los jóvenes escuchan mucho rock pero no tanto el uruguayo./ Hay dos bandas que me gustan en particular que son La Triple Nelson y La Tabaré, esas son las que más me gustan. Se diferencian un poquito de La Vela, no tienen mucho, o sea, me gusta La Vela, la escucho pero me gustan más las otras dos que te nombré”./ A mí me parece que lo que le pasó a La Vela de unos años para acá es que hizo un cambio que se volvió más comercial, antes era algo más crio-llo, eran amigos que se juntaban y querían tocar*

*y no les importaba si vendían, obviamente que te importa vender pero no lo hacían con el fin de venderlo y ahora yo la encuentro como más comercial./ A mí no me gusta, no me llama la atención.*

En general se considera que tal predilección, esencialmente pertenece a los jóvenes. Del rock argentino se manifiesta que es muy poco lo que se transmite en las radios locales.

*A mí por ejemplo me gusta más el rock argentino. Pero tampoco pasan mucho ¿no? Yo escucho porque escuchan los chiquilines en casa o porque yo pongo la radio y están ellos/ A mí me gusta el rock argentino de los '80. /Sí, sí, a mí también me gusta más ese. Es decir, tampoco lo escucho mucho ¿no? pero me gusta el de esa época.*

Hay jóvenes que afirman no escuchar rock:

*Yo no lo escucho pero si lo tengo que escuchar no es algo que no me guste./ Yo algunas canciones las escucho pero no es que me guste. Hay letras que están buenas./ A mí también ahora, me voy con mis tíos a Montevideo y por ejemplo, Tabaré Cardozo, hay algunas canciones que me gustan, pero no es que escuche todo sino que escucho algunas canciones, en particular alguna./ El rock pesado no lo soporto, no puedo estar con una persona que está escuchando eso. Al rock uruguayo sí lo escucho y no pasa nada, está bueno pero en mi casa no me pongo a bajar música de rock uruguayo./ Yo sí bajo rock nacional./ Yo bajo las más conocidas, no es que me bajo un CD de una, las más conocidas./El rock uruguayo no es mi estilo de música./ Para mí en las letras me quedo con el uruguayo. Si prestás atención a las letras ves que dicen muchas cosas, pero ponés el argentino nomás y tocan unas latas y hablan pavadas, otra cosa no hacen, o repiten lo mismo./ Claro, repiten siempre lo mismo, lo mismo y hacen ruido y ta, eso nomás. Y acá parece que es otra cosa, otra letra, no sé, me parece a mí. / No, algunas están buenas, pero las clásicas nomás. Yo qué sé, las canciones más conocidas, alguna de La Vela. /Sí, yo qué sé, nunca lo escuchamos./ Yo sí escucho rock uruguayo y argentino./Escucho Buitres./ Buitres está bueno./ No Te Va a*

*Gustar, La Tabaré, muy poco./ El rock nacional es feo, improvisado./ A mí me gusta./ Para mí es buena música, me doy cuenta que es buena. Buitres, La Tabaré. No, no es que me identifique, hay músicas que no me gustan a mí y sin embargo me doy cuenta que es buena música aunque yo no las escuche.*

Para conocer la opinión de los participantes, se trabaja con fragmentos de temas del rock nacional. En particular se escucha al grupo *No Te Va a Gustar*. Los jóvenes opinan.

*Es 'buennísimo'./ Está bueno, sí./Muy uruguayo es este tema./ Claro, te explica un poco lo que es el Uruguay ¿no? Habla de Uruguay y a veces habla de los goles y eso./ No escucho esa música, pero por lo que dicen ellos me parece buena música, que quieren traer a la realidad a la juventud de lo que pasa, que tal vez la cumbia villera y la cumbia que se escucha ahora no lo hace. / No Te Va a Gustar por ejemplo tiene el tema "Ay! Celeste regalame un sol" que es todo lo que los uruguayos necesitan ¿no?, y tiene otro tema que dice "ríos que van llevando penas al mar"./ No Te Va a Gustar que tiene todos esos temas así que son uruguayos, esa banda nos defiende como rock, por ejemplo, si vos decís Argentina o Inglaterra en rock nos pasan por arriba pero nosotros con el candombe los pasamos por arriba a ellos./ En Argentina se escucha mucho No Te Va a Gustar, está muy de moda allá./ Yo si lo tengo que escuchar, digo, a mí no es una cosa que me guste pero si me decís escuchá esta canción la escucho./ Yo he ido a recitales de rock y sin embargo no me gusta./ Yo fui y estuvo buenazo./ Yo de oído, pero no es una cosa que deteste, yo en mi casa no la pongo para escuchar./ El Cuarteto de Nos me gusta./ A mí no me gusta pero tengo una hermana que no le gusta la cumbia, no le gusta el folclore, es solo rock, va y hace cola para sacar las entradas. Hay algunos temas que se pueden escuchar./ Quizás sean los más suavecitos.*

Los adultos opinan.

*No Te Va a Gustar, a mí no me gusta./ Yo, si es lo único que hay en la radio lo escucho./ Yo cambio./ No me gustan todos los temas, dos o tres,*

*ahí./Tienen buena letra también./ Me parece que en la letra del rock, de No Te Va a Gustar y todo esto, he escuchado pocas, que son un poquito más coherentes con lo que dicen, tienen palabras que nos inclinan a entender otras cosas. Hay palabras, con doble sentido./En Uruguay hay un grupo de rock que está catalogado por todo el mundo que es El Cuarteto de Nos que ellos están contra la política, tú ves la canción que hicieron, que supuestamente mucha gente puso el grito en el cielo por la canción que hicieron de Artigas.../ Me pareció horrible./A mí no./ La falta de respeto./ A mí no porque tú te ponés a escuchar la letra y hay cosas que dice que están en los libros"./ Pero la leyenda negra esa./ Y todo tiene un lado negro. Pero a mí me gusta, no todas las canciones pero me gusta el grupo./El rock nacional sí, depende del grupo, la instrumentación y la música, depende de la calidad que tenga el grupo, de repente hay grupos que no suenan bien./ Porque el rock en sí no es ir y gritar./ Exactamente, eso es lo que piensan ellos, ellos piensan que es ir y tocar fuerte y gritar.*

El rock nacional parece ser relativamente conocido. Muchos de los participantes señalan que conocieron a las bandas de rock a través de radios o programas argentinos. El caso de *No Te Va a Gustar* y *La Vela Puerca* es ilustrativo al respecto. Algunos de los participantes evidenciaron que ya conocían a estos grupos pero no sabían que eran uruguayos. La confusión está presente en este tipo de música. De todas formas no impide el reconocimiento que tal expresión musical merece por parte de los participantes, y no solo de los jóvenes.

## Conclusiones

Al concluir destacaremos aspectos que resultaron ser medulares en este Informe.

Referido al folclore es preciso el énfasis en el rol que juega la institución escolar en el conocimiento y en algunos casos, el descubrimiento de este género musical. Si tomamos en cuenta lo dicho por los participantes, la escuela estaría perdiendo estas características, lo que se señala con cierta preocupación y a la vez, nostalgia. No se afirma que en todas las escuelas se haya dejado de utilizar la música folclórica en sus fiestas, sino que ponemos el acento en la percepción social que existe en consonancia.

Por otra parte resaltamos el rol que juega la familia como transmisora del agrado por la música folclórica. La referencia que los jóvenes hacen a fi-

guras familiares y el hecho de que en la casa se escuche folclore, es una realidad que colabora en la preservación de este tipo de música y una de las razones que explica su continuidad. Y de suyo adquiere relevancia si tenemos en cuenta que en el mercado este género es escasamente transmitido por las radios locales. La ausencia de voces jóvenes y la falta de renovación de un repertorio que cante a nuestra historia y tradiciones, es también un aspecto que preocupa.

Lo mismo sucede con la danza y el deseo que manifiestan los participantes de ir a ver bailar folclore. Es algo que atrae y que se conoce, pero poco se ha hecho en pos de su profesionalización.

El baile es una parte esencial de la cultura. La gente gusta de ir a bailar y en algunos casos añora lugares donde hacerlo. Los participantes dan cuenta de que asistieron en el pasado pero ahora el baile queda limitado a las fiestas familiares. Se manifiesta la necesidad de lugares donde el público adulto pueda asistir a bailar folclore, tango, melódica, cumbia, etc.

En el relato de los jóvenes el ir a bailar está muy presente y es uno de los hábitos culturales que más los pone en contacto con nuevos estilos musicales. Así como también señalan la relación con amigos. Sin embargo con los adultos, son los hijos los proveedores en términos musicales. Son ellos quienes les bajan música de Internet y los actualizan de las innovaciones musicales. Reiteradamente se señala que se aprende con los hijos dado que ofician de puente con nuevos intérpretes.

La tecnología ha sido incorporada a la música y ha provocado fenómenos interesantes con la creación de nuevos estilos que llegan al público joven. Es el caso del tango cuya renovación a partir de la fusión de la tecnología y la música típica ha dado a conocer a los jóvenes un nuevo universo musical. Lo nuevo y lo clásico se fusionan dando lugar al rescate de un género como el tango, de escasa difusión especialmente en las ciudades de frontera en estudio.

El carnaval es una de las fiestas que más transformaciones ha experimentado en los últimos años, es también la fiesta que mayor diversidad muestra en sus expresiones fronterizas con relación a Montevideo. Pensar al carnaval como un todo de carácter nacional y con identidad uruguaya no parece ser posible. En Uruguay al analizar las opiniones vertidas sobre el estilo carnavalesco, deberíamos utilizar el concepto de “campo” a la manera de Bourdieu. Si pensamos el carnaval como “campo”, advertimos que en Uruguay existen “muchos” carnavales y muchas propuestas carnavalescas. Los uruguayos somos una comunidad que se congrega ante la celebración de un carnaval, que resulta ser diverso y politeísta, un campo en tensión permanente y territorialmente diverso.

Se aprecia interés por el rock nacional y en algunas ciudades -Salto, Artigas y Rivera-, se advierte un escaso conocimiento de los grupos nacionales e inclusive confusión con respecto a su procedencia. Los participantes señalan que eso sucede porque las radios locales no los transmiten y muchas

veces los conocen al llegar a la capital o a través de radios argentinas.

En general advertimos en el caso del consumo de música en ciudades de frontera, una fuerte centralización donde “lo nuestro”, queda contenido en los límites de Montevideo. La música nacional es escasamente difundida y su circulación en algunos lugares es prácticamente inexistente. A mayor lejanía de Montevideo mayor es el desconocimiento de la producción nacional y aumenta la confusión de si tal grupo es nacional o argentino.

La frontera da señales de transformaciones que se están originando en sus poblaciones, percibiéndose distintas y distantes a Montevideo, con diferentes características por las cuales quieren ser distinguidas y reconocidas.

En el caso de la música parece ser claro señalar la ausencia de apoyo a los cantantes y grupos que surgen localmente, lo que habilita a una mayor exposición del público a la influencia fronteriza.

No se trata de alterar los gustos sino del inicio fundamental en reconocer que Montevideo no es el resto del país. Sostener una mirada abierta y diversa que advierta de los cambios, no solo en los consumos sino en las mentalidades y valores que se aferran a mantener las tradiciones a través de un consumo cultural patrimonial como lo es el folclore, el rock nacional, y a la vez permitirse una porosidad, selectiva si se quiere, ante las innovaciones del exterior que no en exclusividad remiten a la frontera, sino a los lazos que necesariamente se establecen en un mundo globalizado.



*“- La última vez que fui al cine fue en cine Censa la película de John Travolta, “Fiebre de sábado a la noche” (risas)./- Hace años./- Hace 25 años.” (Salto, adultos)*

*“-Coord: Si tuvieran que definir al cine uruguayo, dirían que es ¿cómo?-Jodido (risas).-Que muestra lo que somos nosotros los uruguayos, por eso yo decía que no había entendido, no es parecido a otras cosas, es que nosotros somos tan distintos ... Muestra más la complejidad, o sea, lo complejo que hacemos nosotros las cosas.-Es verdad. -*

## Imágenes desdibujadas: cine nacional, mito o realidad

*Rosario Radakovich*

Espacio de sueños y deseos, la pantalla no se reduce sólo a un invento técnico aplicado al llamado “séptimo arte”. El cine ha sido por excelencia el arte del siglo XX, dirán Lipovetsky y Serroy (2009, 9). Llegado el siglo XXI la difusión de la imagen ha multiplicado sus formas. Las pantallas están por doquier. En los hogares, televisores y computadoras anuncian un importante cambio cultural.

El cine cruzó la frontera desde territorios públicos hacia dominios privados como son los hogares, por tanto la filmografía ya no se circunscribe a las condiciones de laboratorio de las grandes salas oscuras. Con ello toda la noción de “salir al cine” cambia de sentido. El cine como salida a las salas se disocia del gusto y los hábitos cinematográficos domésticos. Salir al cine se proclama como una excepción a la rutina, una salida cultural vinculada a un interés específico –un estreno largamente esperado, la incorporación de una nueva tecnología, una cita, una reunión de amigos-.

La sala de cine todavía es un espacio “masivo” cuando expresa grandes éxitos de taquilla -grandes mayorías de público atraídas por un estreno son la escena repetida de un fin de semana en las salas de los grandes complejos cinematográficos-, pero paralelamente ocurren otros procesos de segmentación del público que expresan que el hábito de ir al cine ha quedado afincado en algunos grupos poblacionales –jóvenes, niños, adultos mayores, intelectuales- cuyas búsquedas e intereses son extremadamente diferenciados. Es decir, horarios, locaciones y propuestas cinematográficas segmentan al cansancio el tipo de público y su menú de intereses cinematográficos.

Asimismo investigaciones recientes coinciden en que el atractivo del cine como espacio colectivo de exhibición de películas se ha transformado. El cine se ha recludido en los Shopping Centers de la mano de una renovación en infraestructura y tecnología para mantener el interés de públicos amplios y en busca de los efectos artificiales de la nueva generación de tecnologías audiovisuales (3D, 4D, sonido digital, etc). Las salas barriales de mediados del siglo pasado desaparecieron y aquellos espacios “alternativos” para el circuito de cine independiente y “de autor” han conformado un guetto cultural del que sólo recientemente con los festivales temáticos que permean las salas comerciales y “alternativas” se ha podido salir.

Desde el punto de vista del público entonces la oferta cinematográfica -como se mencionó antes- se ha segmentado y estratificado. Muchas son las brechas que dividen espectadores de cine comercial de aquellos que prefieren el cine de autor, el cine nacional o regional frente a las propuestas de Hollywood y ésta frente a Europa o Asia.

A la individualización de los gustos también se suma la hibridación de los géneros y diversidad de formato y presupuesto de las propuestas. El éxito de una película ya no sólo se centra en la inversión inicial sino en la calidad de su propuesta, no sólo interesa el cine convencional sino también aquellas producciones originales, multiculturales y de origen independiente. A la vez, no puede desconocerse el énfasis en la proliferación de películas hiper-espectaculares y previsible. Ambos procesos conviven.

Proceso que no sólo afecta a las salas de cine sino también a las tecnologías de comunicación que permiten acceder a ofertas personalizadas en los domicilios de los usuarios y que van desde las ofertas brindadas por los video clubs a la propuesta de la televisión cable con canales especializados en emisión de filmografía de larga duración y géneros específicos –como la ciencia ficción, el terror o la comedia- o en documentales temáticos. También se hacen cada vez más tangibles las nuevas ofertas en televisión satelital y digital que permiten seleccionar la película y el horario de emisión de forma individualizada –pay per view-.

En cualquier caso, el nuevo siglo revela una reinención del cine a nivel internacional. En esta reinención, el gusto por las propuestas cinematográficas y las salidas a las salas de cine tienden a ser dos opciones relativamente diferenciadas. Veamos a continuación cual es la respuesta de los uruguayos en este contexto.

## Ir al cine - ver cine en Uruguay

En los años dos mil, para muchos uruguayos ir a salas de cine ha sido una práctica cultural que quedó en el pasado o que nunca se experimentó. Los datos de las encuestas de Imaginarios y Consumo cultural de los uruguayos realizadas en 2002 y 2009 son contundentes a este respecto.

A nivel nacional la asistencia a salas de cine como salida cultural ha decaído en el período. Así es que en el año 2002, uno de cada cinco uruguayos asistía al cine regularmente –una vez al mes por lo menos-. Para el año 2009, lo hacía uno de cada seis. Al analizar esta rutina cultural entre quienes viven en Montevideo e Interior queda en evidencia una fuerte brecha regional: en Montevideo la asistencia mensual a salas de cine se ubica en el 23% mientras en el Interior del país decae abruptamente al 6.4%.

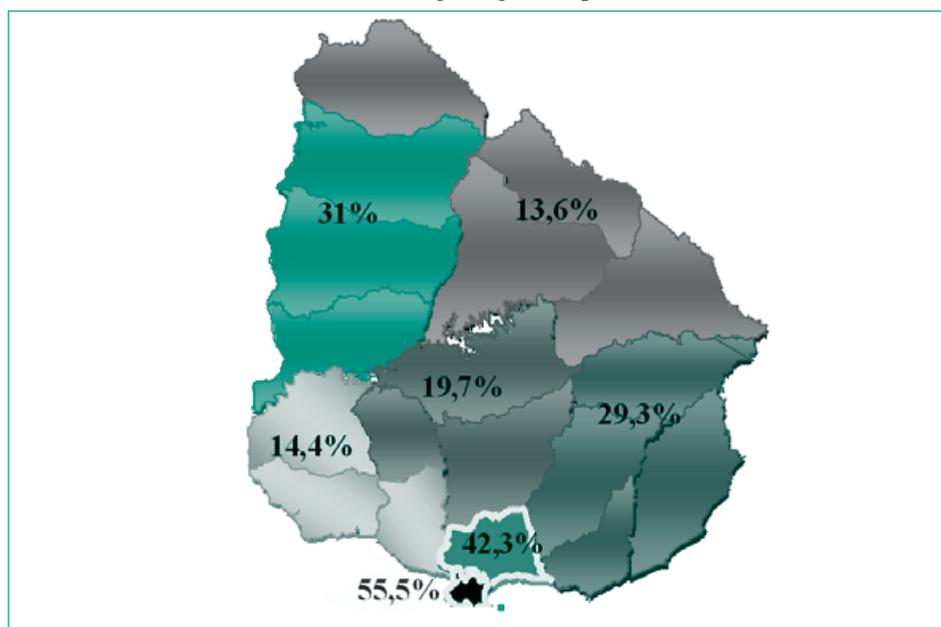
En 2009 el 48 % de los uruguayos declaraba que hacía años que no iba al cine y el 9,4 % nunca había asistido. En el Interior del país se intensificaba el número de personas que nunca en sus vidas experimentaron la asistencia a una sala de cine, alcanzando el 14,8% -la sexta parte de la población total del Interior del país-.

Al explorar diversas regiones del país<sup>1</sup> se destaca una asistencia anual al ir al cine sumamente “dispar”: en las regiones más urbanas y cosmopolitas

<sup>1</sup> Las regiones utilizadas corresponden a una clasificación realizada en Presidencia de la República. La región Litoral incluye a los departamentos de Salto, Paysandú y Río Negro. La región Norte se conforma con Artigas, Rivera, Tacuarembó y Cerro Largo. La región Este se integra por los departamentos de Treinta y Tres, Lavalleja, Rocha y Maldonado. La región Centro incluye a Durazno, Flores y Florida. En el Sur-Oeste la región se conforma por San José, Soriano y Colonia. Los departamentos de Canelones y Montevideo conforman cada uno una región en sí mismos. (Arocena et al: 2011)

del país la asistencia anual al cine involucra un amplio porcentaje de la población como es el caso de Montevideo donde el 55% ha asistido al cine al menos una vez en el último año y en Canelones donde el 42,3 lo ha hecho. A diferencia, regiones donde la infraestructura cinematográfica es menor –aunque existen salas- como la región Litoral del país muestran una asistencia anual más baja que llega apenas al 31%, cifra similar a la que existe en la zona Este del país que alcanza al 29,3%. En niveles inferiores de asistencia se ubican regiones como el Centro donde sólo el 19,7% fue al cine al menos una vez en el último año y en menor grado aún la asistencia a salas de cine se experimenta en la región Sur-Oeste (14,4%) y Norte (13,6%) donde es inferior a la sexta parte de la población.

Salidas al cine “al menos una vez al año” según región del país



Si bien los datos de asistencia a salas de cine se asocia directamente con la disposición o no de infraestructura –salas de cine- próximas a las zonas de residencia de los entrevistados, no se trata de un comportamiento lineal, registrándose baja asistencia en regiones donde existen salas.

Un ejemplo es la región SurOeste donde el 85,3% de la población hace años o nunca fue al cine en su vida. Entre otras razones, en esta región del país se argumentan razones de tiempo disponible (22,6%), desinterés (19,2%) o disgusto “no me gusta” (4,9%), a lo que se suma “prefiero hacer otra cosa” o “no es para gente como yo” (21,7%). El precio de las entradas tampoco es el factor más importante ya que sólo el 13,1% argumenta que no asiste

al cine porque las entradas son caras (13,1) y apenas una sexta parte de la población declara no ir salas de cine por no disponer de salas próximas a su residencia (15,7%). (Radakovich, R, Rapetti, S, En: Arocena: 2011)

La situación a nivel departamental también deja en claro que en amplias zonas del país, “ir al cine” es una práctica ausente condicionada –como veíamos anteriormente- por múltiples factores que pasan desde la pérdida del hábito de “salir” en términos culturales y de “salir al cine” desde que la oferta llega a los hogares más fácilmente a través de la televisión, el video o internet o mediada por las dificultades económicas y de infraestructura y oferta disponible. Los datos por departamento confirman que “salir al cine” es una práctica que para muchos dista de ser incorporada en el uso del tiempo libre regularmente.

	Al menos una vez al año	Hace años que no va	Nunca fue
Montevideo	55,6	38,9	4,7
Artigas	3,6	71,4	23,1
Canelones	41,9	52,9	5
Cerro Largo	13,2	66,4	16,9
Colonia	27,8	54,5	16,9
Durazno	9,1	81,7	9,2
Flores	20	72,7	7,3
Florida	31,8	52,6	15,6
Lavalleja	25,3	68	6,7
Maldonado	38	55,1	7
Paysandú	42,5	52,9	3,7
Río Negro	19,9	50,6	29,6
Rivera	10,2	60,3	29,5
Rocha	20,1	75,7	4,3
Salto	21,7	59,2	19,1
San José	3,8	90,3	4,9
Soriano	1,6	62,2	27,2
Tacuarembó	11	39,6	49,4
Treinta y Tres	22,8	64,3	12,9

En los departamentos en contexto de frontera que se exploraron en este estudio en profundidad, se destaca el caso de Rivera donde el 29% nunca fue en su vida a una sala de cine y de Artigas donde el 23% de la población manifiesta la misma situación. Esta situación se podría asociar a la falta de infraestructura cultural existente en estos departamentos pero como seña-

lábamos antes el proceso de desanclaje de la asistencia a salas de cine es más amplio y complejo. Asimismo, en departamentos como Salto y Colonia donde sí existen salas de cine se constataron porcentajes altos (19% y 16,9%) de habitantes que nunca han ido al cine y amplios porcentajes de población –que superan a la mitad de la población del departamento- que hace años que no asiste.

## Ir al cine, aquella practica. Infraestructura y hábitos

Como se apreció a partir de los datos estadísticos, en amplias partes del país ir al cine es una práctica que mayoritariamente ha quedado en el pasado. Varias son las razones que explican tal decaimiento en las salidas al cine según argumentan los jóvenes y adultos entrevistados para este estudio.

Por una parte, para los adultos que viven en las fronteras nacionales resulta difícil acceder por la falta de oferta de salas de cine en las respectivas ciudades. Por otro, también se registra un cambio de hábitos que se procesa veinte o treinta años atrás cuando llega el video y luego la televisión cable a las rutinas audiovisuales de los hogares uruguayos. Desde allí hasta la aparición de Internet, todos los cambios tecnológicos en el ámbito audiovisual han sido acompañados de cambios en los hábitos cotidianos.

*“Coord: Hoy dijeron ustedes mismos “ya no tenemos cine en Artigas”, ¿qué pasa con el cine?- Lo que pasa que el cable sacó todo.-Las películas que bajas en Internet también.-Cuando apareció el video el cine se empezó a apagar.-Los dvd también. -Coord: ¿Miran películas? -Si.- Yo miro fútbol.-Yo tengo una colección en casa de películas, pirata todo, no tengo ninguna original.- Coord: ¿Compran las películas o las alquilan?- Se compran.-Ahora ya no vale la pena alquilar por el precio que alquilan.-Si, te las venden 5 por 50, si negociás un poco sacás mejor precio.-Si, menos todavía. (risas)” (Artigas, adultos)*

*Yo hace años que no voy al cine./ -(...)Yo la saco del video. Si, los gurises sacan del video./ -Yo ni el video./ (...)Si, mi hijo saca también y mira dos o tres películas./ - La última vez que fui al cine fue en cine Censa la película del John Travolta, “Fiebre de sábado a la noche” (risas)./ -Hace años./- Hace 25 años. / -No, 30 años./ -Más, mucho más.- (...) / -Coord: ¿Por qué no? No sé, pero no es porque no me guste, no se por*

*qué./ (...) Como estoy tan cómoda en casa con la televisión, no me muevo, tengo todo o sino alquilo una película, mi hijo pone para mirar y ni me acuerdo de ir al cine.”(Salto, adultos)*

Otros motivos adicionales que expresan los entrevistados –y que no se resalta entre los obstáculos desde los datos estadísticos- dejan en claro que para los uruguayos salir al cine es un hábito caro y por tanto también prohibitivo. Las entradas al cine resultan costosas, en particular cuando se las evalúa como una práctica familiar y no individual. Se necesita disponer de un cierto nivel socioeconómico para acceder al pago de las entradas y también a los costos asociados a la salida –como el clásico pop y refresco o la salida previa a cenar o posterior para comentar la película-.

*“No es lo mismo ver películas en televisión, por más pantalla plana y grande que tengas, lo que sea, pero como el cine./ La visión no es la misma./-Coord: ¿Y por qué no van entonces? -Llego cansada y me quedo en casa. Si. A veces pasa por la plata, a veces si somos muchos no vamos todos./Coord: ¿Es caro? ¿Les resulta caro ir al cine?/ El cine acá es barato. En la playa sale 60 pesos y 100, cine 3d 100. / -Depende viste, cuando vamos solos no hay problema pero el tema de horarios, mi marido sale muy tarde a la noche y no coincidimos en ninguna función nunca a no ser los fines de semana pero uno es amarrete por costumbre, esperamos al día barato para ir, porque podemos ir un sábado, pero esperamos un lunes o un martes si hay que ir. / Para que pagar más si podés pagar menos./ -Claro, y después por ejemplo cuando resolvemos ir varios en casa, como es el que tiene que pagar, no, vamos el día barato. / -Nosotros por ejemplo, somos seis y en vacaciones no sirve, las 3d son un montón de plata y aparte de la película, el pop y entre una cosa y otra. / -En verano en la playa es caro ir al cine, o sea, esa plata la dispones para otra cosa, no para ir al cine. (Salto, adultos)*

Por otra parte, movilizar a la familia para salir al cine supone también una negociación colectiva de gustos e intereses en la que por años priman los hijos. Por tal razón, también podría señalarse que la negociación familiar en términos de gustos y opciones de consumo cultural constituye un factor desestimulante para algunos miembros de la familia que ven desplazados sus intereses y deben “adaptarse” al interés de los más pequeños.

Para los jóvenes obviamente el cine es un hábito asociado a las tecnologías de información y comunicación –a partir de que las películas se bajan de Internet- o se alquilan en el video club pero fundamentalmente se trata de una práctica doméstica. Justamente para algunos es una aventura salir e ir al cine ya que se trata de “un paseo”, una salida que poca regularidad tiene en sus vidas. Para algunos, se vive con interés por la novedad, para otros como una incomodidad y una exposición que pueden evitar si miran la película desde sus hogares.

*A veces fui al cine./Si, a veces está bueno porque como que es otra actividad ir al cine. En realidad es re incómodo ir al cine porque no estás como en tu casa. Aparte la gente come, come, come, come./Te tiran cosas a veces./ En tu casa estás más cómoda./ Coord: ¿Todos están de acuerdo en que es mejor mirar en casa las películas?/Si. / A veces sí, a veces está bueno ir. / Te llama la atención ir al cine, más emoción que hay, aparte una película nueva y eso, te llama mucho la atención la propaganda y querés verla y la mirás. / Aparte que es diferente todo, los sonidos y eso.Pero no es lo mismo todos los días mirar en tu casa que un día te dicen “ah, vamos a ir al cine”, como otra cosa, capaz que lo podés hacer en tu casa, pero no se. Coord: La diversión es ir al cine en ese momento, pero películas se miran igual ¿es eso?/ Claro./ Coord: ¿Y como hábito, es una excepción ir al cine?- Claro. / Paseo./ Es como un paseo, porque si la tenés que mirar a la película te la bajás y no se./ Coord: ¿Bajan las películas, las compran, las alquilan? ¿Cómo es la historia con la películas? / Y las alquilamos. /Yo desde que bajo no alquilo. / Coord: ¿Las miras on line? / No, las bajo y las descargo.(Jóvenes. Salto)*

Para los jóvenes de distintas ciudades de la frontera ‘bajar’ películas es una práctica recurrente que plantea la inmediatez entre el estreno a nivel internacional y el interés por acceder a la misma.

Ver películas en el hogar también plantea una relación más individualizada e inmediata con la filmografía. Para aquellos a los que les significa ver películas con amigos replantea la sociabilidad en términos de círculos más reducidos de amigos que refuerzan su relación más que un tipo de sociabilidad más amplia como la que se tiene a la hora de ir al cine y compartir la experiencia con otras personas de forma colectiva pero no integrada.

## **Cine nacional ... mito o realidad. El imaginario del público de frontera**

El cine nacional tiene una historia propia que deja en evidencia una serie de recorridos en el ámbito de las industrias culturales nacionales.

En primer lugar, en términos de condiciones de producción el cine nacional se ha tornado “una industria creativa” floreciente en la última década. En los años '90 se produjeron en el país veinte films de ficción de larga duración<sup>2</sup> y en los años 2000 la producción se multiplicó varias veces—según datos de la Film Commission (Radakovich et al: 2010).

En segundo lugar, en lo que hace al contenido de la producción cinematográfica de los años recientes se pueden rastrear temáticas que van desde la identidad nacional con sus costumbres e idiosincracia hasta ficciones en géneros como el terror, los “thriller” y la acción. Representan estos géneros muy bien producciones como *Whisky*, *25 Watts*, *El Baño del Papa*, *En la Puta Vida*, *Miss Tacuarembó* y muy recientemente *Reus* y *La casa muda*.

En general, el cine nacional se vuelca más a la producción artística que industrial, persisten los temores de un cine “que no quiere verse en el mercado” y prefiere no etiquetarse ni formatearse, configurándose como un cine de autor en la mayor parte de su producción.

En términos de reconocimiento público, los festivales han mostrado que se trata de producciones valiosas. Por ejemplo, la película *Whisky* ha recibido múltiples premios como el Goya a la mejor película de habla hispana (Madrid 2005) entre otros tantos. A nivel nacional, se han multiplicado los festivales que abren espacio para la exhibición de las películas nacionales junto a producciones independientes con perfil temático específico.

Por último, el cine nacional es una realidad cada vez más tangible gracias a una institucionalidad y un mecanismo de apoyo sólido que lo ha viabilizado. Desde 2008, a partir de la Ley de Cine y Audiovisual se crea el Instituto del Cine y el Audiovisual (ICAU) con mayores potestades en términos de gestión y elaboración políticas audiovisuales que las instituciones precedentes, consolidando un fuerte sistema de incentivos y premios a la producción.

Aún así, los datos de la última encuesta de Imaginario y Consumo cultural muestran que pocos han visto cine nacional en ámbitos especializados como son las salas de cine y existe una amplia diferencia a favor de Montevideo en relación a los que expresan haber asistido a salas de cine para “ver cine nacional” en el Interior del país. Tanto en Montevideo como en el Interior, aquellos que han visto cine nacional han accedido principalmente a través de la pantalla chica y son muy pocos los que han bajado de internet las películas.

<sup>2</sup> Larga duración refiere a más de sesenta minutos de filmación.

## Lugar donde el público ha visto cine nacional (Montevideo-Interior)



Fuente: Radakovich: 2010, 101 En: Dominzain et al: 2010

Estos datos son reveladores porque han sido pocas las iniciativas de la televisión uruguaya de emitir las películas nacionales. En estos momentos justamente se emite en Tv Nacional –Canal 5- de carácter público-estatal, el ciclo “El cine de los uruguayos” que apunta justamente a corregir en parte este déficit.

Más allá de que la televisión sea la principal vía por la que los uruguayos acceden al cine nacional, cabe destacar que en las salas de cine los espectadores han fluctuado a lo largo de los últimos años, vinculados también a la variación de la oferta anual de films nacionales. De acuerdo a un estudio realizado en el marco de la Dirección de Industrias Creativas (DICREA) en el Ministerio de Educación y Cultura (MEC) acerca de la asistencia del público a ver películas nacionales en salas comerciales existe una respuesta heterogénea del público –con altos y bajos- frente al incremento de la producción cinematográfica nacional. La asistencia promedio a las salas para ver cine nacional se ubica en el entorno de 14,830 espectadores –de acuerdo a cifras del ICAU-. Uno de los picos de alta asistencia se ubica en 2003 con casi 100.000 espectadores disminuyendo a la décima parte para el 2006 y volviendo a los valores de 2003 en 2008.

Si bien estas cifras no son particularmente alentadoras cuando se les compara con la taquilla de cine norteamericano cabe destacar que los espectadores de cine nacional superan los espectadores de películas argentinas, españolas y francesas. Entre las películas más vistas en salas de cine comerciales se encuentra “En la Puta Vida” -140.000 entradas vendidas-, “El Baño del Papa” -68.409 entradas vendidas-, “El viaje hacia el mar” -56.351 entradas- y “Whisky” -55.880 entradas vendidas-(DICREA). Más recientemente la “Casa Muda” ha logrado en sus primeras dos semanas de exhibición 7.370 espectadores y “Reus” ya superó las 25.000 entradas vendidas.

No obstante lo dispar de las cifras de asistencia del público a ver cine nacional en salas, la oferta cinematográfica reciente ha conseguido ubicarse

en el imaginario nacional como parte de nuestra identidad. A este respecto, parece que el cine nacional no es ajeno a los ciudadanos que sostienen que el Estado debe continuar y aumentar el apoyo al cine nacional. En las Encuestas sobre Imaginarios y Consumo Cultural de 2002 y 2009 (OBUPOC) se consultó acerca del apoyo que el Estado debe otorgar al cine nacional, encontrándose en ambas consultas que las respuestas se dividen fundamentalmente entre quienes consideran que debe aumentar (cuatro de diez) y aquellos que creen que debe mantenerse (cuatro de diez). De acuerdo a estos datos, tanto en Montevideo como en el Interior, el apoyo estatal al cine nacional se considera necesario.

Al comparar se destaca en el Interior un menor interés al aumento de las políticas estatales de apoyo a la cinematografía nacional, aunque como contrapartida expresan un interés pronunciado por tener en las pantallas de televisión más cine nacional. De cualquier forma, para muchos en el Interior del país, el cine nacional es un perfecto desconocido o un fantasma que se evita porque no encaja entre sus gustos e intereses cinematográficos.

### **Aquel desconocido, el fantasma del cine nacional**

Más mito que realidad, el cine uruguayo aparece como un fantasma para aquellos que viven en contexto de frontera a lo largo del país. No se trata de un desconocimiento generacional, ya que al ser entrevistados jóvenes y adultos manifiestan un mismo clima de opinión ¿cine uruguayo? ¿Hay cine uruguayo?

Entre aquellos que admiten su existencia, pocas son las experiencias con las que cuentan para evaluar sus características. Asimismo, la perspectiva del público de frontera revela un fuerte desencuentro entre intereses cinematográficos y características de los films a los que accedieron del denominado “cine nacional”.

*Coord: ¿Alguno ha visto cine uruguayo?-No.- Compré una película una vez y me arrepentí (risas).-Coord: ¿Cuál?-Ni me acuerdo, del comienzo al fin no tuvo sentido, cuando terminé me quedé así, ay Dios.-“El Baño del Papa” es la única que vi.-Yo la miré y no me gusto, o sea, no se si la terminé de mirar.-No la entendí. -Coord: ¿Alguien más vio “El Baño del Papa”?-Si, yo la vi. -Coord: ¿Y qué te pareció?-A mi me parece que estaba acorde la producción con lo que se mueve de dinero en el cine uruguayo que no es mucho, entonces era de esperarse que tampoco hubiese mucho más, que me parece que ese es el problema, que también nadie conoce mucho del cine uruguayo porque no hay (inaudible)-La producción estaba buena, yo no la entendí.- Es*

*que la estructura, la secuencia no es la misma lógica que sigue el cine americano. -Claro, es diferente, uno está acostumbrado si. - Una cosa más liviana de repente, más entendible, más captable. -Coord: ¿Vos la viste también, que te pareció?-No se, no es el tipo de película que me gusta mirar.-Coord: ¿Alguna otra película uruguaya que hayan visto, que recuerden?-"Conociendo al mar".-Ah, esa yo la vi también.-No es que no me haya gustado pero no es una cosa que me...hubo partes que sí, pero...es como todo muy lineal, muy monótono. Pero ta, dentro de las películas uruguayas estuvo buena. (Jóvenes, Rivera)*

En primer lugar, perciben los argumentos y la trama de las películas a las que accedieron como sin sentido –“no tuvo sentido”-, complejas –“no la entendí”-, desmotivantes –“no la terminé de mirar”, “monótona”-. Asociado a ello, se argumenta una “secuencia” o lógica narrativa diferente a las películas que suelen mirar-básicamente norteamericanas-.

En segundo lugar, destacan problemas en el nivel de la producción que revela una producción de “bajo costo” con la consecuente poca “espectacularización” de la escenografía, exteriores, perfil de los actores, etc.

*“-Coord: Si tuvieran que definir al cine uruguayo, dirían que es ¿cómo?-Jodido (risas).-Que muestra lo que somos nosotros los uruguayos, por eso yo decía que no había entendido, no es parecido a otras cosas que nosotros somos tan distintos a ellos. Muestra más la complejidad, o sea, lo complejo que hacemos nosotros las cosas.-Es verdad. -Coord: ¿El resto que piensa?- En realidad, porque a mí no me gusta mucho ficción, esas cosas no me gustan, lo que tiene el cine uruguayo es la cosas que te muestra de la realidad y el esfuerzo de la gente para hacerlo, eso es lo que vale, no importa si son películas feas, malas, si aburren, lo que importa es el esfuerzo, la garra y los huevos que pusieron para hacer la película, eso es lo que importó. Porque no me acuerdo donde escuché “¿Qué película es, que película hizo?, vendieron un auto, un amigo vendió un auto, hizo la película y la vendió para un montón de canales, la hicieron como amigos por el afán y el gusto de hacer cine, y eso fue lo que valió, fue la intención, eso es lo que importa. -Coord: ¿Pero igual es feo, es malo y es lento?- Yo no lo específico por feo, malo o lento, yo la*

*única película que vi no me llamó la atención, no la entendí, no por eso voy a excluir el cine uruguayo.” (Jóvenes, Rivera)*

Además, cuando se reconoce la existencia de un cine nacional que nos identifica, la asociación de los jóvenes en Rivera parece más que elocuente en cómo se caracteriza tal imaginario cultural nacional:

*Coord: ¿Qué más piensan del cine uruguayo? ¿Cómo son los actores?/ -No los conozco, no miro ni novelas ni películas./ -Yo tampoco. / -Yo no se si son buenas o malas pero yo no estoy acostumbrada, es falta de costumbre de ver esa manera de actuar, es diferente, lo mismo las argentinas. /- Es mucho más carnal que el cine americano, más frontal, hay cosas que aparecen en las películas nuestras que jamás aparecerían en las películas americanas porque.../ - Es realista./ - Coord: ¿Son películas divertidas o aburridas? /-Aburridas./- Coord: Las veces que han visto películas uruguayas ¿se han sentido identificados con esas películas como uruguayos? / -Si, en el razonamiento complicado y de dar vueltas las cosas y no querer hacer más de lo más fácil. (Jóvenes, Rivera)*

El impacto de los jóvenes ante un cine que catalogan como “realista”, “frontal” también asociado a lo “aburrido” y a nuevamente “complicado” hace reflexionar en la intelectualización de nuestro cine, herencia de una cultura artística que ha brillado por autores en el campo literario muchas veces denominados “raros” o por expresiones de alta sofisticación pero alejadas del campo de lo popular y lo masivo.

El cine nacional aparece ante los ojos de los jóvenes en situación de frontera como un laberinto, al que pocos quieren pertenecer.

## **Las condiciones de producción y exhibición**

“Hay dos o tres películas pero no una línea de continuidad” manifiestan algunos. Otros, en una endeble memoria tratan de contar las producciones que han llegado a la prensa y que por uno u otro medio han conocido. Como consecuencia, pocos ven en el cine nacional una industria creativa floreciente. Entre otros aspectos se destaca que para que se considere una industria floreciente debería existir un corpus amplio de producción, que –como se manifestó anteriormente- desconocen.

*“Yo no sé cuantas películas se harán en la Argentina, se harán cien por año y nosotros veremos diez y decimos mirá que linda es esta. En*

*Estados Unidos se hacen quince mil por lo tanto en cantidad vemos las que queremos, hay un montón de porquerías que no vemos. Yo creo que el porcentaje debe ser el mismo quizás entre buenas y malas, va en la cantidad que se hacen...- Digamos que hay una desproporción.-Es que hacen dos y las dos son regulares.-Somos des-conformes.-Y en un país chico con un monstruo que tenemos solamente en Capital ahí –haciendo referencia a Buenos Aires-, más de diez millones de personas, entonces hay un consumismo totalmente distinto.”(Adultos, Colonia)*

En ningún grupo de los realizados en diferentes ciudades de frontera del Interior del país hubo alguien que manifestara conocer más de un 10% de las películas que se han estrenado a lo largo de la década. Considerando que sólo en el ámbito de la ficción de larga duración se estrenaron 53 películas nacionales en los años dos mil, que apenas se registre en la memoria de los entrevistados a lo sumo cinco producciones parece al menos ser un signo de alarma.

*“-¿Sabes cuál es el tema? que acá no divulgan ese tipo de películas, las películas uruguayas acá en Artigas no las divulgan.-Van muy por las americanas.-Americanas y brasileras.- De repente te enterás más por gente que viene de afuera que te dicen y vos quedas así.” (Artigas, Jóvenes)*

Desde el punto de vista de los entrevistados –y ante tanto desconocimiento de la producción nacional- se argumentó recurrentemente que para que el cine sea considerado “una industria” se debería apostar a la profesionalización del sector, otra de las ausencias que perciben los uruguayos consultados.

Como se menciona en el grupo de adultos de Colonia entrevistado el cine nacional parecería enfrentarse a un problema de profesionalización a partir de un mercado reducido y de pocas instituciones de perfeccionamiento en el ámbito de la actuación, dirección y manejo técnico en el ámbito audiovisual. No obstante, en los últimos años se ha ampliado sustantivamente la oferta de cursos orientados a la producción audiovisual en instituciones como la ECU, Dodecá y la propia UDELAR, así como se ha avanzado en la formación de actores no sólo de teatro sino también para televisión y cine.

*Y más actores que nosotros tienen –en Buenos Aires-Y bueno mayor número de gente.-Mejores productores, mejores todo.-Más lugares donde el actor se pueda perfeccionar.-Claro, hay colegios para actuar, hay escuelas.-Han aprendido mu-*

*cho lo que son efectos especiales.-Te puede gustar mucho el teatro pero no tenés medios para ir a Buenos Aires...(Colonia, Adultos)*

Aquellos que han visto películas nacionales manifiestan que parecen “amateur”, que los “actores parecen de teatro” y por tanto, que las condiciones de producción distan de lo que ellos conocen como ‘industria cinematográfica’. Al mismo tiempo resulta bien valorado el “esfuerzo” de producir una película en el país con las limitaciones que se tienen.

*Coord: Tu sos el único que vio “El Baño del Papa”, ¿cuál es la impresión, es un cine para quién? Es real, dijiste, ¿qué más? ¿la actuación? Es un cine de bajo costo porque no tiene actores de renombre, el Director tuvo la genialidad de adaptar a la gente del pueblo a que trabajaran como actores, eso me parece espectacular.-Solo en el Uruguay! (Artigas, adultos)*

Algunos asocian el cine industrial al cine de Hollywood pero otros también perciben las características de un cine desarrollado en formato industrial en los vecinos países –Argentina y Brasil-. Queda en claro que poderosas industrias culturales como son las de Argentina y Brasil reflejan un fuerte contraste para el público de las zonas de frontera cuando se aproximan el cine nacional.

Para los colonienses consultados se trata de un problema de apoyo económico y medios de producción así como un desencuentro con el público en términos de temáticas abordadas en los argumentos de las películas. Como siempre en el Uruguay la política aparece en el centro de la escena, quizás como un potencial tema a abordar desde la ficción cinematográfica.

*Coord: Nosotros estábamos en ¿Cómo mejoramos el cine nacional para que nos produzca una cosa afectiva como nos producen otras? -Si los apoyan, si les dan medios.-Capaz que temas tal vez no han encontrado todavía.-Creo que no está siendo explotado como debería.-Mañana hacen la película del nacimiento del Frente Amplio y capaz que hay un consumismo impresionante porque se ven las tuseras, por donde anduvieron. No lo digo por el Pepe, yo digo...-Por el tema.-Por el tema justamente que puede ser un tema a consumir porque hay muchas generaciones como mis hijas que no lo vivieron.-Por suerte.-Yo en realidad lo miré de costado a la dictadura y todo (...) -Yo entré a una tusera porque había allá en Flores. (Adultos colonia)*

*“Lo que pasa es que se precisa mucho apoyo porque sale muy caro, si la gente lo apoyara podrían*

*filmar muchas más películas porque la idea que tienen y la manera que tienen es como, la forma de filmar me parece que es mejor, no es tan chabacana como la del cine argentino, como que es más serio.-A mi me parece que los productores uruguayos que yo he visto por la tele así, buscan tener un estilo.-Eso ¿no? -Muy rebuscado es el cine.-Entonces lo veo todavía medio raro, no es lo que de repente me gusta, a veces los uruguayos somos de una manera y me parece que como que ellos quieren...-Desviarse de lo que es el argentino, el cine de otros.-No, no se.-No es representativo.-Que fuera más popular, que nos reflejara más como somos nosotros, lo que pasa es que ellos, yo pensaba lo mismo, que es que si nos refleja bien así vamos a quedar parecidos con los argentinos, entonces ellos buscan la forma de ser pero mejor. Somos como somos nosotros sí, pero mejorar un poco, por eso digo que es mejor que el cine argentino.-Yo he visto cortos así, cortometrajes y no se por qué me parecen raros cuando los veo, me parece como que no son, no sé, capaz que no entiendo. Además los productores son más jóvenes que yo, entonces de repente tienen otra mentalidad.(Salto, adultos)*

Pero para muchos, el cine nacional en términos de repertorios y géneros se desencuentra con el público uruguayo que –como los entrevistados- tienen expectativas e intereses diferentes a los que les plantean las propuestas más conocidas del cine uruguayo. Algunos justamente señalan que debería ser “más popular” y más comprensible, menos laberíntico aunque se reconoce que trate de diferenciarse frente al cine argentino sobre todo.

## **La invisibilidad como resultado del desencuentro de intereses y gustos culturales...**

Para muchos uruguayos la acción, los westerns y los policiales son el eje de su interés cinematográfico. Con un sesgo femenino aparecen las comedias y el romance.

*Coord: ¿Qué tipo de películas les gusta ver?-Acción.-Policiales.-Me gustan mucho las películas de la época medieval.-¿Las películas romanas?-Esas.-A mi me gustan de casos reales, de guerra de esas cosas nada, no, por favor.-A mi me gustan las películas de homicidio.-De Far West ya no hacen más, ya no encuentro más, ya las vi todas.-Coord: Ahora tenés una ganadora de 2 Oscar, de los hermanos Cohen, que se llama, no me*

*puedo acordar ahora.-Es una que reeditaron, si, como es...Coord: "Temple de Acero" creo que es. ¿A nadie le gusta las comedias?-Lo que pasa que acá miran muchas comedias brasileras, muchas novelas brasileras.-A mi me gustan mucho las películas de Franchella que generalmente casi todas son comedias.(...)-Coord: ¿Romances, no les gustan los romances?-Romances también.-Veíamos las novelas. (Rivera, Adultos)*

Entre las películas que más impactaron se mencionan filmes clásicos como "Lo que el viento se llevó", "Las sandalias del pescador" con Anthony Quinn o "En busca de la felicidad" con Will Smith hasta otras más recientes como "La laguna azul", "Sexto sentido", "La vida es bella", "Amelie", "La pasión de Cristo" o "Titanic". Los más jóvenes destacaron también "King Kong", "El hombre araña", "El exorcismo de Emily Rose" y "Harry Potter".

Entre las opciones tomadas por los entrevistados a la hora de mencionar las películas que les han marcado en sus vidas, al menos pueden reconocerse géneros predilectos y tipos de narrativas, así como un origen claramente vinculado a Hollywood y un dejo nostálgico de producciones que cuentan con varias décadas en muchos casos.

Tanto a partir de unas u otras inclinaciones, el cine nacional –donde es poco común contar con estos géneros filmicos- resulta al menos muy distante de los registros cinematográficos predilectos de esta población.

## Sobre gustos

El desencuentro entre gustos cinematográficos y oferta nacional es claro en el discurso de los entrevistados. El problema se revela cuando se argumenta que en el video club se presentan las películas nacionales pero no resultan atractivas.

Algunos opinan luego de haber asistido a ver alguna película nacional y reafirman que no les gustó o que a partir de allí pueden generalizar y manifestar "no me gusta el cine nacional/uruguayo". Otros espectadores que han incurrido en asistir a varias películas nacionales también coinciden en el desinterés por las narrativas y géneros.

El siguiente grupo de entrevistados va a anunciar el desencuentro entre sus gustos y el cine nacional, señalando su inconformidad con tres producciones muy distintas como "25 Watts", "El Baño del papa" y "Chevrolet" argumentando el énfasis costumbrista que no termina de atraerles.

Algunos valoran de forma positiva aquellas películas que como "En la Puta Vida" retratan una temática social importante para un período del país o incluso para la realidad cotidiana que les toca vivir. En el caso de "En la Puta Vida" se trata de la emigración y la falta de oportunidades,

aspectos en los que se reconocen y por los que valoran la película. “Corazón de fuego” y “El viaje hacia el mar” también les seducen por razones diferentes. En estas dos últimas se destaca la escenografía y el paisaje. Los entrevistados valoran ver en una película un paisaje nacional e incluso su propio departamento o ciudad.

*Coord: ¿Y del cine uruguayo que me pueden decir? / No me gustó. “25 Watts”, “El Baño del Papa”. / ¿Existe? / “El Baño del Papa” vi yo. / “Chevrolet”, ninguna de las tres me gustó. / “Mal día para pescar”. / Aquella del contrabando en Melo./ Esa es “El Baño del Papa”. / “En la Puta Vida”./ Esa. / “En la Puta Vida”./ Yo la vi a esa, acá en el cine de acá./ Esa fue una gran película./ Si./ Digamos que “En la Puta Vida” reflejó una época en que cuando todos estaban emigrando, que de repente encandilado por las luces de España uno se encontraba con una realidad totalmente diferente, te discriminaban. Tengo muchos amigos que han pasado muy mal, y bueno, en eso con esta película reflejaron la verdadera historia digamos /Claro./ Las otras, más allá de lo que son las costumbre de la gente ahí, que están ahí sentados en el muro, no haciendo nada, yo que sé, todo lo demás, la madrugada, dale vení, yo que sé me pareció algo así como muy.../ Insulsa. / Si, insulsa. No, no, no...sin contenido./ Ahí esta, “El Baño del Papa” lo mismo./ No me llenó para nada ¿entendés? / Es como la ambición de la gente de decir, poniendo todo para hacer algo, para ser rico, no se, una ilusión, una utopía porque el Papa que estuvo diez minutos, dice que vendieron todo y se quedaron sin nada. Yo que se, me parece que.../ Estuvo aquella otra de la locomotora con.../Ah, “Corazón de fuego”./ Esa fue muy buena película. Uruguaya y filmada.../La que van a la playa./ “El viaje hacia el mar”./Yo creo que cuando yo miraba la película uruguaya es lindo ver cosas de uno, porque en esa película ver un uniforme policial uruguayo, o reconocer un paisaje. “En la Puta Vida” al final cuando están en la rambla de Pocitos, es lindo ver cosas de uno./ Y en esta que filmaron acá en Colonia. (Colonia adultos)*

A través de los distintos grupos de entrevistados pueden reconocerse ciertos intereses comunes a la hora de evaluar una película en relación a sus contenidos, género y forma. ¿Qué seduce a los entrevistados del cine na-

cional que conocen o de aquel que se les presenta en esta investigación?

En términos de géneros y narrativas, algunas películas resultan más atractivas que otras. Coincidentemente con la discusión presentada en el grupo de entrevistados de Colonia, en otras ciudades se destaca *“En la Puta Vida”* como una de las películas nacionales que goza de mayor popularidad y simpatía en la frontera. Situación similar muestra el *“Baño del papa”* que logra cautivar a muchos de los entrevistados de distintos contextos fronterizos a nivel nacional.

*“En la Puta Vida”* fue una película realizada por Beatriz Flores Silva. La misma tuvo importante repercusión cuando fue estrenada en 2001 con 140.000 espectadores, convirtiéndose en la película más taquillera de la historia del cine nacional.

*La película versaba sobre Elisa –una joven madre soltera- que sin recursos termina trabajando como prostituta. Conoce al proxeneta Plácido y se enamora de él. “Junto a él y su amiga Lulú se instala en Barcelona esperando ganar “miles de dólares” y lograr su sueño de montar una peluquería. Pero las decepciones no cesan: trabaja en la calle, Plácido la maltrata y las peleas entre prostitutas uruguayas y travestis brasileños se tornan violenta. La muerte de Lulú obliga a Elisa a decidir entre su idealizada lealtad a Plácido y la dura realidad, lo que supone que empiece a colaborar con un policía de buen corazón.” (Film Commission, 56)*

Entre los argumentos que se mencionan a favor de este film se destaca el valor de perseguir un sueño, de luchar por seguir adelante, el esfuerzo y la realidad de una vida que no tiene grandes opciones. Situación que resulta familiar en contextos deprimidos económicamente como varios de los recorridos para esta investigación.

*Coord: “En la Puta Vida” todos saben de que se trataba, ¿todos la vieron en algún lado o casi?- Ni idea tengo. -Es cuando la llevan engañada a España y cuando ve que era para prostituirse se quería venir y le habían sacado el pasaporte y...- Hasta yo la vi. (Colonia- Adultos)*

*“En la Puta Vida”. -Esa. -“En la Puta Vida”. -Yo la vi a esa, acá en el cine de acá. Esa fue una gran película.- Si. (Artigas – Adultos)*

*“Esa tiene color.-(risas).Es un quilombo. Es. Hacen fila.-(risas).Que tipo. Coord: ¿Es una película que irían a ver o no? ¿Qué les pareció? Que*

quilombo es. (risas). ¿Es uruguaya también?  
 -Coord: Es uruguaya.-Me pareció graciosa.-Por la expresión. Si. ¿Cómo decía cuando empezó? De luchar, yo digo que es la única manera de poder vivir, de hacer plata, que se yo, la única manera de ella. -No consigue trabajo y tiene eso para hacer.- Por ahí no le gusta pero no queda otra. -Claro. -Coord: ¿Es una película que les interesaría ver o que no? ¿La alquilarían? - Si.-No para enseñarnos cosas, yo no tengo nada en contra de las mujeres que hacen eso.-Que sacrificio porque a veces no es solo porque... porque ta, no tienen otra. -Coord: ¿Qué les pareció la actuación por ejemplo?-Buena.-Graciosa.-Yo nunca había visto una película uruguaya y para verla me pareció buena.-A mi me pareció también, me gusta verla toda.-Si, a mi también.-¿Cómo se llama? -Coord: "En la Puta Vida", es de Beatriz Flores Silva y debe tener unos diez, doce años". (Artigas, Jóvenes)

"Fragmento de "En la Puta Vida". Coord: ¿Esto? -Bien ordinaria la muchacha (risas). -Coord: ¿Habían visto algo de esta película? ¿Sabben cómo se llama?-No.-Coord: Se llama "En la Puta Vida", es de Beatriz Flores Silva y debe tener unos quince años... -Ah.-Ah, sí, me suena. -Coord: ¿Qué les pareció?-La vieja ridícula.-A mi me está causando gracia, no sé. -Coord: ¿Qué más me pueden decir de esta película? (...) -No, no es mala.-Está bien, no está tan mal hablada así, o sea, habla cosas ordinarias capaz...-Es famosa acá ¿no? -¿Es conocida? Yo me acuerdo o hay alguna que se llama igual. -Coord: No, es la única que se llama así. -Sí, me re suena. -Coord: ¿Alguna vez la vieron en la tele o lo que sea?-No -No, nunca la vimos. (Artigas – Adultos)

A partir del tráiler de la película que se emite en la entrevista colectiva se destacan escenas en las que aparece un cierto humor en la forma como se presenta a los personajes, lo que deja una sensación de liviandad que resulta atractiva para muchos a pesar de la trama de mayor profundidad y sordidez que trata la película.

"El Baño del Papa" fue una película realizada por Enrique Fernández y César Charlone y estrenada en 2007. Si bien tuvo un menor impacto de público que "En la Puta Vida" es una de las películas de mayor taquilla del cine nacional de los últimos años. Brevemente, el argumento de la película plantea:

*“En Melo, un pueblo frontera con Brasil, muchos hombres viven del contrabando que hacen en bicicleta. Uno de ellos, Beto, está demasiado viejo para las pesadas cargas que debe transportar. Sueña con comprarse una motocicleta. Ante la anunciada visita del Papa a la ciudad, decide construir un baño público en el frente de su casa con la esperanza de volverse casi rico ante la avalancha de católicos brasileños que llegarán al pueblo.” (Film Commission, 27)*

El valor que se le da a esta película se asocia por una parte al retrato realista de la gente humilde de una ciudad del interior del país como Melo, a la ilusión colectiva que generó una posible fuente de ingresos –como la visita del Papa- y al “rebusque” del personaje principal, algo que se reconoce sumamente “uruguayo”.

*Coord: A los que vieron “El Baño del Papa” ¿qué les pareció?-Es interesante.-Que hablaban como en Melo me gustó a mí.-Que es re pueblo de viejitos.-Claro, pero es bien real, según lo que me dice mi padre que así tal cual pasó, vino el Papa estuvo un ratito y se fue. -Y todo lo que tiene que pasar para hacer ese baño, o sea, todo el esfuerzo, eso me gustó-No solo el baño, después ves toda la gente que compró comida para vender y compraron quilos y quilos.-Estaban contentos porque era la novedad de ese momento.-Claro.-Y cómo nos rebuscamos los uruguayos.-Si.-El tema de ir a buscar las garrafas.-Y que eso es lo normal que tu lo ves haciendo desde otro lugar y eso te parece real.-Coord: ¿Se sintieron identificados como uruguayos?-Si. (Jovenes, Maldonado)*

*Fragmento de “El Baño del Papa”. ¿Esa no fue filmada en Cerro Largo? En Melo. Coord: ¿Qué les pareció? Está buena para alquilarla. Ella tiene su gran mensaje, transmite una realidad de vida Que acá la vemos todos los días (risas), la gente pasado ahí por el puente, ahora no en bici sino que en camioneta, en la moto, antes era en bicicleta, el carro, el pasar con la carretilla.Coord: ¿Se sienten identificados-Mi esposa estuvo seis meses en Melo, cuando vio esa película me decía “es bien así, los bagayeros allá andan en bicicleta y por el medio del campo hacen no se cuantos kilómetros”.-Uno ve los tipos en la moto, con seis garrafas arriba de la moto.-Si, es un medio*

*de vida.-El tipo vendió el terreno para eso.-Coord: Esther dice "está buena para alquilarla" ¿el resto que piensa? ¿les gustaría verla o no? ¿les tienta o no?-No, a mi no porque no soy fanática de las películas.-No.-No tengo constancia. Yo me duermo(...). (Adultos, Colonia)*

*"El Baño del Papa" está linda porque tiene mucho de la vida cotidiana, es real. (Salto, Adultos)*

*Fragmento de "El Baño del Papa". Coord: ¿Qué les pareció? ¿Es una película cómo? ¿Les tienta, no les tienta?-Y muestra la realidad porque venía el Papa y creyeron que iban a hacer cobayos para vender, que iban a lucrar, que iban a hacer plata, armaron tiendas, hicieron de todo y quedaron sin...-Para mi es el reflejo de la Copa América de nosotros.-Copa América del 95.-Pero viste que también en ese caso fue un crecimiento para la gente ¿no?-Ta pero yo no alquilé.-Fue una escuela cuando estuvo la Copa América.-Una escuela muy mala porque hubo gente que quedó endeudada.-Y bueno, pero también invirtieron, porque el que arregló las casas.-No pero invirtieron con plata prestada, mucha gente, entonces yo conozco mucha gente que se endeudó comprando de todo. Ahí está una cosa que pasa en el Uruguay, y particularmente pasó acá, que te crees que vas a quedar rico en el día o con pocos días.-Con poco trabajo.-Y si una taza de café te costaba dos pesos te la venden a cincuenta,...)-Coord: O sea que se ven en algún lado identificados. Exactamente.-Coord: ¿Qué me pueden decir de la actuación?-Somos buenos actuando.-Yo no entiendo nada de actores pero a mi me gusta como actúan. -Coord: ¿Es lenta, es rápida, es aburrida, es divertida, es gris, es colorida, es profesional, es poco profesional?-Yo las dos que he visto son muy grises. La mayoría de los uruguayos son grises.-Coord: ¿Qué dice el resto?-Si, lo mismo. Me gustó pero si me preguntás quien trabajo, como se llamaba, ni idea, no me quedó para nada.-Ah, yo me olvidé. (Adultos, Rivera)*

*Fragmento de "El Baño del Papa".-Coord: ¿Qué les hace pensar esta peli? ¿Qué sensación les dio?-A mi me pareció que la calidad no es la*

*misma que otras películas pero eso es la realidad de lo que pasó, capaz otras películas te inventan o yo que se, o son basadas en hechos reales pero esto es la realidad de lo que pasó en su momento.-Es como más tipo documental me parece a mi.-Si.-Pero el sonido es feo, las voces.-La calidad no es la misma.-Claro, lo que pasa es que hablan mal.-Yo hablo mal por ejemplo.-Coord: ¿Hay algo que les haya gustado?Lo que el dijo.-Coord: Que era una cosa real.-Capaz no se basa tanto en fantasía o en efectos especiales y esas cosas.-Coord: Se sienten identificados ustedes con el cine uruguayo? -No.*

“Miss Tacuarembó” es una película dirigida por Martin Sastre y estrenada en 2010 cuyo género es la comedia musical y se basa en una novela escrita por Dani Umpi. Su argumento se centra en:

*“Natalia, una niña que crece durante los años 80 bajo la influencia de la telenovela Cristal y la película Flashdance en la lejana y pequeña ciudad de Tacuarembó, Uruguay, descubre que ser coronada Miss Tacuarembó es su única posibilidad de dejar atrás su aburrido pueblo natal y emigrar a una gran ciudad donde poder ser una estrella”. (www.escribiendocine.com/peliculas/miss-tacuarembó)*

La película tiende a ser valorada como “más profesional”, “más espectacular” no obstante también se critica su argumento como “un bolazo” –ridícula-, “mamarracho”. La trama aparece para los grupos entrevistados como “fantasiosa” mientras que señalan que prefieren lo que parece más “real” –algunos en referencia al Baño del Papa-.

*Coord: ¿Y esta película, les interesa o no les interesa?-No. -Para mí no.-Es una fantasía.-A mí no.-A mí un poquito.-Todo fantasía. Si pones las tres películas juntas de las películas uruguayas que estamos hablando como que estas dos últimas - En la Puta Vida y Miss Tacuarembó- tienen más de cine, más actuación, mas escenografía, ves que existe más tecnología también que la primera, “El Baño del Papa” es muy digamos, muy básica, parece que fue hecho con una o dos cámaras y es más real. -Coord: ¿Qué piensa el resto?-Todo lo que es más real impacta más, a mí me parece. -La última esta me suena a...-Bolazo (risas).-A fantasía, entreverado, algo particular, individual, si bien “El Baño del Papa” por lo que pude ver en la sinopsis es más bien el impacto en grupo de*

*gente, no es algo que por ejemplo Natalia tiene un sueño de ser cantora. (Adultos, Artigas)*

*Coord: "Miss Tacuarembó" no la nombraron. ¿Alguien oyó hablar de esa peli? ¿Cómo?-"Miss Tacuarembó".-Natalia Oreiro. -Ah no, no la vi.- La sentí nombrar.-No, yo no la trago.-Por lo que yo vi era muy fantasiosa porque se disfrazaba con poderes, era media fantasiosa, con unas alitas tipo angelito.-Yo no se si tuvo el éxito que pensaban.-¿Pero ya la dieron a esa? -Si, si.- Debe hacer un año por lo menos. -Está en video ya.-Yo ni sabía. Tiene mucha cantidad de cosas.-Yo sabía que eran sueños, eran cosas...Muy entreverado todo.-Yo pensé que era un concurso.-Creo que es una producción con España ¿no?-Coord: Creo que si. ¿Qué les parece eso? ¿Es interesante, es diferente? -Yo no entendí nada.-¿Fantasiosa?-Coord: No los veo muy entusiasmados eh. No, para nada.-Bien entreverada, cualquier cosa.-No me llama la atención ni para verla ni para nada.-Yo me pensé que era un concurso de belleza, pero de eso ni idea tenía. Confusa.-Yo también cuando vi la sinopsis vi que, en la televisión estuvieron comentando una vez. Me pareció un mamarracho. (Adultos, Rivera)*

*Coord: ¿Qué piensan de esta película?-Yo no la vi pero escuché la critica que era una película de cine uruguayo importada de Argentina, con productores argentinos, con actores argentinos, fue el comentario que yo escuché. -Coord: ¿Qué le pareció al resto?-Alegre.-Tiene más luces, como entretenida.-Más brillo.-Que lo que tenía uruguayo era Natalia Oreiro.-No se hasta donde.-Que ya está exportada.-Si.-Es mas de allá que de acá. -Coord: ¿Es una película uruguaya esta?-Para mi no se.-Si se hizo en Tacuarembó tiene que ser uruguaya.-Habla de Uruguay... ¿Se filmó en Tacuarembó, toda?-Toda no, creo que no.-En algunos lugares. Coord: ¿Es una película que les tentaría ver o no?-Si.-No.-A mi si me gustaría. -Coord: Cosa que no te pasó con las otras. -No, yo lo que hablo es que desconozco, lo que uno no conoce no puede decir que no le gusta. Sería toda una novedad ver películas uruguayas.*

Todo lo que esta película se aprecia como un valor también se asocia a que su producción se comparte con Argentina y España, mientras que el Uruguay aparece en la locación y la actriz principal.

Por último, películas como “25 Watts” y “Whisky” ambas de Pablo Stoll y J.P. Revella también estrenadas en el país a principios de los años dos mil –la primera en 2001 y la segunda en 2003– tuvieron gran impacto en la crítica nacional y un fuerte éxito a nivel internacional a nivel de los festivales internacionales de cine donde resultaron premiadas. Ambas películas constituyen un “hito” en el cine nacional en torno a un “nuevo estilo” a la hora de producir cine nacional. No sólo se trata de producciones de bajo presupuesto sino que plantean –aún sin quererlo explícitamente– un retrato de una cierta idiosincrasia nacional en un tono minimalista, intimista, realista.

Ambas películas –y en particular “25 Watts”, de la cual se emitió el tráiler para los distintos grupos de entrevistados– resultan menos consensuales en su valoración. 25 Watts plantea una historia sobre jóvenes que viven en Montevideo. El argumento se puede resumir como sigue:

*“Montevideo, sábado, 7 de la mañana. El Leche, Javi y Seba todavía no se fueron a dormir. El Leche acaba de pisar excremento de perro y está convencido de que por eso la mala suerte lo va a seguir. Debe un examen de italiano, el último que le queda para terminar el liceo. Estuvo preparándolo con una joven profesora de quien se enamoró y eso es lo único que le preocupa. Javi ya terminó el liceo, pero no entro a ninguna facultad. En unas horas tiene que irse a trabajar. Su jefe no deja de darle sermones sobre la responsabilidad y a él, lo único que parece importarle es su novia. Seba es un pibe callado, el menor de los tres. A pesar de su pasividad, los personajes y situaciones más extrañas parecen perseguirlo. Un sábado de verano. Un montón de pibes que no hacen nada, más que dejarse ganar por el domingo.” (Film Commission, 53)*

Como se trata de un cine de autor con las características antes mencionadas parece alejarse más de las películas a las que el público de frontera que fue entrevistado está acostumbrado –fundamentalmente aquellas que provienen de Estados Unidos y la industria hollywoodense–. La trama, el argumento, el tono, la velocidad, la actuación, todo es puesto en cuestión.

*Fragmento de “25 Watts”.Coord: ¿Esta les interesa o no les interesa? Dedo para abajo Luis ¿el resto?–No.–No me gustó. –Coord: ¿Qué no les gustó?–Será porque la vi de a pedazos, hay películas que en el comienzo parece un disparate pero después la seguís mirando y uno va entendiendo.–El argumento en si de la película, porque si no está bueno el argumento no podemos, a mi no me gusta.–De esta parece que es buena, como natural.–(inaudible),(...) Parece que exis-*

*tierra más realidad que en las otras dos si, pero estaba sorda, escuché muy poco.-La recomienda el video que es buena. (Adultos, Artigas)*

*-Típica uruguaya. (25 Watts) -Coord: ¿Por qué? No se, creo que si me ponés tres, es el típico, te digo cual es la uruguaya, no se, te das cuenta, no se por qué. Porque siempre son así, hay gurises, no se, la forma de vestirse, las cosas que hacen. Siempre me pasa que cuando veo, veo lo mismo.-Yo me di cuenta que era uruguayo porque estaba la camiseta de Peñarol (risas.- También. -Coord: ¿Es típica película uruguaya o típico del uruguayo?-Es típico de lo uruguayo. Coord: ¿Eso es el Uruguay? ¿Se ven representados acá en algún lado?-No, porque ahí no hay gente como nosotros. La capital es otra cosa que el interior. Somos distintos los del interior a los de la capital. -Los reconoces, vos los ves y te das cuenta que son un grupo de chiquilines que ta, serán de acá, serán de allá pero te das cuenta que son uruguayos, no sé por qué. -Coord: ¿Qué más me pueden decir de esta película? -Eso es lo que extrañamos también, porque la imagen no es tan linda, le falta eso.-Son muy caseras.-Eso mismo-Yo no sé si es eso, técnicamente no me animo a decir porque no se.-Yo técnicamente no, es lo que veo.-Pero la imagen sale bien, o sea el tema ese de mover mucho las cámaras es muy común últimamente, juegan con las cámaras y te marean, de repente van de una cosa a otra, eso lo vemos en otras películas también, sobre todo en las argentinas, por eso me doy cuenta que es algo de acá.-¿Y sabes lo que veo? Como que a los chiquilines les falta un poco me parece, le falta a los chiquilines cuando actúan. -Coord: Les falta ser más profesionales? .Si.-A los actores.-Como que les está faltando, no son así, naturales, me parece. Coord: ¿Los hombres que no me han dicho nada? Están re callados. Nunca vi una película uruguaya .Coord: ¿Y qué les pareció esto? Vi poquitas películas uruguayas (...) las que miré me gustaron. Claro, yo por ejemplo "El Baño del Papa" que lo vi, a mi me gustó. Coord: Usted mencionó "Whisky", ¿le gustó? Si, me gustó, me gustó porque, la historia. (Salto, Adultos)*

Lo "típico uruguayo" que menciona un entrevistado -cuando se asocia a 25 Watts- surge a partir de la asociación con lo rutinario, con la imagen de un entorno gris y fundamentalmente de un transcurso de tiempo donde poco

acontece. Este es parte del imaginario de un país desde la frontera de Salto y desde la cosmovisión del mundo adulto.

Los jóvenes expresan otro punto de vista. Los jóvenes de 25 Watts dejarían entrever un “estilo de vida” del que más allá de la película asocian a vivir entreluces, con poca energía pero que también a la hora de asociarlo a la película les conecta con sus prácticas –como el ring raje–.

*Fragmento de “25 Watts”. Coord: ¿Y esto? ¿Alguien reconoce esta película? ¿Alguien sabe cómo se llama? No. Coord: ¿Alguien oyó hablar de “25 Watts”? No. No. Gente así hay. Claro, a todos nos pasa. Es como un estilo de vida que hay acá. De los jóvenes ¿no? Me da gracia yo que sé, es parte de lo que vos hacés a veces. Si, tocar timbre ¿quién no toco timbre? ¿Qué edad tiene esa película? Coord: Debe tener como 5 años, más, es del 2002, 2003. Si, más, tiene como 8 años. No lo soporto, porque en todas las películas, las que yo vi que está el, en todas hace de bobito, no sé, algo tiene creo yo. Coord: ¿El flaco narigón decías? Si... Coord: ¿El resto que decía por allá? Nos reíamos de la abuela. Coord: Les hizo gracia Si. Coord: ¿Es una película que irían a ver? Si, la verdad que si. Yo también. Ca-paz. (Jóvenes, Salto)*

Otros jóvenes entrevistados -en otras ciudades- afirman que es “divertida”, “graciosa” y fundamentalmente les hacía sentirse representados –“hacían cosas que nosotros hacemos-, revelando que la perspectiva juvenil es diferente de la adulta y valora aspectos menos resaltados por los adultos de distintas ciudades.

*Fragmento de “25 Watts”. ¿Uruguay es? Coord: Es uruguay. Ahora mejoró. (risas). Es así como nosotros. Che, como fuman. Ese es conocido. - Coord: ¿Qué me pueden decir de esta peli? Es graciosa.-Coord: ¿Es una peli cómo? ¿Les gusta, no les gusta, les divierte, no les divierte?- Entretenida.-Coord: ¿Qué era lo divertido?-Las payasadas que hacía.-Y también parecía antigua, blanco y negro.-Coord: ¿Les hacía acordar a...?-Hacían cosas que nosotros hacemos.-El ring raje.-Salíamos de la escuela y...-Coord: ¿Es una peli que irían a ver o que no?-Si.-Ca-paz que si.-Coord: ¿La alquilarían?-Si.-Si me hablan algo por ahí.-Coord: Te tienen que decir mirala...-Claro!.*

## Conclusiones

Asistir al cine es una práctica cultural que poco tiene que ver con el uso del tiempo libre de jóvenes y adultos en zonas de frontera del país. Tanto sea porque no hay cines disponibles en su ciudad, como por razones económicas, desgano o pérdida de interés, es una práctica poco común. Ello no supone que se vea menos cine o que el cine haya decaído en la vida cotidiana de todos -entendiendo por cine las producciones audiovisuales de ficción de larga duración-. Por el contrario, el cine se ha quedado dentro de los hogares a partir de las pantallas de televisión y monitores de PC.

Si ir al cine es algo poco común entre los uruguayos de frontera, ver cine nacional –aún en televisión, video o internet- es aún menos común. En la última década se produjeron sesenta y ocho películas de ficción y ni siquiera cinco de las más taquilleras y emblemáticas han sido reconocidas por jóvenes y adultos que viven en zonas de frontera. El cine nacional no llega a sus manos y cuando se les presenta la oportunidad tampoco les resulta atractivo.

Este desencuentro tiene razones más profundas que el acceso a las películas. Plantea un desencuentro entre expectativas, intereses y gustos cinematográficos en relación a la oferta de cine nacional. Para muchos de los entrevistados la evaluación es más negativa que positiva a la hora de considerar el cine nacional. Basada en una serie de impresiones –y estereotipos- sus opiniones dejan como saldo un cine “poco profesional”, “lento”, “melancólico”, “gris” y “entreverado” que también se asocia con el imaginario del Uruguay y que contrasta especialmente a este público con el cine de los países de la región.

Películas como *En la Puta Vida* y *El Baño del Papa* tienen mejores críticas en comparación con otras películas presentadas, al parecer debido a su argumento y al realismo de las historias así como a la conexión entre las historias y la realidad del país. Otras películas como *Miss Tacuarembó* o *25 Watts* no logran consensos claros respecto a su valoración y se destaca la complejidad del argumento, sea por lo “fantaseoso” de los sueños de la protagonista como en el caso de *Miss Tacuarembó* o por un “gris” realista que muestra la vida de un grupo de jóvenes de sectores medios-altos en Montevideo en *25 Watts*.

Finalmente, el cine nacional es un ausente al que no se le otorgan cheques en blanco. Generaciones distintas en contextos geográficos diferentes apuestan a que debería circular más pero a la vez dejan en claro que sus gustos cinematográficos tienen expectativas formadas por las industrias de Hollywood y las de los vecinos de la región. La confrontación entre cine comercial y cine de autor, géneros como la acción y las comedias en relación a los dramas y tramas más lineales en relación a complejidades artísticas resultan pertinentes para replantear el impacto público de la floreciente producción cinematográfica nacional. El público de frontera es experto para contrastar estos diversos perfiles y su opción es manifiesta. Aunque a la vez, todos reclaman más y mejor cine nacional.

*En Montevideo son más uruguayos que el resto. El monte-  
videano tiene sed de programas nacionales. Como que ellos  
lo llevan en la sangre. (Adulto, Artigas)*

## La televisión que vemos, la que queremos

La televisión constituye hoy, a la vez, el más sofisticado dispositivo de moldeamiento y cooptación de los gustos populares y una de las mediaciones históricas más expresivas de matrices narrativas, gestuales y escenográficas del mundo cultural popular <sup>1</sup>. Los estudios de audiencia sobre la televisión son múltiples y por momentos minuciosos, sin embargo la mayoría de las veces esto no condice con la opinión pública que tiene al respecto sus propias percepciones y gustos televisivos. Es a partir de este medio de comunicación que las poblaciones de frontera se muestran más sensibles a la influencia del país vecino.

Uruguay agrega al hecho de ser un país frontera el alto consumo televisivo que tiene su población. Para ilustrar lo dicho hacemos referencia a los datos que surgen en el Informe 2009: nueve de cada diez uruguayos consumen televisión y esta práctica ocupa el primer lugar en el uso del tiempo libre. Con respecto a la cantidad de horas que se mira televisión tenemos que: el 90,5% mira entre “una y cinco horas diarias”. En esta franja se encuentran: el 17,9% con una “hora diaria”; el 27,3% “dos horas”; el 21,5% “tres horas”; el 15,3% “cuatro horas”, y el 8,4% mira “cinco horas diarias”. El 8,7% mira entre 6 y 10 horas de televisión y el 0,8% abarca más de 10 horas diarias. Los programas que más se prefieren en televisión arrojan estos porcentajes: informativos (73%), películas (46,1%), telenovelas (33,4%), deportivos (24,8%), entretenimientos (19,3%), programas científicos (17,3%), y en porcentajes menores, programas periodísticos, musicales, series, infantiles, etc.

Los uruguayos invierten no solo tiempo, sino también dinero en la renovación tecnológica televisiva. A partir del 2000, el diseño, el tamaño, la calidad de la imagen y el sonido, son las cualidades que concentran la atención a la hora del recambio tecnológico en la infraestructura televisiva doméstica. El 5% de los uruguayos ha adquirido televisión plasma y el 8,8% cuenta con un home theatre en su hogar. El televisor en tanto aparato constituye un objeto de primera necesidad cultural en los hogares, que incorpora innovaciones tecnológicas para mantener atractivo -cambia el tamaño y la disposición en el hogar, tanto como la calidad de la imagen y el sonido-<sup>2</sup>

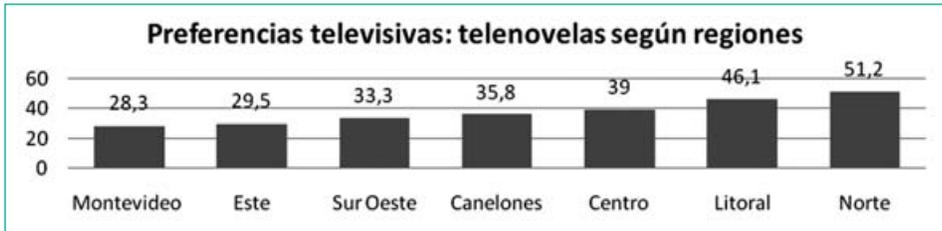
Este apartado trata acerca de las preferencias y opiniones sobre la televisión y en particular focaliza el interés en conocer qué es lo que opinan y prefieren ver en la televisión nacional.

1 Martín Barbero, Jesús – Ochoa Gautier, Ana María. Políticas de multiculturalidad y desubicaciones de lo popular.

2 Radakovich, Rosario. E-urgua@y de la década de la transición digital. Nota sobre el cambio audiovisual, telecomunicaciones y TICS. En Dominzain, Susana – Rapetti, Sandra- Radakovich, Rosario. (2009) Imaginarios y consumo cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo Cultural y Comportamiento Cultural. Uruguay 2009. MEC –FHCE- CCE, Montevideo.

## Telenovelas: el pan de cada día

Con los grupos que se trabajó en las distintas ciudades fronterizas surgió en un primer momento un reiterado interés por las telenovelas. Cabe señalar que en el Informe 2009 el interior del país (43,9%) mostró un mayor consumo de este tipo de programa que Montevideo (30,4%).



Fuente: Radakovich, R.; Rapetti, S. Consumo cultural en las regiones del Uruguay. En: Arocena, F. Regionalización cultural del Uruguay, MEC-PNUD-UDELAR, 2011 (en prensa.) Datos: En base a OBUPOC – Encuesta de Imaginarios y Consumo Cultural de los Uruguayos 2009.

Por regiones podemos observar que la región norte y la del litoral son las que muestran una mayor preferencia por las telenovelas. A mayor cercanía con Montevideo esta preferencia disminuye, como se podrá comprobar más adelante de acuerdo a las opiniones emitidas por los participantes.

Ante la pregunta formulada de si miraban o no telenovelas, las respuestas fueron contundentes con respecto al gusto por las de origen brasileño. Especialmente fueron los jóvenes que lo mencionaron y en los adultos, más las mujeres que los hombres. De todas formas eso dependió de la ciudad ya que la influencia de este género televisivo se mostró más definido en las ciudades de Artigas y Rivera donde los hombres se mostraron a la par de las mujeres en este consumo televisivo. En las ciudades de Colonia, Maldonado y Salto existe mayor preferencia por las argentinas.

En Artigas y Rivera se hace referencia al hecho de que las telenovelas brasileñas suelen paralizar la frontera cuando su finalización es muy próxima. En el caso de Rivera se señala que las calles de ambos lados de la frontera quedan vacías a la hora de la telenovela.

*El tema es el siguiente, cuando la novela está en su fase de finalización, la gente no va ni siquiera al baño y sale después de la novela./Hay novelas desde las dos de la tarde./Los hombres miran, mi padre mira la novela, no se la pierde. Yo la miro también. Lo que pasa es que te plantean problemas sociales./ La novela de las nueve de la noche*

*es la vida real que pasa en todo el mundo, no es aquello de mentira ¿viste?/En mi caso a mí no me gusta la novela./Yo no sabía, nunca leí un libro sobre India y mostraron cosas de la sociedad que son totalmente diferentes a las que nosotros vivimos. Siempre hay enseñanzas./ Siempre te hablan problemas sociales directos, que a veces vos los tenés y no te das cuenta, vos te das cuenta después que ves algo./Sí, te muestran todo real, no es como las novelas mexicanas a las cuales están acostumbrados en Montevideo. Esas son un fiasco, a mi manera de ver ¿no?/ La influencia es muy fuerte acá de lo brasileño.*

*Terminó la novela y la calle puede ser totalmente invadida. La gente sigue por ejemplo la novela de las ocho horas. A mí me decían, “pero qué raro, está vacío Sarandí”, esperá a que termine la novela y verás lo que pasa.*

Con relación a las telenovelas ampliamos los conceptos recogidos:

*Yo miro novelas brasileñas./Ah, son mucho mejores./Superan, es bien la vivencia, son reales, transmiten todo el drama familiar de la persona./Bueno, y yo cambié las brasileñas por las argentinas porque le encontré el sentido a las argentinas: Yo critico mucho a los argentinos pero los miro también y como para criticar vos tenés que mirar, porque sin conocimiento del caso vos no podés criticar. /Las argentinas son más cómicas./A las brasileñas las miro porque es otra realidad./Prefiero mirar la televisión que tenemos nosotros./Lo que pasa con las novelas es que salís y estás pendiente de la hora de la novela./ Uno se hace adicto enseguida./Desde chico estás acostumbrado a mirar las novelas de acá (Rivera).Te sentás a comer, prendés la tele y están dando la novela. Sí, es imposible no engancharte. En Brasil hay tres horarios, en cada horario hay tres novelas diferentes, cada horario es un tema fijo. Te hablan de todo./ Claro, te dan información general./Está muy bueno. Eso es lo que las diferencia de las argentinas. Las novelas brasileñas son las mejores.*

A las telenovelas brasileñas se les reconoce un valor didáctico porque plantean temas reales. Algunos de los participantes jóvenes consideran que las telenovelas muestran realidades que muchas veces les son comunes y en

algunos casos ven reflejadas sus vivencias cotidianas. Las telenovelas son vistas por su temática social y porque permiten conocer otras culturas. Se pone como ejemplo la telenovela India: una historia de amor que muestra las costumbres y tradiciones de ese país.

En las ciudades de Artigas y Rivera los jóvenes reconocen estar muy influenciados por la televisión brasileña.

*Es mucho más fácil consumir cualquier producto brasilero que cualquier producto uruguayo./ Yo por ejemplo no conozco nada argentino y nada uruguayo, yo solo conozco brasilero./Porque estás ahí, tenés lo que vos querés./Es mejor, a mí no me llama la atención buscar otras cosas./Sobre ver televisión uruguaya solo el que tiene cable./ El que no tiene solo ve la red, sino ve todo brasilero./*

La red televisiva es considerada deficitaria, muchas veces no se la menciona o se hace referencia a ella de una manera crítica. Se entiende que es de baja calidad y los programas son diferidos.

*Yo vivo en Santana, yo no tengo cable pero cuando voy a la casa de alguien uruguayo y pone el cable y se pone a mirar novelas argentinas y yo puedo ver./A mí no me gustan los canales argentinos, no me gustan porque la manera de hablar de ellos no me gusta. Putean mucho, no me gusta eso./ Sí, pasan de lío./Es muy vulgar. A mí la vulgaridad no me gusta./ Las argentinas siempre son las mismas, siempre pasa lo mismo./ Las argentinas varían menos, las brasileras es todo de la vida real. Y tienen mucha originalidad las otras novelas.*

En el diálogo con los participantes se establece rápidamente la diferencia entre la televisión argentina y brasileña. En Artigas y Rivera los participantes jóvenes señalan que la televisión brasileña es dinámica, siempre tiene nuevas propuestas, buenas producciones, buenos directores, gran capacidad inventiva. Los programas de entretenimientos están más desarrollados en Brasil que en Uruguay. Con la televisión brasileña los jóvenes admitieron sentirse más contemplados en sus necesidades y deseos. Se critica a la televisión argentina y se la considera frívola.

En Colonia es donde menos interés se manifiesta por parte de los adultos hacia las telenovelas.

*No, no, yo no miro./ Está prohibido./Por favor, ni loco./Yo las brasileras sí me gustan. Me atrapa la historia./ ¿Sabes lo que me llama la atención? Que en cinco meses son todo un problema y enredo y en una semana cuando se va a terminar*

*se arregló todo. Mientras tanto te tienen con esa incertidumbre./ A mí me gustan las brasileñas./ Ah, no, yo no quiero ver los problemas de otro.*

Si bien algunos participantes manifiestan su rechazo a ver telenovelas reconocen que las brasileñas son las mejores, pero al mismo tiempo se muestran críticos de la televisión en general.

*Son buenas las brasileñas. Pero también las venezolanas y colombianas./ Ah, sí, también./ Ah, para mí las argentinas son muy románticas./ Todas son superiores que las argentinas./ Novelas eran las de antes; las argentinas./ Ah, sí, Rolando Rivas./ ¿No sería el taxista Rolando Rivas?/ Sí. / Estación Retiro era muy buena./ Para mí las brasileñas./ Yo no miro televisión./ “El Rey del ganado”. Esa novela estuvo buenísima./ Para mí la tele es un reflejo de la sociedad, de la cultura del país. Yo no miro tele./ Vos acá prendés la tele y todos son canales argentinos. “Gran Hermano”, todo es argentino. No es buena la tele, no es buena en exceso, o depende de lo que mires ¿no?/ Por eso miro fútbol./ Yo miro documentales./ Yo miro, de tarde “Los Simpson”, “Pasión de gavilanes” y de noche miro “Animales sueltos”./ “Chica Da Silva”. está muy buena. Es un reflejo de lo que era Brasil en aquella época.*

Los participantes jóvenes en Colonia son consumidores de telenovelas predominantemente argentinas y al igual que los adultos se muestran críticos con la televisión. Algunos jóvenes señalan su interés por programas científicos y de información general que ven por televisión cable.

*Yo no me banco las novelas./ “Rebelde Way” miraba yo./ Yo me pongo a mirar una novela cinco minutos y me encanta. Lo que pasa es que las novelas tienen creatividad./ Ah, “Montecristo” estuvo genial. Hoy en día no la volvería a ver./ “Valientes” estuvo buenazo. / No, no me gustó, para nada./ “Rebelde Way” estuvo buenazo./ “Rebelde Way” también./ “Rebelde Way”, sí./ Los dos primeros años ¿no?*

*Yo no miro./ Yo miro Discovery./ Mucho fútbol./ El Discovery está bueno. Yo veo muchos documentales, Los Simpson./ Sí, Los Simpson./ Lo único que puedo llegar a mirar es Discovery Kids con mi hermano.*

En Maldonado se muestra una mayor diversidad al ser mencionadas telenovelas de diversas procedencias.

*Yo prefiero las mexicanas, o brasileras. No me gustan esas de Centroamérica./ Las mexicanas, están sobreactuadas./ La Argentina sigue con el chusmerío. Cada una tiene su historia, de dónde vienen, cómo viven, cómo se superan. Mantienen sus costumbres, sus tradiciones. Las brasileras son así también. Las argentinas no, las argentinas son siempre lo mismo./ ¿Vos decís esas que se sacan los maridos, y se pelean una con la otra? esas son centroamericanas, yo no las soporto./ Por lo general las venezolanas y las chilenas también son lindas.*

Los jóvenes fernandinos miran telenovelas siempre que les llame la atención, traten problemas de la gente, o que el tema les provoque curiosidad. Algunos de ellos dicen no mirar televisión y cuando lo hacen ven canales norteamericanos, *Discovery Channel, Discovery Kids, History, National Geographic*. En contraste hay jóvenes que admiten mirar solo canales argentinos y otros, que miran programas uruguayos.

*A mí me gusta "Esta boca es mía", la miré un tiempo pero después no estaba de acuerdo con los que debatían./ Yo prefiero programas argentinos "La Liga" me gusta. Está buena la idea pero no se hizo bien el programa. Después "Cámara testigo", ese está bueno. Está bueno "Zona Urbana", igual me parece que era un poquito partidario, un poquito nomás. NatGeo miramos mucho.../ Voy a ser sencillo, yo miro el 80% del día fútbol.*

Los jóvenes fernandinos con los que se trabajó mostraron una mayor diversidad en el consumo de programas de televisión especialmente en su procedencia.

En Salto las telenovelas que gustan son las argentinas y brasileñas. Al hablar de televisión en general los adultos manifiestan su gusto por programas argentinos y también nacionales.

*No miro/Sí. Yo miro./Mi mujer mira "Amar en tiempos violentos" o algo así, la novela argentina./Las de Brasil lejos./Las brasileras, sí, por las producciones que tienen. Y son todos lindos./Sí, y algunas mexicanas también./Ah, las mexicanas también./Como ambientan ellos las épocas es impresionante./"Xica", ¿no miraste "Xica"?/Sí. Veo los avances y ahí me doy cuenta de que nunca seguí ninguna novela, un poco el año pasado miré "Malparida" porque coincidía esa hora./Yo miré novelas un tiempo pero solo brasileras. /Divinas son las brasileras.*

*Yo miro todo canales argentinos. Miro los informativos de acá y después es todo argentino lo que miro. Porque me entretienen más y me gustan más y estoy acostumbrada. /A mí no me gusta lo argentino, ni el informativo, ni la novela ni nada. Miro el informativo uruguayo y alguna película, sino en Discovery alguna cosa y de noche infantiles./Yo también, yo miro los canales nuestros, todos los noticieros que puedo encontrar los escucho, porque a veces no los estoy mirando y los escucho. Me gusta la Televisión Nacional, me gusta un programa que salía a las doce de la noche, no me acuerdo el nombre, que hablaba sobre personalidades nuestras. Me gusta todo lo que es historia y arte, pero por lo general veo los canales nuestros. Después de refileón es cierto que miro algún programa argentino, pero me gustan los noticieros y me gustan los programas de política, donde hay discusión, no solamente de política, de otros temas puede también, por ejemplo periodísticos me encantan./ No tengo mucho tiempo tampoco para ver la tele. En la tele miro todo lo que es fútbol miro todo, todo, sea el canal que sea, donde hay fútbol ./ Ah, sí, en casa sí, fútbol de todo tipo y colores.*

De forma similar los jóvenes.

*Yo miro programas argentinos./Novelas, dibujos animados./A mí me gusta tipo documentales. Lo que miro uruguayo es en la mañana que es "Día perfecto" que lo miro todas las mañanas porque me despierto y prendo y pongo la tele./Yo, canales uruguayos miro porque en mi casa miran los informativos, los programas de la mañana./ "Voces anónimas"./Sí, ese está bueno./Novelas./ Informativos, pero no uruguayos./Programas de chimentos./Fútbol./Fútbol, películas y canales de música también.*

*No, novelas no. Me encanta mirar el "Soñando por bailar"./Yo también./ También los programas de MTV, miro noticieros pero no mucho./A mí me gustan las novelas, el noticiero a veces./Yo miro todo, cualquier cosa, novelas, programas, fútbol, películas, lo que me guste, ahí miro./ Yo miro una novela argentina, miro un poco "Gran Hermano" pero no todo el día./Yo miro novelas y a veces documentales de animales y también me gusta mirar History./ Yo miro novelas mexi-*

*canas. Solo mexicanas.//Miré una, "Malparida" (risas)./Yo miré una vez "Pasión de Gavilanes"./ ¡Ay, qué novela esa!//A mí me gustan las argentinas./Las mexicanas./No, las brasileras son las mejores./Yo no miro novelas pero si tuviera que optar entre las novelas argentinas y las mexicanas, me quedaría con las mexicanas../Yo, las dos./Yo miro todas las brasileras./Las mexicanas me parecen más reales./Miro fútbol. Películas y algunas novelas. Me gusta mucho el básquetbol y los deportes extremos. Carreras .Y series tipo "La ley y el orden"./Realities.*

Se menciona la opción de ver informativos, pero no es de la preferencia de los jóvenes, como sí lo es en el caso de los varones, los programas de fútbol, o directamente ver partidos de fútbol.

En Artigas y Rivera algunos jóvenes dicen ver de la televisión uruguaya los programas que muestran el interior. Consideran que este tipo de programas les permite conocer más a su propio país.

*A mí me gustan mucho los canales de Montevideo que ahora los puedo agarrar porque tengo cable, antes no, porque el Canal 10 de acá de Rivera para mí es un desastre; los canales de Montevideo algunos están buenos./ El informativo lo miro ahí por ejemplo. Después tengo el canal de música que creo que es de ahí, de Montevideo, TV Ciudad, una cosa así, que también lo miro bastante. Hay un programa que está bueno "Camino" o "Ruta" se llama, esta bueno porque te va recorriendo por todo el país, mostrándote puntos históricos, de importancia ecológica, tipo reservas, te va mostrando todo el país. Té apuesto que muchos de acá conocen otras partes y al Uruguay no lo conocen.*

*Hay programas nacionales que te lo muestran, te lo explican, si tenés interés de ir vas pero por lo menos tenés una noción, "ah, mirá que bueno, en Uruguay tenemos cosas lindas como existen en Bahía o como existen en el Mediterráneo o como existe en la China", no me interesa, pero cosas que hace años atrás no sabíamos que teníamos. /El Uruguay hace poca propaganda de lo que tiene./O por lo menos no llegan a los medios para que lleguen a nosotros y no solo a los turistas. / Sí, porque ponés el canal argentino y ves la propaganda de Uruguay Natural y acá nunca la ves./ Sí, en Brasil también, yo vi en un*

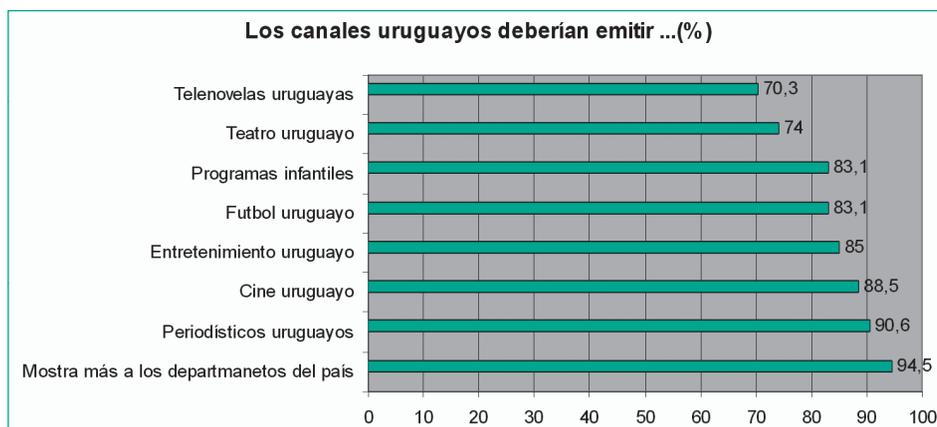
*canal una propaganda muy buena de Uruguay  
con uruguayos, que te da ganas de conocer más  
lo nuestro, pero acá no se pasa.*

A partir de tales programas ellos logran ser más conscientes de las “cosas lindas” que posee Uruguay y reclaman que se debería promocionar más lo que tenemos. Estas opiniones que surgen del público joven coinciden con los resultados obtenidos en el Informe 2009 donde la población encuestada manifestó la necesidad de incluir más en la televisión nacional a los departamentos del país. Nueve de cada diez uruguayos así lo consideraron en 2009.

En las ciudades fronterizas con Brasil se señala la importancia de la televisión por cable que a muchos les ha permitido ver programas uruguayos y evadir un poco la influencia brasileña. Al respecto es de tener en cuenta que en el Informe 2009 los datos dieron a conocer que de las personas que viven en hogares con sistema de televisión para abonados, el 69,8% mira canales uruguayos; el 50,1% canales argentinos; 7,5% canales brasileños; 34,8% canales en inglés y el 9,3% otros canales. De las personas que viven en hogares sin sistema de televisión para abonados, el 96,6% ve canales uruguayos; el 21,7% canales argentinos; 5,8% canales brasileños; 2,7% canales en inglés y el 1,7% otros canales. La información estadística coincide con la opinión de los participantes.

## Queremos vernos en la televisión

Sobre la televisión nacional los participantes resaltan en la programación los segmentos que incluyen al interior del país y su gente. Este deseo quedó explícito en el Informe 2009 donde los entrevistados concluyeron en lo que quieren ver en la televisión nacional:



Fuente: Dominzain, Susana; Rapetti, Sandra; Radakovich, Rosario. (2009) Imaginarios y consumo cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural. Uruguay 2009. MEC -FHCE- CCE, Montevideo.

Nueve de cada diez uruguayos desean se muestren más los departamentos del país, y al parecer la información estadística se confirma con la opinión de los participantes en los diferentes grupos, que consideraron que la televisión nacional, en particular los canales privados deberían hacerse cargo de difundir lo nuestro, nuestro propio perfil. Deberíamos mostrar lo que somos; no copiar, ni comprar enlatados.

Hay quienes ponen el acento en la necesidad que tienen algunas poblaciones fronterizas en que se habilite la televisión por cable, lo cual facilitaría el acceso a la programación nacional. Se critica que las autoridades no tomen la problemática como propia y existan personas que lo único que pueden ver, es televisión abierta local que en la mayoría de las ciudades es considerada de mala calidad.

*La televisión nacional es lamentable./Ha mejorado porque hay más televisión uruguaya pero se sigue copiando mucho argentino que a mí no me gusta./Tenemos un gran problema acá en el interior que con las antenas de aire no se agarran todos los canales de Montevideo, digo, para tener derecho a la televisión de Montevideo tenés que venir con un cable, es la realidad. Tenemos el Canal 3 local que es repetidora de Canal 4./Exactamente./ Ese es el gran problema que tenemos en el interior./No todos tenemos cable./ Yo miro Canal 6 del Sodre, Televisión Nacional. Estamos como años atrás./Es increíble que en un país tan chiquito no hayan podido solucionar todavía el tema de la transmisión, date cuenta que seguimos con el problema de cuando éramos chiquilines. Ahora porque tenemos el cable, pero siempre hubo ese problema que no tenemos la transmisión de los canales de Montevideo en el interior. Pero le compran todos estos enlatados a los argentinos también./Ah, bueno, pero es una realidad del uruguayo./Hay programas que no nos gustan pero los miramos igual./A mí los programas de Tinelli no me gustan pero los termino mirando lamentablemente./ A mí me gustaría un programa con igualdad de oportunidades como hacen en la Argentina, que hay una preselección por ejemplo en música, va cada uno, muestra su talento y lo seleccionan o no. Eso ha permitido que mucha gente haya triunfado en la Argentina.*

*Debería ser parecida a la argentina./No./No./ A mí me gusta este hombre que viaja, "Los viajes del 12", Alonso./Y ahora hay un muchacho jo-*

*ven que es "Tierra a la vista"./ Claro, pero es diferente./Hay un programa muy lindo que es uruguayo, que muestra todo, todo el interior del país, ese programa es muy interesante, debe ser de lo mejorcito:"En foco"./Yo creo que debería tener algo que tenga que ver con mostrar cosas buenas de Uruguay, de la gente."/“Cámara testigo” no está mal porque muestra distintas cosas./ Como que para el uruguayo es más fácil copiar que ponerse las pilas y...crear algo nuevo.*

Los jóvenes opinan que a la televisión uruguaya le faltan *más canales y personalidades que sean llamativas y que tengan buen porte*. El público joven demanda programas más entretenidos, que se muestre nuestra realidad y se incorpore el humor y la fantasía. Ellos coinciden que *"No deberían fijarse tanto en lo argentino, no comprar lo otro, producir más"*. *"Si necesitan novelas que las produzcan, si necesitan programas de divertimento que los produzcan. Que nos acostumbren a ver lo nuestro"*. Y afirman mirar:

*De la televisión nacional miro "Estadio Uno" me gusta, "La hora de los deportes" yo la miro, "Pasión" todos los programas./A mí me gusta el que pasan los domingos, ese que pasan todo lo de Colonia que tiene Canal 5 los domingos,"En foco", "Uruguay por dentro"./ A mí me gusta el programa de los domingos cuando sale a recorrer el país./Sí, ese, "Uruguay por dentro"./Ver el interior del país me encanta./Esas entrevistas a la gente de los pagos, los lugares, esas historias. Anécdotas, vivencias./Uno que es ciudadano digamos, ver el otro lado./Claro./Personajes, la ciudad./La argentina tiene más cosas./*

Los participantes mayores coinciden en que los cambios en la televisión nacional son difíciles porque *"somos aburridos, nos falta presencia e iniciativa"* y se considera que en el pasado la oferta de la televisión nacional era mejor. La programación era de mejor calidad, se incorporaba a los actores nacionales y había programas cómicos de excelente nivel.

*Cuando mirábamos "Decalegrón", "Telecataplum", viste que eran todos actores que hacían teatro y ese programa a mí me encantaba, yo lo miraba./Pero cuando daban eso no tenías otras opciones de canales./ Sí, pero los veías y actuaban. Estabas esperando el día, porque era una vez por semana porque era lo que te hacía reír./ Sí, pero yo me refiero a la actuación. Lo bien que actuaban. Yo veo ahora programas uruguayos*

*que a mí no me llegan. No tienen gracia. Como que no te venden nada. El uruguayo no tiene gracia para esas cosas, seguramente. A los actores que hacen comedia se los han llevado los argentinos, hay una cantidad que se han ido para allá./No, y otros que están acá pero están veteranos./El Maxi de la Cruz triunfó y le dieron premios./Claro, sí, pero los que quedan y los que están trabajando yo no les veo eso que me parece que tiene que tener la televisión para atraerte, para que te sientas cómodo./ Piñeyrúa con el programa "Bendita TV"./Sí, tiene algunas cosas./No, y Carballo./Sí, es cómico./Sí, pero me da la impresión como que hacen un esfuerzo. No sé si les falta más teatro./ A mí me cuesta, me cuesta y eso que yo he mirado cantidad de programas y me he divertido y los miro./¿A Esmoris lo has visto?/ He llorado de risa con Esmoris. El flaco que hace la propaganda de los lentes./Hace monólogos./Es buenísimo.*

La diferencia entre Montevideo y el resto del país se hace evidente en los comentarios, y queda explícita al considerar que quienes realmente miran televisión nacional son los montevideanos. Esto los lleva a sostener que "en Montevideo son más uruguayos que en el resto del país".

*Lo que yo me doy cuenta es que vos vas a Montevideo y casi todos los canales que hay son casi todos uruguayos y ponen un poco argentinos, pero por ejemplo acá hay menos uruguayos. En Montevideo son más uruguayos que el resto./Sí, eso es verdad./El montevideano tiene sed de programas nacionales./Como que ellos lo llevan en la sangre. A mí me parece que acá hay mucha influencia argentina, vos vas a Artigas y hay mucha influencia brasilera aparte./Pero es por la frontera./Mira como nos vestimos, como nos vestimos también tiene mucha influencia argentina porque nosotros miramos la tele y decimos se usa aquello y también traen todo ropa de Buenos Aires.*

De acuerdo a las opiniones vertidas en los grupos se podría afirmar que los participantes desean una televisión nacional que nos muestre cómo somos, que muestre al país, que nos haga conocer a nosotros mismos. Pero al mismo tiempo se demanda una mejor infraestructura que dé igualdad de oportunidades a la población de poder acceder a los canales uruguayos.

## La tinellización: aceptación y rechazo

En el Informe 2009, los uruguayos -siete de cada diez-, subrayaron que los canales nuestros deberían pasar menos programas argentinos y norteamericanos, y con marcada firmeza, los primeros.

Esta información se confirma al ser consultados los participantes en las distintas ciudades de frontera. Algunos muestran una especie de saturación en relación al programa de Tinelli y en cierta medida desencanto hacia la figura del conductor.

*Yo no lo veo mucho. / En general yo creo que bajó la calidad./Yo veía./Yo lo miraba cuando era "Video Match". Cuando Tinelli tenía a los humoristas./Ah, eso sí./Yo lo miraba pero ahora que empezó ese baile del caño, el "Bailando por un sueño" ya no./Está usando mucho a la gente./Se mete mucho en la intimidad de la persona./Sí, no está respetando a los participantes y principalmente a las mujeres./ No. Yo no. Yo no lo miro. Es horrible./Para mí es una estupidez tan grande./No, yo no miro eso./Porque él hace leña de donde él puede sacar la tajada, se aprovecha de la situación que sea./ Sabes que se ríe de la gente. No le importa si es banal, si es burdo, bajo, alto, rubio, de ojos celestes. A mí me gustaba cuando no tenía el tema del "Bailando" y hacían los sketches./Yo lo veía cuando hacía otro tipo de humor./ No voyas a sentar a un niño a mirar a Tinelli porque le perdés la cabeza. Llega un momento en que todo es una falta de respeto. Hay cosas que ya se pasan de la raya./ Y antes daba para mirar, hace unos años atrás pero ahora no da para mirar. Yo miraba hace unos diez años atrás, sí, después no miré más.*

Otros se muestran críticos pero admiten mirarlo. En los relatos se destaca una especie de magnetismo que genera el programa. Muchos reconocen que es inevitable verlo, es lo único que hay en la noche, mientras hay quienes destacan la parte artística.

*Todo el mundo mira./Y a veces cuando empiezan a discutir mucho dejo de ver./Lo vimos el año pasado./ Sí, miramos el chusmerío. Cuando se pelean y eso. Y después al otro día ves "Intrusos" por las dudas, para mirar las mismas peleas de vuelta. Es que te das cuenta que es una porque-ría pero te gusta./Pero te atrae./Yo no miro nunca la tele. Pero cuando veo que se están peleando*

*he mirado, no hay nadie creo que nunca lo haya mirado. Siento que no me engancho pero de rebote lo miro./Yo lo miro primero y después si me gusta lo sigo./ A mí los programas de Tinelli no me gustan pero los termino mirando lamentablemente./ El "Bailando" es lindo, cuando bailan es lindo, no me gusta el chusmerío. / No, me niego./ Si no es chusmerío sí, o sea, me gusta cuando hay creatividad en la danza, danza.../ Yo lo miro de noche, ¿qué vas a mirar de noche? Tinelli, porque es lo único que hay.*

Es preciso resaltar la importancia que le adjudican a Marcelo Tinelli como personaje famoso y prestigioso. Se reconoce su habilidad como empresario. Es "alegre", "divertido", "millonario", "hace lo que quiere", "ayuda a mucha gente, da trabajo, es divino y todo lo que hace lo hace por y con placer".

Otros critican que haya dejado de lado la solidaridad con instituciones sociales y que ahora la atención del programa se centre en los famosos y sus vidas. En general consideran que actualmente es un programa de chismes, donde por momentos hay mucho conflicto.

*Si hay alguien a quien yo aplaudo y admiro es a Marcelo Tinelli porque el tipo es feliz haciendo lo que hace y es lindo lo que el hace, se divierte, es millonario haciendo lo que hace, o sea, divirtiéndose./Y ayuda a los demás también./Ayuda a mucha gente, sacando eso de lado, es una cosa que el tipo lo hace con aquel placer que lo ves y es divino, y le da trabajo a mucha gente./Sí, transmite alegría./ Lo miras para olvidarte un poco de las cosas que te pasan./Yo sinceramente me mato de risa./A mí no me gusta porque yo soy evangélica y él se divierte y hace plata con esos bailes de mujer casi desnuda bailando./ Tinelli es la cosa más linda del mundo./No sé, él se divierte y todo lo demás pero hace bromas bien pesadas de vez en cuando y tiene un vocabulario bastante monstruoso. /El loco dice cualquier cosa y a vos te da gracia./Claro, es la chispa que tiene él./Es un crack./Lo que te atrae es él./Sí, igual a mí me gusta ver bailar. Algunos la rompen en el baile.*

De un modo u otro, la mayoría de los participantes admite mirar el programa. Algunos argumentan que lo hacen "porque en la noche no hay otra cosa" y otros, porque es "algo alegre para terminar el día".

## Conclusiones

Sin objeciones, la televisión es uno de los consumos que más practican los uruguayos. La incorporación de nuevas tecnologías no ha dejado atrás dicho perfil, que a diferencia de otros países, donde se ha visto relegado especialmente en los hábitos juveniles por el uso de Internet. En Uruguay por el contrario, el consumo televisivo se ha visto incrementado en los últimos años.

Las opiniones emitidas por los participantes nos llevan a reflexionar en la siguiente línea: lo que se rescata y valora de las telenovelas es su realismo. Y que tal vez se deba al hecho que menciona Martín Barbero: en algunos países las telenovelas en las últimas décadas se alejan de los símbolos del bien y el mal para acercarse a las ambigüedades y rutinas de la vida cotidiana y a la expresividad cultural de las regiones. Quizás explique que algunos participantes sostuviesen: *“la telenovela nos ayuda a ver cosas que vivimos de las cuales no nos habíamos dado cuenta”*.

En esta misma línea, los reclamos hacia nuestra televisión mantienen coherencia con lo que se valora y se ve en otra. A la televisión nacional se le pide autenticidad y mostrar lo nuestro. En contraste, se marcan las diferencias con la televisión argentina y por momentos se la demoniza, en una especie de exorcismo que lleva a reclamar ser nosotros mismos y no copiar. La tinellización al parecer no se quiere para el Uruguay. Se ejercita así una vieja pero no obsoleta manera de ser uruguayos al sentir fascinación por lo de afuera pero en la medida que invade el adentro, le tememos y lo rechazamos. Como sostiene Achugar: mucho de lo maravilloso está afuera y casi nada de lo horrendo de afuera está adentro.

En términos generales existen diferentes posturas que responden a la ubicación territorial de los participantes. En las ciudades fronterizas con Argentina se critica dicha televisión y existe la intención de diferenciarse de la misma. Sin embargo se consume. En las ciudades fronterizas con Brasil existe una mezcla de admiración y elegir como referentes lo que los medios de comunicación ofrecen. Al igual que en la música los participantes muestran una mayor indiferencia con relación al consumo de lo nacional, que el resto de los grupos. Declarando con mayor claridad su afinidad con la programación brasileña. Más allá de estas posiciones todos coinciden al ser críticos de la televisión local y nacional. En el caso de la local se resalta la falta de calidad y los programas deficitarios que ofrecen, y en la nacional se critica que se copie, que no sea creativa. Se demanda más comicidad, más profesionalidad y programas que den cuenta de lo que tenemos y somos los uruguayos.

La programación argentina y brasileña influye cotidianamente en los hogares uruguayos. A pesar de la poderosa incidencia que supone, los participantes muestran autonomía a la hora de elegir qué ver. Es así como todos los participantes reconocen haber visto o ver canales nacionales.

La frontera también da señales de la necesidad de autovaloración que muestran sus habitantes al percibirse vulnerables a la influencia del país vecino. Es por ello que demandan ver más lo nuestro, lo que provoque conocernos más a nosotros mismos y al país que integramos.

En lo que respecta a la televisión nacional se insiste, en que tanto los canales privados como los públicos atiendan los deseos y necesidades de la gente. A las autoridades se les demanda una mayor comunicación y a generar igualdad de oportunidades en el acceso a una mejor transmisión televisiva en cada rincón del país.

Quizás esta necesidad de autovaloración responda a lo que Martín Barbero nos advierte, “las mayoría en nuestros países habitan el dislocado espacio/tiempo local de sus culturas, y frente a la lógica del poder global se refugian en la lógica del poder que produce la identidad”.



*“Yo uso internet para trabajo, mi hijo para películas y amores en las redes sociales”. (Adulto, Rivera)*

*“A mi la computadora me aburre, pero para lo único que entro es para entrar al Facebook un rato”. (Joven, Colonia)*

*“En Facebook lo único que encontré positivo es gente que hace muchos años que no veo”. (Adulto, Salto)*

*“Yo soy adicto a Facebook. Encuentro gente a través de esa red social”. (Joven, Maldonado)*

# Internet y redes sociales

*Sandra Rapetti*

Con el fin de situar el tema en el contexto nacional se presentan algunos datos relevantes de penetración y usos de Internet y redes sociales. Luego se destacan algunos aspectos hallados en los focus groups desarrollados para este trabajo.

## Penetración de Internet

De acuerdo a un estudio de 2010 (Grupo Radar) el 58% de los uruguayos mayores de 12 años es usuario de Internet, este porcentaje es mayor en Montevideo (65%) que en el Interior (52%).

El 81% de las personas de nivel socioeconómico alto, el 70% de los de NSE medio y el 41% de los de NSE bajo lo utilizan.

El uso de Internet varía de acuerdo a la edad, casi todos los menores de 20 años la utilizan (94%), el 89% de los de 20 a 29 años, el 68% de los de 30 a 39, la mitad de los de 40 a 49, 4 de cada 10 de 50 a 65 años y el 15% de los mayores de 65.

## ¿Para qué se utiliza Internet?

El 75% de los usuarios de Internet la utiliza para recibir y enviar e-mails, el 65% para buscar información sobre temas de interés, con porcentajes ligeramente inferiores aparecen chatear, redes sociales como Facebook, y bajar música (58%). Leer noticias, buscar información sobre productos y servicios y tareas de estudio y Youtube reciben menciones de van del 41% al 49% de los usuarios de Internet, otros usos reciben menos menciones, se destaca por el interés de este estudio, bajar/mirar películas con el 24%.

## Uso de redes sociales

El 61% de los uruguayos que utilizan Internet, usa habitualmente redes sociales (aproximadamente 1 millón de personas). El uso de redes sociales ha crecido notoriamente con respecto al 2009, donde la cifra era del 38%.

El porcentaje es ligeramente superior en Montevideo (62%) con respecto al Interior (61%).

El uso disminuye con la edad, siendo los menores de 30 años los que utilizan habitualmente más las redes sociales. El 80% de entre 12 a 19 años las usa habitualmente, lo hace el 71% de los de 20 a 29 años, el 54% de los de 30 a 39, la mitad de los de 40 a 49 años, el 39% de los de 50 a 65, y 1 de cada 3 de los mayores de 65 años.

De acuerdo al mismo estudio el 43% de los internautas usa todos los días redes sociales, el 30% cada 2 o 3 días, 15% cada 15 días y el resto con menor

frecuencia. El 55% de los menores de 20 años accede diariamente, el 45% de los de entre 20 y 29, y aproximadamente el 30% de los de 30 a 65, y el 23% de los de mayor edad.<sup>1</sup>

## Redes y redes

El 98% de los que utiliza redes sociales, maneja Facebook, el 8% Twitter, 3% Sonico, el resto presenta porcentajes inferiores. En promedio, los usuarios de Facebook la utilizan 1 hora 10 minutos por día (G. Gallino y Otros).

¿Para qué se utilizan las redes sociales?

El 64% de los que utilizan redes sociales lo hacen para chatear, la mitad para comentar sobre sus amigos y para subir fotos, el 37% escribe comentarios sobre si mismo, el 30% se une a grupos, el 25% se hace fan de una página, el 15% para crear eventos o confirmar su participación.<sup>2</sup>

## Internet

Los jóvenes de los focus groups señalan que utilizan Internet para:

- Bajar música
- informarse
- el estudio
- comunicarse con amigos y familiares
- entrar a Facebook
- ver videos
- aprender cosas nuevas

Parecería que siguen las tendencias nacionales señaladas en páginas anteriores. En términos de información señalan que en Internet *está todo y que ya no es necesario el diario*.

Tienen un uso más diversificado de internet que los adultos. Estos señalan que la utilizan para comunicarse, por necesidad laboral, para Facebook y aprender cosas nuevas. Bajar videos o música no es casi mencionado.

## Youtube

Es utilizado principalmente por los jóvenes, para escuchar música, ver videos, programas de televisión que no dan más y para aprender *a hacer cosas, por ejemplo manualidades, o ver cosas de interés como autos, motos*.

<sup>1</sup> Fuente: Elaboración propia en base a El perfil del internauta uruguayo 2010, Grupo Radar, mayo 2011.

<sup>2</sup> Ibid. Grupo Radar El perfil del internauta uruguayo 2010, mayo 2011.

Los jóvenes señalan que utilizan distintos sitios (Taringa, Ares, Emule, Youtube) para explorar y hallar música nueva o buscar música recomendada por amigos. Un joven dice *Un poco me la pasan, un poco te comentan y por curiosidad vas, ves y buscas, otro señala hoy quiero conocer grupos de reggae en español, me pone toda la lista, entro y descargo, otro Bajo un poco de música y también busco, voy hasta llegar a encontrar música que no conozco y probar música diferente.*

Parecería que Internet favorece un contexto de elección musical más rico para los jóvenes uruguayos, pues le permite no solo acceder a cierta música conocida o recomendada sino también explorar y probar música diferente.

## Facebook

Es utilizado por varios de los jóvenes que participaron de los focus groups, el uso que le dan es relativamente diversificado e intenso, subir fotos, chatear, comunicarse con amigos, recuperar amistades pasadas, son algunos de los usos que le dan. En los grupos de adultos se observó algunos –pocos- que utilizan facebook con una intensidad y diversificación similar a los jóvenes, otros lo utilizan para vincularse con algún familiar en el exterior.

Algunos jóvenes manifiestan no tener facebook, pues lo rechazan pues expone su intimidad, en los grupos de adultos señalan este tema, en mayor medida, así como el desconocimiento como razones para no tener facebook.

Parecería que el uso del facebook se va incrementando a lo largo del tiempo, tanto en jóvenes como adultos, en estos últimos parecería que más tímidamente, con mucha precaución y a medida que se explora la herramienta.

Parecería que la frase de una joven *con facebook paso lo mismo que con el celular, le entró a ganar a la gente*, sintetiza en cierta forma el proceso.

**De acuerdo a los focus groups los jóvenes que utilizan Facebook los usan principalmente para:**

- **Subir fotos**
- **Comunicarse y saber de los amigos:** algunos señalan para saber del resto, para ver fotos de amigos, saber como están , que han hecho de su vida, también para intercambiar opiniones,
- **Reencontrar amistades de la infancia o que se han ido del país :** lo que encontré positivo es gente que hace muchos años que no veo, facebook permite sortear la dis-

tancia geográfica para encontrar amigos de la infancia, una de las jóvenes señala *yo me fui de chica de Tacuarembó, ahí deje de ver gente y la encontré a través de la red social*, un joven dice *Yo conozco a mucha gente que está en España, en distintos lugares del mundo, yo perdí totalmente el contacto con ellos y gracias a facebook las pude ver*. Los adultos han realizado comentarios similares

- **Conocer gente:** También se utiliza como mecanismo para tomar contacto con gente desconocida, se maneja también el intercambio de opiniones. Una joven señala *yo estudio fotografía y hago contacto con mucha gente que me gusta su trabajo y me gusta mostrar lo que yo hago. Me gusta mucho porque de repente no estás exponiendo pero hay un montón de opiniones que están buenísimas sobre algo que puede ser tu trabajo*. Un joven dice *Podes tener contactos por ahí interesantes.....encontré a un jugador de futbol, que supo estar en la selección uruguaya, y pude conversar con él , supe que era de la vida, lo encontré por facebook, para mí fue algo positivo , invaluable*.

Los adultos manifiestan razones similares, no obstante, parecería que tienen menos diversidad en los usos que se le da que entre los jóvenes. En muchos casos parecería que se utiliza principalmente para comunicarse con familiares en el exterior y se agrega que en algunos casos es una herramienta para controlar a los hijos

#### **Tanto jóvenes como adultos señalan argumentos similares para no tener Facebook:**

- Sienten que atenta contra su privacidad: se hace referencia a este tema a través de expresiones como *me parece horrible, falta de privacidad total, la encuentro invasiva*, un joven señala *que voy a andar publicando mis entrañas por ahí,*

La privacidad también preocupa a los que tienen Facebook, no obstante varios señalan que se puede cuidar este aspecto. Un joven dice *Hay mucha gente que expone la vida, depende de uno la información*

*que das, yo publico letras de canciones y nada mas no publico lo que estoy haciendo o si estoy amargado, otro manifiesta Depende de uno también, lo manejas vos a tu gusto.*

Algunas mujeres señalan, como parte de esta pérdida de privacidad, que se pueden generar peleas, por ejemplo entre parejas.

- **Otras razones son:** *No lo entiendo, no conozco y no tengo tiempo se manifiesta especialmente en los adultos, me aburre, no es necesario, no me llama la atención entre los jóvenes.*

## Conclusiones

Los jóvenes que utilizan Internet presentan un uso más diversificado internet que los adultos. Lo utilizan para bajar música, informarse, estudiar, comunicarse con amigos y familiares, entrar a Facebook, ver videos y aprender cosas nuevas

Parecería que Internet favorece un contexto de elección musical más rico para los jóvenes uruguayos, pues le permite no solo acceder a cierta música conocida o recomendada sino también explorar y probar música diferente a través de la Youtube u otros.

El uso que le dan los jóvenes a Facebook es relativamente diversificado e intenso, subir fotos, chatear, comunicarse con amigos y recuperar amistades pasadas, son algunos de los usos que le dan. Los adultos que utilizan Facebook lo hacen con menor intensidad y diversificación, fundamentalmente para comunicarse con familiares en el exterior, con excepción de algunos pocos que parecen utilizarlo con patrones similares a los jóvenes.

La invasión al mundo privado y el desconocimiento son las principales razones tanto para jóvenes como adultos para no tener Facebook.



## Anexo metodológico

Para llevar a cabo esta investigación el equipo del Observatorio realizó un estudio cualitativo definiendo como instrumento metodológico la utilización de grupos focus. Las ciudades elegidas para este estudio fueron: Artigas, Colonia, Maldonado, Rivera y Salto. Se instalaron dos grupos en cada ciudad. La población objetivo consistió en hombres y mujeres entre 16 y 24 años que estuvieran estudiando y/o trabajando, de nivel socioeconómico medio. Y otro grupo integrado por hombres y mujeres entre 40 y 60 años, que estuviera trabajando, de nivel socioeconómico medio. El estudio fue realizado en los meses de abril y mayo de 2011. Valeria Fernández Mouján estuvo a cargo del reclutamiento y asistencia de los participantes, la contratación de las salas y conducción de los grupos, en coordinación con el equipo del Observatorio.

### Población Objetivo:

Ciudades de frontera	Número de grupos focus	Número de participantes jóvenes 16 a 24 años	Número de participantes adultos 40 a 60 años
Artigas	2	9	7
Colonia	2	10	8
Maldonado	2	6	10
Rivera	2	10	9
Salto	2	10	8

## Perfil de los participantes en la ciudad de Artigas

Jóvenes	Adultos
Brian, 16 años, estudio.	Mary, 50 años, labores.
Carolina, 16 años, estudio	Juan, 40 años, soy técnico en fotocopadoras.
Belén, 16 años, estudio.	Esther, 43 años, en el momento estoy desocupada.
Ana, 23 años, peluquera.	Edgardo, 46 años, empleado.
Elisangela ,24 años, trabajo.	Fanny, 58 años, ama de casa.
Sofía, 18 años, estudio.	Cipriano, 59 años, empleado.
Ana, 19 años, estudio.	Luis, 52 años, jubilado policial.
Patricia, 16 años, estudio.	
Marcio, 17 años, estudio y trabajo.	

## Perfil de los participantes en la ciudad de Colonia

Jóvenes	Adultos
Antonella, 20 años, ahora estoy desocupada.	
Ivanna , 20 años, estudio	Guillermo, 52 años, empleado.
Lucía, 20 años, estoy haciendo una pasantía en el BPS.	Jorge, 50 años, empleado
Natalia, 24 años, trabajo	Marisa, 50 años, empleada.
Carlos, 18 años, estoy haciendo una pasantía en el BPS.	Enrique, 52 años, empleado.
Cristian, 16 años, estudio	Shirley, 58 años, empleada.
Sebastian, 23 años y trabajo.	Carmen, 48 años, empleada.
Carlos, 16 años, estudio en UTU.	Nancy, 60 años, ama de casa
Emmanuel, 23 años, trabajo	Miriam, 55 años, empleada.
Denisse, 16 años, estudio.	

## Perfil de los participantes en Maldonado

Jóvenes	Adultos
Cecilia, 16 años, estudio en UTU	Martha, 40 años, limpieza doméstica.
Florencia, 20 años, estudio	Fabiana, 48 años, limpieza doméstica.
Melissa, 21 años, estudio	Virginia, 37 años, peluquera.
Daniel, 24 años, trabajo y estudio.	Judith, 46 años, funcionaria policial.
Ana Belén, 21 años, estudio	Andrea, 41 años, empleada pública.
Matías, 20 años, trabajo y estudio.	Juan, 59 años, sereno.
	Yoly, 59 años, docente jubilada.
	Andrea, 41 años, psicóloga.
	Daniel 42 años, psicólogo.
	Sebastián, 42 años, empleado.

## Perfil de los participantes en la ciudad de Rivera

Jóvenes	Adultos
Laura, 23 años, enfermera.	Gustavo, 42 años, trabajo en comercio.
Marcelo, 17 años, estudio y trabajo.	Javier 47 años, comercio.
Martín, 17 años, estudio.	Silvia, 45 años, maestra.
Victoria, 21 años, estudio.	María del Carmen, 49 años, maestra.
Rodrigo, 24 años, estudio.	Nelly, 60 años, maestra.
Cecilia, 22 años, estudio.	Alba, 52 años, pequeña comerciante.
Tuane, 20 años, trabajo.	Alipio, 60 años, comercio.
Daniela, 22 años, estudio y trabajo.	Héctor, 46 años, comercio
Ana, 19 años, estudio.	Julio, 53 años, comercio gastronómico.
Jessica, 19 años, estudio.	

## Perfil de los participantes en la ciudad de Salto

Jóvenes	Adultos
Daniel, 20 años, no hago nada.	Marcelo, 41 años, municipal.
Macarena, 18 años, 6to. de liceo.	Selva, 55 años, soy peluquera.
Jimena, 18 años, estudio.	Héctor, 54 años, soy consejero.
Marcelo, 24 años, trabajo.	Silvina, 46 años, soy ama de casa.
María José, 20 años, estudio.	María José, 51 años, soy docente y además tengo un taller de decoración, de confección.
Martina, 17 años, estudio en UTU.	René, 42 años, soy psicóloga.
Andreína, 19 años. Primer año de Facultad.	Ramón, 49 años, mantenimientos del Hospital.
Federico, 20 años, estudio.	Héctor también, 52 años, plomero.
Florencia, 21 años y estoy en cuarto de Facultad de Derecho.	
Flavia, 22 años, estudio.	
Rodrigo, tengo 19 años y estudio en UTU.	

## Contenidos de la pauta

**En el caso de la música los objetivos fueron:** identificar gustos, motivaciones y orígenes de los gustos musicales. Explorar la imagen social de los géneros musicales.

**Las preguntas formuladas fueron:**

¿Les gusta escuchar música? ¿Qué música prefieren? ¿Qué géneros, qué grupos?

En particular ¿tienen alguna preferencia por música uruguaya? ¿y local? ¿Sí, no, por qué? ¿Qué les transmite esa música? ¿Por qué les gusta? ¿Quiénes intervienen en lo que les gusta? (amigos, padres, en el liceo, sugerencias en Internet).

(Se trabajó con fragmentos de música, en particular: cumbia, folclore, clásica y rock nacional.)

Los resultados del informe de 2009 nos llevaron a optar por dichos géneros. En este informe el primer lugar en las preferencias musicales lo ocupa el folclore y era nuestro interés corroborar si era así. El interés para el equipo consistía en conocer cuáles eran las opiniones que surgían sobre la cumbia, especialmente desde los jóvenes, y si contrastaban o no con la de los adultos. A su vez se indagó si a la hora de manifestar este gusto por la cumbia se establecían diferencias entre cumbia, cumbia villera, música tropical y en algunos casos, salsa. La elección de la música clásica permitió conocer contrastes entre los gustos, conocer opiniones y cómo se posicionaron los participantes ante este estilo. Con relación al rock, el interés estuvo en conocer en qué medida en estas ciudades el rock nacional es conocido y de qué manera se manifiesta desde los participantes la competencia con el rock argentino y/o ritmos similares del lado brasileño.

**En el caso del cine los objetivos fueron:** identificar gustos en géneros cinematográficos. Hábitos respecto al cine y ver películas. Identificar opiniones en relación al cine nacional y reconocimiento de las películas recientes.

**Las preguntas formuladas fueron:**

¿Les gustan las películas? ¿Qué géneros: acción, comedias, humor, cowboys, románticas? ¿Cuáles han sido las películas importantes para ustedes? Mencionen alguna que recuerden en particular y por qué.

¿Dónde miran cine: en la televisión o también van a una sala? ¿Han visto películas uruguayas? ¿Qué les pareció? ¿Alguna les hizo sentir identificados como uruguayos?

¿Recuerdan alguna película que les haya gustado o impactado mucho en los últimos tiempos? ¿cuál y por qué?

¿Ven cine de Argentina o de Brasil? ¿Les gusta? ¿Establecen diferencias con el cine uruguayo? ¿Y con el norteamericano y/o europeo?

Se trabajaron fragmentos de películas: Miss Tacuarembó, El Baño del Papa, 25 Watts y En la Puta Vida.

La elección de Miss Tacuarembó y El Baño del Papa, se debió a que ambas películas fueron filmadas y muestran el interior del país. A partir de ellas, se intentó indagar en la incidencia de la frontera y qué percepción tenían los participantes. Por ejemplo, verificar si reconocían que ambas eran uruguayas.

25 Watts resultó ilustrativa, es en blanco y negro, y el tema central del film son los jóvenes. En la puta vida fue elegida por ser una de las primeras películas comerciales uruguayas. Esto permitió conocer si los jóvenes habían escuchado hablar de esta película y si la habían visto.

**En el caso de la televisión los objetivos fueron:** identificar programas favoritos. Explorar sobre el conocimiento y consumo de la televisión uruguaya y las referencias que surgían con la televisión argentina y brasileña.

**Las preguntas formuladas fueron:**

¿Cuáles son sus programas favoritos: telenovelas, series, periodísticos?

¿Qué los hace diferentes de otros programas, por qué la elección?

¿Qué debe incluir un programa para que les guste? (conductores, actores, dinámica, tema)

¿Qué opinan del programa de Tinelli, Bailando por un sueño?

Les gusta o no, y por qué. ¿Les gustaría participar o que se hiciera en Uruguay?

En cuanto a telenovelas, ¿cuáles les gustan más? ¿Tienen preferencia por alguna de otro país? ¿Por qué?

De los programas uruguayos, ¿cuáles les gustan y por qué?

¿Qué le falta a la televisión uruguaya?

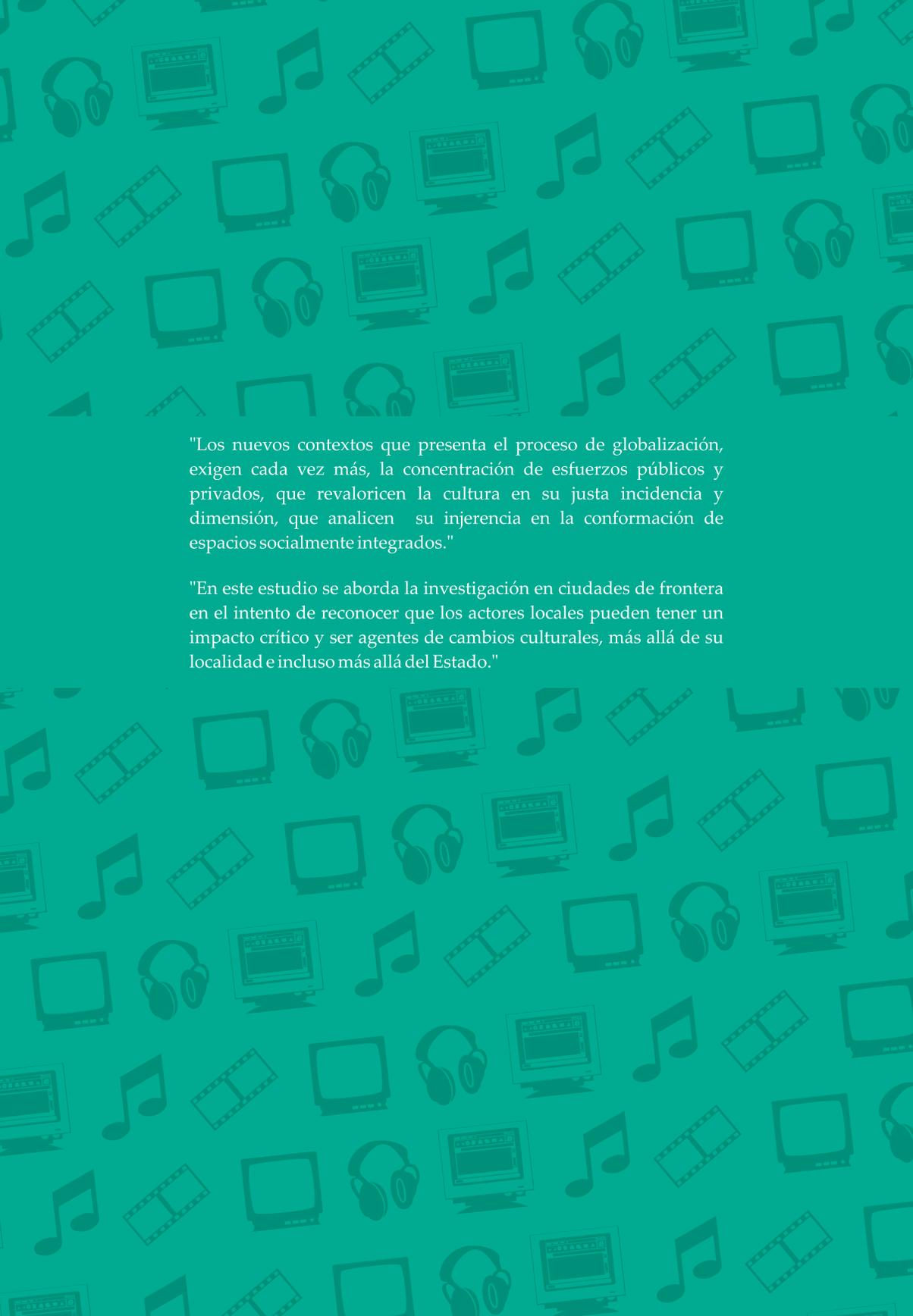


## Bibliografía

- Achugar, Hugo - Rapetti, Sandra- Dominzain, Susana - Radakovich, Rosario. (2003) *Imaginario y consumo cultural. Primer Informe Nacional sobre consumo y comportamiento cultural.* Uruguay 2002. Trilce, Montevideo.
- Achugar, Hugo. (1992) *La balsa de la medusa. Ensayos sobre identidad, cultura y fon de silgo en Uruguay*
- Arocena, Felipe (Coord) *Regiones culturales del Uruguay, MEC- PNUD-UDELAR, 2011 (en prensa).*
- Boisier, Sergio. (1997) *“Modernización y territorio”* Santiago de Chile. ILPES - CEPAL.
- De Certeau, Michel. (1996) *La Invención de lo Cotidiano I. Artes de Hacer.* México: Universidad Iberoamericana
- Dominzain, Susana - Rapetti, Sandra - Radakovich, Rosario. (2009) *Imaginario y consumo cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo Cultural y Comportamiento Cultural.* Uruguay 2009. MEC -FHCE- CCE, Montevideo.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook friends: Social capital and College Students Use of Online Social network Sites, Dept. of Telecommunication, Information studies, and Media, Michigan State University, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4), article 1, <http://indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
- Gallino, G. y otros. *Vidas 2.0. La transformación de lo cotidiano en los tiempos de las redes sociales electrónicas,* Universidad de Montevideo, 2011, [http://www.um.edu.uy/universidad/reportajes/353\\_Redes-sociales-76-de-jovenes-cree-que-son-parte-de-su-rutina/#imagenes](http://www.um.edu.uy/universidad/reportajes/353_Redes-sociales-76-de-jovenes-cree-que-son-parte-de-su-rutina/#imagenes)
- García Canclini, Néstor.( 1999) *El consumo cultural: una propuesta teórica.* En Sunkel, G. *El consumo cultural en América Latina.* Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Grimson, Alejandro. *Fronteras, estados e identificaciones en el Cono Sur.* <http://www.globalcult.org.ve/pub/Clacso2/grimson.pdf>
- Grupo Radar, *El perfil del internauta uruguayo 2010, mayo 2011,* <http://www.gruporadar.com.uy/01/wp-content/uploads/2011/05/El-perfil-del-internauta-uruguayo-2010.pdf>
- Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean (2009) *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna.* ANAGRAMA. Barcelona.
- Martín Barbero, Jesús. (2007). *Tecnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opciones de la comunicación en el nuevo siglo.* En Denis de Moraes (Coord). *Sociedad mediatizada.* Barcelona, Gedisa.
- Martín Barbero, Jesús (1988) *“Euforia tecnológica y malestar en la teoría”* Bogotá. *Diálogos de la Comunicación*, No.20.
- Ortiz, Renato. (1997) *El otro territorio* Buenos Aires. Universidad Nacional del Quilmes.
- Radakovich, R. *Retrato cultural. Montevideo entre cumbias, tambores y operas,* LICCOM/UDELAR, 2011 (en prensa).
- Radakovich, R., Rapettis, R. (2011) *Caracterización del consumo cultural en regiones del Uruguay.* En: Arocena, Felipe (Coord) *Regiones culturales del Uruguay, MEC- PNUD-UDELAR, 2011 (en prensa).*







"Los nuevos contextos que presenta el proceso de globalización, exigen cada vez más, la concentración de esfuerzos públicos y privados, que revaloricen la cultura en su justa incidencia y dimensión, que analicen su injerencia en la conformación de espacios socialmente integrados."

"En este estudio se aborda la investigación en ciudades de frontera en el intento de reconocer que los actores locales pueden tener un impacto crítico y ser agentes de cambios culturales, más allá de su localidad e incluso más allá del Estado."