



**Avilés, José Luis**

*Las fiestas populares y sus participantes; una aproximación a las repercusiones del turismo sobre la fiesta del carnaval en Gualeguaychú*

**Tesina presentada para la obtención del título de Licenciado en Turismo**

**Director:** *Lic. Marcelo Mancini*

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el repositorio institucional RDI, que procura la reunión, el registro, la difusión y la preservación de la producción científico-académica éditada e inédita de la Universidad Nacional del Comahue.

Para más información, visite el sitio:

<http://rdi.uncoma.edu.ar/>

La iniciativa está enmarcada en la Ord. N° 0173/2014, con el objetivo de reunir y brindar acceso libre y gratuito a la información científica y académica, producto de las actividades de investigación, docencia y gestión institucional, a fin de garantizar la libre disponibilidad y acceso abierto al conocimiento científico.

**Licenciamiento**

Esta obra está bajo una licencia Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Argentina de Creative Commons.

Para ver una copia breve de esta licencia, visite

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>.

Para ver la licencia completa en código legal, visite

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/legalcode>





**Universidad Nacional del Comahue  
Facultad de Turismo**



**“Las Fiestas Populares y sus participantes;  
una aproximación a las repercusiones del turismo  
sobre la fiesta del Carnaval en Gualeguaychú”**

**Tesista: José Luis Avilés.**

**Tutor de tesina: Licenciado Marcelo Mancini  
Carrera: Licenciado en Turismo**

**Gualeguaychú, 14 de Octubre de 2011.**



### **Agradecimientos:**

*En este momento concluyente y tan importante en mi vida quiero recordar y expresar mi agradecimiento a todas las personas con quienes compartí este largo camino en la universidad.*

*Primero a todos los profesores de la Facultad de Turismo de la Universidad del Comahue por haber puesto a disposición su sabiduría, su experiencia, su vocación. A quienes trabajan en esta facultad por su ayuda, por los mates y su buena onda.*

*A los compañeros con quienes compartí tantas horas de estudio, salidas, viajes y muy especialmente a Marcial, Gustavo, Juan y Hernán que se convirtieron en mis hermanos en la Patagonia. A todos y cada uno de ellos les agradezco con el corazón y les dedico esta tesina. Estas son excelentes personas que me hicieron fácil lo difícil que resulta por momentos vivir tan lejos de casa.*

*También a todas las personas que me ayudaron en la elaboración de esta tesina, a mi profesor tutor Lic. Marcelo Mancini por brindarse con tanta humildad a trabajar en este proyecto, a todos los que de forma desinteresada accedieron a darme su testimonio y conocimiento y a quienes me ofrecieron consejos.*

*No quiero olvidarme de mi paso por la Universidad Autónoma de Entre Ríos en Concepción del Uruguay donde comencé a comprender de qué se trata la vida universitaria, donde descubrí de que se trata el turismo y donde me señalaron el camino hacia el sur de nuestro país. A todos mis profesores, compañero y amigos allí, les agradezco profundamente.*

*Y finalmente quiero agradecerle con el corazón a mi papá Luis, mi mamá Inés y mi hermana Victoria, por su estímulo, por su apoyo, por su paciencia y mejor por su ejemplo. A ellos tres les expreso todo mi amor y eterno agradecimiento.*

**Índice:**

|   | <i><b>Página</b></i> |
|---|----------------------|
| <b>Primera Parte: ‘El tema’</b>                                     |                      |
| <i>Introducción.....</i>  | <i>5</i>             |
| <i>Problema de investigación.....</i>                               | <i>7</i>             |
| <i>Justificación.....</i>   | <i>9</i>             |
| <i>Objetivos.....</i>   | <i>10</i>            |
| <i>Marco referencial.....</i>                                       | <i>11</i>            |
| <i>Marco teórico.....</i>   | <i>12</i>            |
| <i>Aspectos metodológicos.....</i>                                  | <i>21</i>            |
| <b>Segunda Parte: ‘Los resultados’</b>                              |                      |
| <i>Funcionamiento y organización de la fiesta del carnaval.....</i> | <i>24</i>            |
| <i>La participación del Estado.....</i>                             | <i>30</i>            |
| <i>La evolución del carnaval.....</i>                               | <i>35</i>            |
| <i>Turismo de carnaval.....</i>                                     | <i>40</i>            |
| <i>La participación del público.....</i>                            | <i>44</i>            |
| <i>Percepción de los entrevistados.....</i>                         | <i>51</i>            |
| <b>Tercera Parte: ‘Las conclusiones’</b>                            |                      |
| <i>Conclusiones.....</i>  | <i>58</i>            |
| <i>Recomendaciones.....</i>   | <i>60</i>            |
| <b>Bibliografía.....</b>  | <b>62</b>            |
| <b>Anexos.....</b>  | <b>65</b>            |



**Primera Parte: 'El tema'**

*Introducción*

*Problema de investigación*

*Justificación*

*Objetivos*

*Marco referencial*

*Marco teórico*

*Aspectos metodológicos*



## **Introducción:**

El Carnaval de Gualeguaychú es una de los eventos que a partir de un trabajo serio y dedicado de los clubes y el talento artístico de la gente de la ciudad se ha convertido en una de las fiestas populares más reconocidas y con mayor poder de convocatoria en nuestro país. Esta situación es ampliamente reconocida y si acaso alguna persona buscara información sobre este carnaval, inmediatamente puede saber de las noches de desfile, el corsódromo, cuales son las comparsas que desfilan, sus temas, la música y mucha otra información de especial interés para el turista. Pero muy poco se sabe de su historia de más de 100 años, de los trabajos que hacen durante el año esperando al verano y nada se sabe aún de los procesos que afectan la fiesta desde que esta comenzó a recibir turistas en las últimas 3 décadas. Extraña situación si se tiene en cuenta que se trata de un patrimonio cultural tan intensamente explotado y de suma fragilidad.

La siguiente tesina pretende dar luz sobre el desconocimiento que hay en la fiesta popular del carnaval de Gualeguaychú con relación a las transformaciones que se producen sobre la participación de la comunidad local en la mencionada fiesta a partir de la actividad turística que se desarrolla en base a este patrimonio.

Para comenzar a desentrañar lo que no se conoce del carnaval a continuación se presenta la tesina dividida en tres partes.

La primer parte es una introducción al tema, donde se podrá encontrar la formulación del problema de investigación y los argumentos que justifican la selección del tema. A partir de ello se fijan una serie de objetivos que tienden a describir como fue la participación de la comunidad local y como es en la actualidad siendo afectado por el turismo. Además en este apartado se presenta una referencia para saber de qué se trata el carnaval de Gualeguaychú, junto con el marco teórico y la metodología de investigación.

Ya en la segunda parte comienza a cobrar forma los resultados de la investigación separando el contenido en títulos coincidentes a los objetivos específicos:

El primero es ‘Funcionamiento y organización de la fiesta del carnaval’. Aquí se describe como era la organización y ejecución de la fiesta en el pasado y como es en el presente. Se destaca especialmente el quiebre que se produce a finales de los ’70 lo que acabaría por sentar las bases del carnaval como atractivo turístico.

Después ‘La participación del Estado’ describe de qué manera se involucra el Gobierno de la Provincia de Entre Ríos y la Municipalidad de Gualeguaychú en especial a través de las áreas de Cultura y Turismo.

A continuación ‘La evolución del carnaval’ donde se encuentra contenida la información obtenida sobre cuáles pueden ser los factores que impulsaron el crecimiento del carnaval en las últimas décadas, cuales es la visión a futuro de la fiesta que tienen los entrevistados, y desde cuando la influencia del turismo se hace claramente apreciable.

‘Turismo de carnaval’ contiene una completa descripción de cómo se desarrolla la actividad turística en el interior del corsódromo durante las noches de carnaval, diferenciándose de lo que ocurre fuera del corsódromo. Y también como se desarrolla la actividad en el resto de la ciudad, con precaución de atender los temas específicos de los turistas de carnaval.

En ‘La participación del público’ se presenta como primera medida la definición de ‘Mundo Carnavaleño’ que resultara de suma utilidad en este apartado donde se mostrara como era en el pasado y como es en el presente la participación de residentes de Gualeguaychú y como se da la participación de público no residente en la fiesta de carnaval.

Como último título de esta segunda parte se presentan las apreciaciones más personales de los entrevistados, dando lugar a la percepción que ellos tienen en cuanto a cómo vivieron el carnaval cuando lo conocieron y las diferencias con la actualidad, adoptando la forma de sensaciones, sentimientos o formas de festejos. Incluso se presentan las ideas que tienen en cuanto al significado que creen que posee esta fiesta popular para la ciudad y cuál es la fiesta de carnaval que perciben como genuina.

Finalmente en la tercera parte se presentan las conclusiones de la investigación concentrando en unos pocos párrafos las transformaciones detectadas en la participación en la fiesta para acabar con la resolución del objetivo general de la investigación. Aprovechando la oportunidad de poder contribuir con esta fiesta y posiblemente otras a partir de los hallazgos hechos se presentan algunas pocas recomendaciones con la intención de alentar nuevas investigaciones en torno de esta fiesta para preservar uno de los más ricos patrimonios culturales de la provincia y la ciudad.



### ***Problema de investigación:***

Hace algo más de un año, la Subsecretaría de Cultura de la Nación<sup>1</sup>, difundió en su página web los resultados de un relevamiento a nivel nacional sobre fiestas y festivales populares. Allí se revela que en Argentina se realizan siete fiestas por día, algo de 2700 fiestas populares por año a lo largo y ancho del país. Todas con las más diversas motivaciones, donde más de la mitad son fiestas religiosas, otras recuerdan hechos históricos del pueblo o la ciudad, una actividad económica, una expresión artística o folklórica, etc. Si bien cada fiesta tiene su propia historia y motivos, por lo general en casi todas ellas se desarrollan actividades paralelas, como juegos, competencias, bailes, concursos, comidas, exposiciones, venta de merchandising, entre otras. Estas fiestas definitivamente forman parte de la práctica cultural generalizada del pueblo, no se asocian de ninguna manera a una mejor o peor condición socioeconómica o educativa de la población y se pueden desarrollar en medio de las ciudades, el campo, a orillas de los ríos, o en medio de la montaña.

En este listado de fiestas populares de la Subsecretaría de Cultura de la Nación figuran las grandes celebraciones colectivas, como el “Festival de Cosquín”, la “Fiesta de la Vendimia” o los “Carnavales de Gualeguaychú”, junto con otras más pequeñas o menos conocidas como la “Fiesta de la Gallina Hervida”, el “Festival Nacional del Novillo Gordo” o la “Fiesta Provincial del Perro del trabajador Rural” entre muchos otros eventos.

Ampliando la visión hacia un contexto más global también es destacable el aporte que la UNESCO<sup>2</sup> hace de las fiestas populares al reconocerlas como parte central del patrimonio inmaterial de un pueblo, que confiere a cada uno de sus depositarios un sentimiento de identidad y de continuidad, ya que se lo apropian y lo recrean constantemente. A la vez, y siempre para la UNESCO, las fiestas populares son una clara representación de la cultura local y fácilmente se pueden convertir en un recurso de base para la competitividad de los espacios turísticos, aunque poniendo en juego todo su patrimonio.

A escala local, las fiestas populares que logran ser reconocidas y atraer gran cantidad de turistas son muy valoradas por cualquier destino en base a su importante participación en la escena turística y la economía local. Así ocurre que académicos, privados y administradores públicos se concentran en estudiar la manera de optimizar los beneficios que genera la actividad. Pero sin embargo, con frecuencia se deja en segundo plano el estudio y la adopción de medidas de protección de los componentes que integran el patrimonio de una localidad como por ejemplo las fiestas populares, en este caso.

Gualeguaychú es uno de los destinos de la Argentina que hace un uso intensivo de su patrimonio, con una amplia oferta turística que abarca desde los más diversos paisajes de playas, parques, los museos, su historia, eventos y, por supuesto, el “Carnaval del País”<sup>3</sup>. El Carnaval de Gualeguaychú es hoy una de las fiestas populares de la ciudad que gozan de reconocimiento nacional e internacional. Durante su siglo de vida, la fiesta de carnaval fue evolucionado de diversas formas, pero es en los últimos 30 años donde ha sufrido la mayor transformación en su historia cuando deja de ser una fiesta de pueblo con una intensa participación de público local,

---

<sup>1</sup> [http://www.argentina.ar/\\_es/cultura/C2114-argentina-pais-de-fiestas-populares.php](http://www.argentina.ar/_es/cultura/C2114-argentina-pais-de-fiestas-populares.php)

<sup>2</sup> [http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL\\_ID=34325&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=34325&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

<sup>3</sup> Nombre que recibe la fiesta del carnaval de Gualeguaychú.

casi exclusivamente, y se transforma en un evento de gran jerarquía y una de las fiestas populares más convocantes del verano argentino.

A partir de lo expuesto se plantea el problema de investigación que se centra en el desconocimiento que existe sobre las nuevas condiciones de participación del público local en la fiesta del carnaval de Gualeguaychú que surgen con el turismo y las transformaciones que esto produce en la fiesta popular de esta ciudad.

Como ocurre con relativa frecuencia con el patrimonio de este y otros destinos, los actores involucrados en la actividad turística local sólo estudian como optimizar los beneficios económicos, dejando de lado el análisis de alternativas para proteger los elementos del patrimonio en general y de la cultura en particular. Es a partir de la consolidación de Gualeguaychú como destino turístico, basado casi exclusivamente en la fiesta del carnaval, que ha crecido la interacción y la relación de intercambio entre residentes y turistas. Este encuentro produjo profundos cambios y transformaciones en las normas de conducta, costumbres y tradiciones culturales de la población local y especialmente en la mayor fiesta de la ciudad.

Esta compleja situación plantea algunos interrogantes tales como ¿cuáles son las principales diferencias entre el carnaval “de pueblo” de hace años y el reconocido carnaval de hoy? Y en tal caso ¿cuáles son los factores que motivaron el crecimiento y la transformación del carnaval? Sobre los efectos o transformaciones en el público local ¿cómo era la participación del público local hace 30 años y cómo lo es hoy? A partir del reconocimiento de la fiesta que motiva la llegada de un importante número de turistas y empresas a la ciudad y al evento ¿cómo responden los participantes locales de la fiesta ante la llegada de estos nuevos actores?, ¿cuáles son las actividades turísticas más comunes que se desarrollan alrededor del carnaval? Ya es evidente que en relación directa al crecimiento en la demanda de carnaval ocurre que año tras año el nivel del evento se exige y se supera a sí mismo, cada vez más personas buscan la manera de formar parte de las comparsas y crece el número de servicios complementarios a su alrededor, en suma, ¿qué ocurre en la fiesta popular y su gente con la instalación del fenómeno turístico?

Logrando responder a estos interrogantes esta investigación pretende convertirse en una aproximación a los estudios de las repercusiones socio-culturales del turismo que se manifiestan sobre las fiestas populares y sus participantes.

### ***Justificación:***

En la interacción que se da entre los turistas y residentes suele crearse una serie de circunstancias que posibilitan la modificación o la transformación de rasgos esenciales en el patrimonio de una comunidad que han dado fundamento del desarrollo del turismo. Para esta investigación es de interés conocer lo que sucede con un patrimonio cultura altamente sensible como es una fiesta popular, especialmente si se tiene en cuenta que una de las características de cualquier fiesta es la alta interacción entre los participantes.

La presencia de corrientes turísticas en un núcleo receptor posibilita la coexistencia de dos realidades separadas, “universo del turista” y “universo del residente”, en el mismo espacio físico. El turista se encuentra separado de “los residentes por los factores de dominio, la distinción trabajo-ocio y todas las diferencias culturales se muestran en situaciones o encuentros particulares que serán el mayor factor de influencia en el entendimiento o rechazo.” (Santana, 1997).

Es evidente la importancia de la fiesta del carnaval para Gualeguaychú como uno de los elementos que le dan su identidad a la ciudad y que a la vez se ha convertido con el tiempo en el motor económico.

Este trabajo pretende contribuir al conocimiento que se tiene sobre los efectos del turismo en las fiestas populares y más específicamente en la fiesta del carnaval de Gualeguaychú.

### **Originalidad:**

Esta investigación se convierte en una incursión en el estudio de las repercusiones sociales del turismo en la fiesta del carnaval de Gualeguaychú.

También, hacen a la originalidad de este trabajo lo particular de un evento de estas características por lo integrador e intensamente participativo, por su gran importancia y significado para la ciudad, por su magnitud y por su alta jerarquía y reconocimiento en el país y el exterior.

### **Relevancia:**

A la vez, la importancia en los aportes científicos de este estudio radica en los siguientes puntos:

- El estudio de las repercusiones socio-culturales del turismo permitiría rescatar los valores tradicionales de un pueblo y concentra la atención en los factores que penetran casi invisiblemente en las formas de hacer la cultura local.
- Este trabajo posibilita alguna alternativa de aproximación hacia fenómenos complejos como las repercusiones de la interacción entre residentes y turistas y especialmente en el caso de esta fiesta de carnaval que ha sido poco estudiados previamente.
- Significa un aporte práctico fundamental para la toma de conciencia sobre el cuidado en la transmisión de la cultura local a partir de la oferta turística, con la relevancia de permitir una planificación adecuada de los atractivos y servicios turísticos.
- La presentación de un documento como el presente, es además un aporte para estudiosos interesados en las repercusiones socio-culturales del turismo en un destino.
- Y finalmente, se constituye en un documento útil para la consulta en la planificación, diseño y ejecución de políticas turísticas, específicamente, en la adopción de programas de protección de los recursos de un destino.

## **Objetivos:**

### Objetivo general:

☞ Conocer la evolución de la participación de la población local en la fiesta del Carnaval de Gualeguaychú a partir de la actividad turística generada a su alrededor.

### Objetivos específicos:

☞ Describir la estructura y funcionamiento organizacional del carnaval de Gualeguaychú actual y pasado.

☞ Conocer de que manera participan los organismos públicos de cultura y turismo municipal en la fiesta de carnaval.

☞ Describir la evolución que ha tenido el carnaval de Gualeguaychú y señalar los factores que impulsaron su crecimiento.

☞ Conocer de qué manera se desarrolla la actividad turística alrededor del carnaval.

☞ Describir las formas de participación de residentes en la fiesta del carnaval.

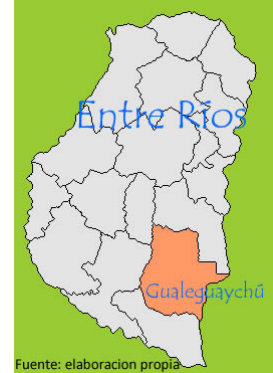
☞ Indagar sobre los cambios y/o transformaciones en las formas de participación de residentes en la fiesta del carnaval.



### **Marco referencial:**

Desde finales del S. XIX Gualeguaychú, como también otras ciudades de la provincia de Entre Ríos, tuvo en su carnaval una fiesta donde tiene lugar la máxima expresión de alegría y diversión colectiva. Por entonces, el corso se desarrollaba por las tardes, ya que la ciudad no contaba con adecuada iluminación eléctrica en las calles públicas.

Ya en las primeras décadas del S. XX, el corso, se extendía por calle 25 de Mayo desde Rocamora hasta Mitre, en pleno centro de la ciudad. Las familias que vivían en estas calles instalaban sobre las veredas palcos que llegaban a cubrir la extensión del circuito. Así sus dueños competían para tener el palco mejor adornado e iluminado. El desfile consistía en numerosos carruajes que recorrían el circuito llevando las niñas con sus trajes de fantasía. Era tal la cantidad de serpentina y papel picado arrojado por el público en todo el trayecto, que a menudo los cocheros debían detenerse para desatascar los ejes. En ese marco, una de las atracciones más célebres fue la Comparsa de Nerón. Esta representaba al emperador romano, con toda su corte, guerreros, poetas y contaba con 200 integrantes. Sólo una escuadra, ocupaba una cuadra entera del circuito: era la de los guerreros romanos, montados en caballos blancos. Su creador fue Abelardo Devoto, aficionado a la música y a los temas clásicos y su hojalatería de la calle Churrarín servía como centro de trabajo de la comparsa.



En la década del '30, se construye en el centro de la ciudad, una enorme pasarela de madera que se extendía por encima del circuito entre ambas veredas de la 25 de Mayo y en cuya parte superior actuaban las orquestas, murgas y conjuntos. En las décadas siguientes se impusieron las murgas, que al igual que las uruguayas de hoy día, cantaban sus propias canciones que contenían numerosas apreciaciones y críticas sobre temas sociales y de actualidad. Las letras ocurrentes y la gracia de los escoberos, diablos y demás figuras, otorgaban atractivo a las numerosas agrupaciones que venían al centro desde todos los barrios. Por entonces, estos conjuntos se formaban en la periferia de la ciudad y no contaban con presencias femeninas.



Entre los '50 y '60, la irrupción de las murgas con cornetas de caña y papel, enterró a las ingeniosas y divertidas murgas cantadas, con lo que el corso comenzó a languidecer lentamente. Para mediados de la década del 70, parecía que el carnaval de Gualeguaychú ya nada más tenía para ofrecer. Y por si algo faltaba para restarle atractivo, numerosos juegos habían derivado en violencia, por lo que poco a poco, las familias se iban alejando de los cursos.

En 1978 el comerciante Luis E. Daroca por entonces propietario de un supermercado, propone una nueva forma de organizar el carnaval. El mismo "Ike" Daroca, había financiado en los años anteriores, la comparsa que llevaba el nombre del supermercado y su propio apellido al revés: "Acorad". La comparsa Acorad había sido un éxito resonante porque revolucionó el corso donde predominaban las viejas murgas. Pero el esfuerzo financiero difícil de sobrellevar, más la

fuerte creciente del río Gualeguaychú del año 78 que inundó su negocio, hicieron que Daroca desistiera de continuar. Sin embargo, su experiencia le había permitido comprender que si se quería mejorar el nivel del carnaval, se debía organizar de otra forma. En primer lugar, proponía que se cobrara una entrada. Hasta entonces los cursos eran gratis. Y proponía que la recaudación fuera para los que presentaran espectáculos. Para ello, al curso debían organizarlo los propios actores. Y para que no se transformara en una realización meramente lucrativa sugería que quienes presentaran espectáculos y organizaran el carnaval, no fueran personas particulares sino instituciones. El Intendente era por entonces el Ingeniero Isidoro Etchebarne y aceptó la



Presentación de la batucada de la comparsa O' Bahía en un club. 1992.  
Fuente: [www.2820historia.com.ar](http://www.2820historia.com.ar)

propuesta, por lo que se llamó a todas las instituciones y entre varias de ellas -eran 16 originariamente- se formó la primera comisión de carnaval, bajo la nueva organización. Al primer curso lo organizaron en 1979. Entre ese año y el siguiente empezó a levantarse el nivel. Influyó en su favor que esta nueva Comisión de Carnaval trajo muchas comparsas de prestigio, como las de Corrientes, otras de Brasil, Concepción del Uruguay y Gualeguay. Ello produjo un efecto de contagio. El gran estallido se produjo en 1981, en cuyos cursos las propias comparsas de Gualeguaychú, dieron un salto en la elevación de su calidad que

alcanzó de golpe un brillo muy cercano al actual. Pero antes de 1981 ya habían nacido algunas de esas comparsas, como Papelitos del Oeste (1977) y O' Bahía (1980). En 1981 aparecen las restantes: Marí Marí, Kamarr y Ara Yeví.

1981 es el año del gran salto en la calidad del espectáculo. Porque no sólo Papelitos había alcanzado un altísimo nivel sino que además, irrumpe en forma espectacular Marí Marí que debuta ganando; aparece también Kamarr, en una categoría inferior ostentando gran lujo en sus detalles y Ara Yeví que también debuta ese año, más O' Bahía, que salía por segunda vez. Todas ellas que son las comparsas que se presentan todavía, además de otros grupos ya desaparecidos.

### ***Marco teórico:***

#### Cultura, Comunidad e Identidad:

De acuerdo a Hoebbel. A y Weaver (1982) como resultado de la evolución biológica, los seres humanos adquirieron la capacidad de producir cultura y al mismo tiempo convertirse en producto de estas culturas. La cultura, al igual que la vida, empezó de una forma muy sencilla, fue creciendo gradualmente y ha asumido una gran variedad de formas en una continuidad ininterrumpida a partir de las formas previas.

Para este autor existe una conformidad acerca de los siguientes puntos básicos referidos a la cultura:

- La cultura se refiere a todos los comportamientos de un grupo.
- Todos los aspectos de la cultura de cada grupo están íntimamente entrelazados en un modelo, que es único para este grupo.
- Las culturas cambian como resultado del contacto entre los grupos humanos, de las interacciones con el medioambiente natural y las fuerzas existentes dentro del grupo, que crean nuevos problemas y perspectivas.
- Cada cultura es un conjunto de símbolos.

- Toda la vida social tiene lugar en los grupos.
- Cada cultura posee un margen de comportamiento permisible y no un conjunto de reglas inflexibles que determinen la forma en que debe ser llevada a cabo cualquier actividad.
- Cada cultura es transmitida de generación en generación por medio de unos procedimientos y técnicas específicas.

Por su parte, Berenguer y otros (1984) definen a la cultura como el *“modo común de pensar de manera organizada de aquellos individuos pertenecientes a una sociedad para desarrollar actividades sociales coherentes al grupo que la produce, tanto material como de acción espiritual. Pensar de manera organizada se refiere al modo conocido de transmitir las ideas de unas personas a otras en forma que todos lo entiendan y para los cuales el lenguaje viene a ser el vehículo básico de la relación humana culturalmente organizada. Esto significa que la cultura toma sentido a partir del lenguaje, pues este representa no solo un modo específico de identificar al individuo con otros medios simbólicos de relación y reconocimiento de la realidad, sino que además, hace posible obtener un conocimiento preciso de la cultura por el hecho de que él se incluye, además de una estructura semántica, vocabularios o formas de designar las cosas y el comportamiento de los miembros de una sociedad”*.

De todas formas un solo miembro de una sociedad, según Hoebbel y Weaver (1982), no muestra nunca todos los comportamientos presentes en su cultura. La memoria puede ser imaginada como un banco de memorias del grupo, pues ninguna persona conoce, puede operar o puede explicar toda la cultura. Cada individuo, con su papel particular dentro de la sociedad, comprende y desempeña tan solo una pequeña parte del repertorio total. Pero tomados en conjunto, un número suficiente de representantes de una sociedad pueden mostrar y explicar las normas y reglas de comportamiento, valoración y actividad dentro de esta sociedad determina.

Son oportunos los aportes sobre las representaciones sociales que hace Moscovici entendiendo esta como una modalidad particular del conocimiento, que tiene la función de elaborar los comportamientos y la comunicación entre individuos. Ha de tenerse en cuenta que para este autor la representación es un corpus organizado de conocimiento y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen perceptible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación y hacen posible la acción. Por ejemplo gracias a las representaciones sociales un niño va formando los ideales del ‘yo’, el ‘yo ideal’ y todo lo relativo a la conciencia moral de un mundo que para este individuo se presenta como instituido. (Saltalamacchia, 2005)

Sobre comunidad habla Kruse (1967) y se refiere a ella como *“un grupo social cuyos miembros participan de algún rasgo, interés, elemento o función común, con conciencia de pertenencia al grupo y sentido de solidaridad con sus pares, establecidos en una determinada área geográfica en la cual las personas interaccionan”*.

Por otra parte, todas las personas que pertenecen a una comunidad con organización social comparten una identidad que nace en su cultura. Con frecuencia estos términos pueden confundirse, como también lo dice Flores: *“En muchos casos se confunde identidad con cultura, aunque no debería ser así, porque en realidad identidad tiene que ver con semejanzas entre personas pertenecientes a un conjunto determinado según algún criterio lógico”*. La misma autora define la identidad como la manera en que los miembros de un grupo consideran propias a las instituciones que le dan valor y significado a los componentes culturales de su sociedad y su historia, sobre la base de aquellos atributos, rasgos, símbolos característicos que les permiten reconocerse como miembros de un grupo. Entonces es evidente que *“la identidad solo puede existir en la medida en que se encuentren diferencias de acuerdo al mismo criterio. Es decir que*

*todos los miembros del grupo serán idénticos entre sí y diferentes a los que integran otros grupos de acuerdo al criterio de identidad elegido”* (Sampayo y Flores, 2005).

Dicho de otra manera la identidad es aquello que nos distingue de los demás y a la vez permite aseverar que somos los mismos en distinto momentos de tiempo. Identificar primero quiere decir singularizar, distinguir algo como una unidad en un momento y espacio. En segundo lugar la identidad tiene que ver con una representación que tiene la persona, es aquello con lo que el sujeto se identifica a sí mismo. Por otra parte Villoro (1998) entiende que la identidad de un pueblo es lo que un sujeto se representa cuando se reconoce o reconoce a otra persona como miembro de ese pueblo. Resulta ser una construcción intersubjetiva, compartida por la mayoría de los miembros de un pueblo que constituiría un ‘si mismo’ colectivo. Esta realidad colectiva consiste en el modo de sentir, comprender y actuar en el mundo y en formas de vida compartidas que se hallan en la culta. (Flores Mercado, 2004).

Por otra parte, Crespi y Panells (2003), en lo que se refiere a la identidad cultural, esta se compone de un sistema de diversos contenidos, creencias, ideas y pensamientos, de valores, normas, conocimientos, intenciones y deseos explícitos y conscientes, de emociones y pasiones, de ilusiones y motivos inconscientes presentes en una comunidad en un momento histórico dado.

#### Habitus, Campo, Capital.

Si se considera que la producción, transmisión y apropiación de las formas simbólicas de la cultura acontecen en un contexto socio-histórico dado, entonces se necesitan otras herramientas teóricas para comprender y analizar dichos contextos. En este sentido los aportes de Bourdieu con los conceptos de Campo, Habitus y Capital son oportunos para realizar los análisis socioculturales.

El campo es una red de relaciones objetivas entre posiciones, estas son definidas por los agentes o las instituciones y por su situación actual potencial en la estructura de la distribución de las diferentes formas de poder o capital; la posesión de algún tipo de capital (poder) les da ventajas específicas que están en juego en el campo y finalmente por sus relaciones objetivas con las otras posiciones (Bourdieu, 1994).

El capital es aquello que es eficiente en un campo determinado, bien como un arma, como una herramienta, que le permita al que lo posee ejercer un poder o influencia, en definitiva existir en el campo. El capital se manifiesta como: ‘capital económico’ que puede ser directamente convertible en dinero y resulta indicado para la institucionalización en forma de derechos de propiedad; ‘capital cultural’ que bajo ciertas condiciones se puede en capital económico y resulta apropiado para la institucionalización en forma de títulos académicos; y ‘capital social’ que es un capital de obligaciones y relaciones sociales, que resulta igual convertible en capital económico y puede ser institucionalizado por ejemplo con títulos nobiliarios (Bourdieu, 2000).

Según Bourdieu, la noción de campo ha de ser el centro de las operaciones de una investigación es que de esta manera se evidencia que el objeto de estudio de las ciencias sociales no es el individuo o sujetos, sino agentes. Estos agentes están socialmente constituidos como individuos activos que actúan en el campo por el hecho de que poseen las propiedades necesarias para ser eficientes para producir efectos. Los agentes sociales son portadores de capital que según su trayectoria y la posición que ocupen en el campo, y que en virtud de su dotación de capital, tienen una propensión a orientarse activamente, sea hacia la conservación de la distribución del capital, sea hacia la subversión de esta distribución.

Los individuos están situados en ciertas posiciones dentro del espacio social y siguen, en el curso de sus vidas, ciertas trayectorias. La construcción de la subjetividad de los individuos está por lo tanto estrechamente relacionada con el contexto social y cultural donde se vive y se actúa;



la individualidad, el habitus, es una subjetividad socializada que para ser comprendida es necesario enmarcarla en las coordenadas histórico-sociales donde se constituye. Hablar del habitus es hablar de lo que es individual o personal pues aquello que es subjetivo también es social.

La relación entre el habitus y el campo es en primer lugar una relación de condicionamiento: el campo estructura el habitus el cual es el resultado de la incorporación de la necesidad inmanente de este campo o de un conjunto de campos muy o poco concordantes, pero también es una relación de conocimiento o de construcción cognitiva: el habitus contribuye a constituir el campo como un mundo significativo, dotado de sentido y de valor en el cual vale la pena invertir energías. El habitus es un producto de la historia, es un sistema de disposiciones abiertas que se expone sin parar a experiencias nuevas y que por tanto está afectado permanentemente. (Bourdieu, 1994).

Desde su punto de vista la sociedad es entendida y organizada a través de campos donde los agentes cuentan con diferentes formas de capital y cuya individualidad, el habitus es una subjetividad socializada.

#### Participación:

Para Flores (1996) la participación puede ser entendida como un proceso, una actividad, una estrategia, un derecho y un valor. Montero (1996) profundiza estas ideas básicas y se aproxima a una definición planteando que la participación en un contexto local supone la actuación conjunta de un grupo que comparte los mismos objetivos e intereses, la enseñanza y el aprendizaje, la concientización y socialización, la organización, dirección, ejecución y toma de decisiones de manera compartida, la solidaridad e intercambio de ayudas y diversos grados de compromiso en relación con las modalidades de participación.

Participar no solo significa colaborar u opinar sobre un tema, ni darse por enterado de lo que hacen los funcionarios públicos, sino que la participación tiene la finalidad de influir en la toma de decisiones vinculadas con los intereses de los participantes (Sánchez, 2000). Participar supone un plus de voluntad, de intervención, la pertenencia a un colectivo, a un grupo, a una ciudad, etc. (Pindado, 2000).

Las funciones de la participación también pueden variar según el contexto y la situación, puede tener un carácter expresivo de la identidad y de las prácticas simbólicas, es el momento donde se actúa y se dramatiza la identidad colectiva de una comunidad. Generalmente se ha considerado la participación un instrumento de para la transformación social, cultural y económica.

También Pons et al. (1992), buscaron la relación entre sentimiento de pertenencia a la comunidad y la participación en un barrio de Valencia. Para ellos la participación era entendida como el involucramiento en las asociaciones vecinales, en las fiestas u otras actividades del barrio. Estos autores encontraron que en la organización de actividades del barrio como las fiestas y el centro parroquial, existían los índices más altos de participación y los participantes manifestaban mayores sentimientos de integración con los vecinos, de identificación con el barrio y de satisfacción de vivir en él (Flores Mercado, 2004).

#### La percepción.

Alexandre R. Luria (en Vázquez, 2006) refiere a la percepción integra del objeto como el resultado de una compleja labor analítico-sintética que destaca unos rasgos esenciales e inhibe

otros que no lo son y combina los detalles en un todo cristalizado. A la vez el medio social nos transmite sus propios esquemas de percepción del medio y de nosotros mismo junto con propios patrones culturales.

Más estrictamente como definición *“La percepción humana se halla mediatizada por los conocimientos anteriores del hombre, cristalizados en base a la experiencia anterior, y constituye en sí una compleja actividad analítico-sintética, que incluye la creación de hipótesis sobre el carácter del objeto percibido y la toma de decisión en cuanto a si el objeto percibido corresponde realmente a dicha hipótesis. La forma en que Luria define percepción es activa y mediatizada por el lenguaje que recoge la influencia del contexto del individuo. Por tanto, es la conclusión de Luria que no es que la percepción nos ayude a identificar un mundo fuera de nosotros, sino que lo organiza activamente de acuerdo a la mediación con ese entorno desde adentro del individuo.”* (Vázquez, 2006).

#### Turismo Cultural y Patrimonio:

El turismo cultural puede definirse como *“la actividad que permite a las personas experimentar las diferentes formas de vida de otras gentes y como consecuencia comprender sus costumbres, hábitat, ideas intelectuales y lugares históricos, arqueológicos y de otras significaciones características”* (Chirivella Caballero, 2000).

De acuerdo a Fuster (1964) los objetivos del turismo cultural son:

- Revalorización del patrimonio cultural.
- Favorecer el conocimiento de los pueblos tanto en su devenir histórico como en su actual realidad sociocultural.
- Elevar el nivel cultural de las personas.
- Luchar contra los prejuicios sustentados en la ignorancia de los valores culturales de grupos humanos.

Para Arias Incolla (1997), el patrimonio puede dividirse en natural y cultural, e incluso éste último a su vez puede dividirse también en tangible o intangible. *“El patrimonio cultural intangible es probablemente el más frágil, efímero y quizás el más olvidado y el que menos valoramos, seguramente por su característica de inmaterialidad. Sin embargo aquellas expresiones del patrimonio intangible, como la lengua, la música, la danza, las tradiciones, los mitos, los cantares, las leyendas, que conforman un todo cultural permanecen y se transforman a través de procesos evolutivos a lo largo del tiempo. De todas formas, para conservar y preservar los fenómenos físicos, o más bien tangibles, el hombre necesita conocer y revalorizar aquellos fenómenos inmateriales profundamente relacionados con su existencia, a través de su propio modo de ser y de vivir, para poder convertir ese patrimonio en algo vivo que es parte indisoluble de la memoria colectiva de un pueblo”*.

La presencia de un importante patrimonio natural y/o cultural en un destino turístico que reúna características que resulten atractivas son la causa principal del desplazamiento de los turistas, quienes se dirigen hacia el lugar para poder realizar las distintas prácticas del turismo.

#### El Modelo de Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos

No es el objetivo de esta investigación analizar el Ciclo de Vida de Gualeguaychú como destino turístico pero al encontrar el crecimiento del espectáculo tan estrechamente relacionado

al desarrollo del turismo en esta ciudad se hace necesario incorporar algunos conceptos de esta teoría que faciliten la comprensión del tema.

De acuerdo con la teoría del ciclo de vida que propone Martín (2004), las características que presenta una entidad varían a lo largo de su existencia las cuales se pueden describir a través de una secuencia de fases en orden donde es previsible su evolución. Aquí el entorno puede influir alargando o acortando sus fases pero no en el proceso mismo ya que este es constante.

En la actualidad el modelo propuesto por Butler (en Martín, 2004) es ampliamente aceptado y utilizado ya que es un modelo completo que explica la evolución de los destinos por los cambios del espacio y de las actitudes de los turistas y residentes, junto con el número y composición de las visitas, el alcance de los agentes locales y externos, la accesibilidad al destino y la competencia. Las hipotéticas fases comprenden la exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y post-estancamiento (declive, estabilización o rejuvenecimiento).

*“La curva del CVDT ilustra el crecimiento y caída de la popularidad de un destino turístico que depende de la evolución de una variedad de factores tales como las preferencias y necesidades de los turistas, el gradual detrimento y posible sustitución de las infraestructuras y servicios, y de los cambios o desaparición de las atracciones originales tanto naturales como culturales que fueron responsables de la fama inicial del destino.” (Butler en Martín, 2004: 31).*

Martín también reúne adecuadamente otros autores para describir mejor los tipos de turistas que visitan un destino en sus distintas fases. *“Inicialmente el destino es descubierto por un pequeño número de turistas - denominados por Plog (1974) como ‘alocéntricos’ y por Cohen (1972) como ‘sin rumbo fijo’ o ‘exploradores’ - que se caracterizan por ser aventureros, innovadores y sociables, y tienden a evitar los viajes institucionalizados realizando sus propios planes de viaje. Cuando eligen un destino se aseguran que sea muy diferente a lo que están acostumbrados, es decir, destinos insólitos y remotos. Prefieren destinos no turísticos e intentan llevar un estilo de vida parecido al de los residentes tratando de aprender su cultura. No tienen por costumbre repetir la visita. Cuando el destino se va haciendo más popular, es visitado por turistas ‘mesocéntricos’ (Plog, 1974) a los que también les gusta lo novedoso y tienen deseos de explorar, pero comienzan a exigir ciertas comodidades ofrecidas en forma de servicios turísticos. Una vez alcanzado el estadio de madurez - denominación que reciben las fases de consolidación y estancamiento en el modelo clásico del CVP -, el turista necesita un alojamiento confortable y otra serie de servicios por lo que, aunque sigue manteniendo un gran control sobre el viaje, suele contratar paquetes turísticos. En la fase de declive, cuando el destino ya es muy conocido, es visitado por aquellos turistas - denominados por Plog (1974) como ‘psicocéntricos’, y por Cohen (1972) como ‘turismo de masas’ - que prefieren destinos a los que estén familiarizados que les inspiren seguridad y confianza. Gastan y viajan menos, sus estancias son de corta duración y además no toman las decisiones por sí mismos sino que el itinerario del viaje está previamente acordado – viajes organizados -. Este tipo de turistas suele repetir la visita.” (Martín, 2004: 39-40).*

#### Efectos del turismo en el patrimonio cultural

Luis Casasola (1996) señala que cualquier destino turístico busca optimizar los beneficios económicos que genera el turismo y con frecuencia se deja en segundo plano la adopción de medidas de protección de los componentes que integran el patrimonio histórico-cultural. En esta falta de visión los factores que más influyen son la ausencia de planificación y la especulación.

El mismo autor propone que los componentes del patrimonio cultural se pueden agrupar en tres grandes segmentos para analizar en qué forma son afectados cada uno de ellos por la práctica del turismo:

- Zonas y monumentos arqueológicos e históricos, poblaciones y comunidades tradicionales.
- Artesanías y artes populares.
- Lenguas, conocimientos, fiestas, costumbres y valores tradicionales.

Y el grado en que el atractivo cultural puede ser influido por la actividad turística depende de las siguientes variables:

- Los ámbitos de la autoridad con jurisdicción sobre el atractivo.
- Intensidad de uso del atractivo.
- Categoría y jerarquía del atractivo.
- Capacidad de sustentación del atractivo.
- Las modalidades de uso del suelo donde se ubica el atractivo.
- La comercialización excesiva que se hace del atractivo.
- Comportamiento de la población local y los visitantes.

Precisamente, para Martin (2004) *“El progreso de los destinos turísticos puede provocar distintas actitudes - positivas como negativas - en las visitas y en la comunidad anfitriona. En un principio, cuando el destino comienza a ser visitado, el turismo es bien considerado por su aportación económica a la comunidad receptora. Si el desarrollo del destino llega a un punto donde aparecen síntomas de congestión, destrucción del medio o alteración de los hábitos y costumbres de los lugareños, es decir, se alcanza o supera la capacidad de carga del área, la percepción de los residentes acerca de la actividad turística empeora al igual que la actitud hacia el destino por parte de los turistas. En la situación descrita puede disminuir el número de visitas ante la pérdida de los atractivos iniciales por parte del destino y surgir conflictos y hostilidades entre ‘anfitriones’ y ‘huéspedes’”*.

#### Relaciones residente / visitante:

Sobre este tipo de relaciones Agustín Santana (1997) desarrolla una muy buena propuesta:

*“Si bien no es necesario el contacto directo turista – anfitrión para que se dé el impacto, la presencia de corrientes turísticas en un núcleo receptor posibilita la coexistencia de dos realidades separadas, universo del turista y universo del residente, en el mismo espacio físico. El turista se encuentra separado de sus anfitriones por los factores de dominio, la distinción trabajo-ocio, y todas las diferencias culturales se muestran en situaciones o encuentros particulares que serán el mayor factor de influencia en el entendimiento o rechazo.*

*Ahora bien, tal punto de vista – dos mundos separados, dos extremos – peca de cierto simplismo. Podemos situar dos extremos metodológicos: de una parte el ‘mundo turista’, en el que el total de los cambios socioculturales ocurren en el área afectada por el turismo y el área anfitriona viene a ser modelada desde los patrones de los grupos visitantes, y, de otra, un ‘mundo nativo’ en el que no ocurren cambios, y la vida usual anterior al contacto continúa. Éstos deben ser contemplados como los polos de un continuum y cada uno puede ser visto como un ‘tipo ideal’.*

*Se pueden señalar tres contextos básicos de encuentro (De Kart, 1979: 50), éstos son:*

- a) Cuando el turista adquiere un bien o servicio del residente.



b) Cuando el turista y el residente se encuentran uno junto al otro en lugares de ocio, tales como una playa, un parque, un festival o una discoteca.

c) Cuando las dos partes se encuentran cara a cara con objeto de intercambiar información e ideas que faciliten su entendimiento.

De acuerdo con la UNESCO (1976: 82), tales encuentros están caracterizados por cuatro grandes rasgos:

1. Los encuentros transitorios son una característica de la mayoría de las visitas de los turistas temporales y son vistos de manera muy diferente por ambas partes de la relación, en tanto que la relación temporal es diferente para cada grupo interactuante. Es fácilmente comprensible que el anfitrión pueda verla como una relación superficial que se lleva a cabo a lo largo de la estación turística, como una experiencia tautológica y repetitiva, en tanto que se funciona a partir de estereotipos y no de individualidades.

2. Tiempo y espacio continuamente tiene el efecto de obligar e intensificar los encuentros, que a su vez se ven restringidos a los empleados directamente en el sector (por ejemplo, hoteles o apartamentos y sus servicios) o al resto de la población señalada por su tipismo/rareza desde un autobús o desde el ‘gueto turístico’. Si distinguimos, de nuevo, por tipos de turistas hay que precisar que algunos, exploradores y drifters, están suficientemente motivados para mezclarse de inmediato, si bien de forma artificial, con la población residente (Cohen, 1972: 168), mientras que el turismo de masas tiene controlados sus movimientos directamente por los tour-operadores o indirectamente a través de la localización sus ‘guetos’ (completos en lo que a servicios de ocio y descanso se refiere).

3. Además, es típica una suerte de espontaneidad en la mayoría de los encuentros. El turismo toma ciertas relaciones humanas informales y tradicionales del área de actividad, volviendo sus actos de la hospitalidad espontánea a la transacción comercial (De Kart, 1979: 14) (tales como el pago por ver una ceremonia o la artificialidad de una expedición de compras organizada). Los encuentros son preparados con antelación y formalizados, incluso mediante contrato, con el fin de que se encajen en el horario del tour y ofrezcan exactamente lo que el turista espera.

4. Otra característica frecuente de los encuentros viene dada por una relación turista/anfitrión basada en una experiencia desigual y desequilibrada. El anfitrión se siente inferior (UNESCO, 1976: 93) y, para compensar esto, una vez percibidas las debilidades del turista, explota su aparente abundancia.

Podemos, pues, resumir lo dicho en que la relación turista/residente está continuamente variando en grado, incluida en y regulada desde dos sistemas socioculturales diferentes: un sistema nativo, que es invadido por el turismo, y el emergente sistema turístico. Los turistas son inicialmente tratados como parte de las relaciones tradicionales anfitrión/invitado, pero al incrementar su número comienzan a ser menos bienvenidos (Cohen, 1982: 248), alejándose de la relación tradicional. Pasan, pues, del trato familiar a otro que no precisa obligación ni reciprocidad, esto es, el comercio, donde la hospitalidad entra en el dominio económico y el encuentro se basa en la remuneración (Greenwood, 1977)” (Santana, 1997).

#### Actitud de los turistas y residentes

Y Ap y Crompton en Martin (2004) describe la actitud de los residentes separando su percepción en cuatro fases según el impacto que causa el desarrollo del turismo en la comunidad. “En la primera fase denominada ‘abrazo’, los residentes aceptan a los turistas en su comunidad. Posteriormente, en la fase de ‘tolerancia’ se comienza a vacilar o dudar sobre la influencia positiva de los turistas y el desarrollo del turismo en el área. En la etapa de ‘ajuste’ los residentes

*permanecen en la comunidad pero tratan de evitar deliberadamente los lugares frecuentados por los turistas. Finalmente, en la fase de ‘retirada’ los residentes abandonan su localidad durante los períodos de masificación para no coincidir con los turistas.” (Martín, 2004: 41).*

Martin (2004) también advierte que en las distintas fases del CVDT además de los turistas y residentes se pueden encontrar otros grupos de actores como empresas o autoridades públicas que también evolucionan a lo largo del ciclo y cuya importancia relativa puede variara con el tiempo.

### Fiestas Populares

Según Del Arco y otros (1994), en Lázaro Fernández (2000) las condiciones para que las fiestas reciban el calificativo de populares y las diferenciamos de otras que pueden tener un carácter más privado o particular son dos. Las Fiestas Populares son fiestas propias de un grupo mayoritario, lo que implica que son fiestas asumidas por la mayoría de la población y ésta participa en ellas de una u otra forma, o bien la fiesta se encuentra en la base de la comunidad, en su raíz. Sin embargo, puede afirmarse que lo más frecuente es que ambos hechos se den o bien a priori o a posteriori, puesto que cuando el grupo de gente asume protagonismo es porque, normalmente se identifica en el hecho de la fiesta en sí.

De ahí que el sentido de la fiesta sea muy variable y puede reafirmar y exaltar los valores y también los contravalores de cualquier comunidad. Cuando se produce una fiesta en una comunidad, ésta es consecuencia de que dicha comunidad ha tomado conciencia de sí misma.

Las fiestas tienen una serie de funciones como son la liberación de las acciones cotidianas, del trabajo y de la rutina. Algunas pueden ser:

- Promueven la cohesión y vida grupal y comunitaria.
- Afirman el futuro de la comunidad (tendencia al localismo).
- Canalizan los procesos de socialización.
- Vinculan los subgrupos locales.
- Atraen a grupos externos.

Las fiestas representan estados y tiempos específicos en la vida de los hombres y junto con otras manifestaciones, informan la herencia cultural que acumulan las sociedades. La fiesta contiene en sí las distintas tradiciones, creencias y ritos, la música, las danzas, los juegos o competencias, las comidas y bebidas relacionadas con ellas, la ornamentación, expresiones de literatura oral, vestuario, medios de transporte y otros aspectos de la cultura espiritual y material del pueblo. Es, por tanto, una manifestación de la cultura tradicional que resulta básica para el estudio integral de un núcleo social, toda vez que muestra las principales costumbres, hábitos y comportamientos.

En Lázaro Fernández (2000) Cuenca (1994) habla de elementos esenciales, comunidad, espacio y tiempo, por ser aquéllos sin los cuales es imposible hablar de fiesta según el autor:

**Comunidad:** La fiesta se hace con los demás, nunca es cosa de uno, es una realidad comunitaria. En la fiesta el individuo pierde una parte de su autonomía que sólo puede encontrarla en la comunidad. Pueden ser comunidades de distintos tamaños pero con personalidad específica como son las ciudades, pueblos, o barrios. Sin olvidar que cada fiesta, tiene su tamaño ideal, no puede caer en lo demasiado pequeño o demasiado grande, puesto que como la fiesta es la expresión simbólica y social de una comunidad concreta.

**Espacio:** Durante las fiestas se vive el espacio. Las gentes salen a la calle y espacios que habitualmente están destinados a otros usos se convierten en puntos neurálgicos de celebración.

Es decir, durante las fiestas populares los espacios habituales se convierten en espacios extraordinarios. Además, estos espacios en muchas ocasiones requieren de preparación, adorno, y cambio de estética de como son durante el resto del tiempo.

Tiempo: El tiempo de fiesta está marcado por su corta duración.

### Carnaval

El carnaval es una de las fiestas populares de mayor tradición en la historia de la humanidad. Su celebración tiene su origen probable en los rituales paganos a Baco, el dios del vino; en los festines que se realizaban en honor al buey Apis en Egipto; o en las ‘saturnalias’ romanas, en honor al dios Saturno. Los primeros carnavales se remontan a la antigua Sumeria, hace más de cinco mil años, pasando luego la costumbre de la celebración a Egipto y al Imperio Romano, desde donde se difundió por toda Europa, siendo traído a América por navegantes españoles y portugueses en época de colonización y conquista a partir del siglo XV. Con el paso del tiempo, el carnaval fue adoptado por los pueblos que poseen tradición cristiana, precediendo a la cuaresma. El término carnaval proviene del latín medieval ‘carnelevarium’ (quitar la carne) refiriéndose a la prohibición religiosa de consumir carne durante los cuarenta días que dura la cuaresma. En la actualidad, el carnaval se encuentra muy arraigado a la celebración popular, alejándose de su significado religioso<sup>4</sup>.

### ***Aspectos Metodológicos:***

La metodología del presente trabajo alcanza a aquellas personas que por su desempeño en el carnaval, en la actualidad o en el pasado, han alcanzado tal nivel de conocimiento sobre la fiesta que permite obtener información de interés para esta tesina. El trabajo de investigación fue efectuado de manera sincrónica en la pasada temporada 2010/11, en la ciudad de Gualeguaychú, provincia de Entre Ríos.

Lo interesante de la investigación implica conocer mediante el análisis de las percepciones de estos informantes, las repercusiones sociales del turismo en la fiesta del carnaval de esta ciudad. También constituye un singular aporte al conocimiento de los efectos del turístico en otras fiestas populares de la región y el país, que se puede lograr mediante el abordaje cualitativo que permite una perspectiva del tema.

La investigación, se abordó desde los lineamientos del paradigma cualitativo, mediante un esquema Descriptivo, especialmente a partir de que son escasos, sino nulos, los estudios desarrollados sobre los cambios y/o transformaciones que se han producido en la fiesta de carnaval de Gualeguaychú, uno de los elementos del patrimonio cultural inmaterial más característicos y reconocidos de la ciudad, especialmente a partir de la consolidación de la actividad turística en las últimas décadas. Precisamente, la investigación cualitativa es un tipo de investigación formativa que proporciona técnicas especializadas para obtener respuestas acerca de lo que las personas piensan y permite descubrir cuáles son sus sentimientos.

Este enfoque cualitativo incluye la aplicación de un muestreo teórico, donde los resultados que se van obteniendo son los que indican la necesidad de ampliar o no la muestra. De esta forma en el desarrollo de la investigación se fue ajustando el nº y el perfil de los entrevistados.

El eje de estudio de la tesina es analizar las percepciones de los informantes clave vinculados de alguna u otra forma al carnaval, para identificar sus conocimientos y experiencias sobre la

---

<sup>4</sup> <http://www.welcomeargentina.com/carnavales/historia.html>

evolución de la fiesta popular más importante de la ciudad y de esta manera logra un acercamiento a las repercusiones del turismo sobre la participación de la población local en la fiesta del carnaval de Gualeguaychú. Han sido de especial interés el testimonio de periodistas, historiadores, directores de comparsas, directivos de la comisión del carnaval y funcionarios públicos de las áreas de turismo y cultura de la ciudad de Gualeguaychú.

Se utilizó información de fuentes primaria, ya que los datos han sido relevados por el propio investigador. El instrumento seleccionado para la recolección de los datos fue la entrevista guiada, en la cual se desarrollaron una lista de aspectos o temas a explorar. Las preguntas oportunamente se dejaron responder con libertad libre y espontáneamente, sin separarse del tema central. Las mismas entrevistas consistían en el uso de estímulos sistemáticos y respuestas no sistemáticas, en un ambiente formal no estructurado, que se respondían mediante actos verbales orales, a preguntas abiertas.

De esta manera se espera obtener la información necesaria para: hacer una descripción de la estructura y funcionamiento organizacional del carnaval de Gualeguaychú; conocer de que manera participan de organismos públicos en la en la fiesta de carnaval; examinar la evolución del carnaval en las últimas décadas; conocer cuáles son las ofertas turísticas más frecuentes en torno de la fiesta, y finalmente describir la participación de los residentes e indagar sobre los cambios y/o transformaciones en esta participación.

Para el análisis de los datos fue aplicado un método de análisis de contenido, el cual puede definirse como *“la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación cuya finalidad es interpretarla”* (Mendicoa, 2003). Para ello fue necesaria la construcción de un cuadro que incluye un sistema de categorías para el análisis e interpretación de datos obtenidos. Tales categorías han surgido de examinar los resultados de las entrevistas, prestando atención a los objetivos y con un respaldo en el marco teórico que sirvieron para alcanzar las conclusiones de la investigación.



**Segunda Parte: ‘Los resultados’**

Funcionamiento y organización de la fiesta del carnaval

La participación del Estado

La evolución del carnaval

Turismo de carnaval

La participación del público

Percepción de los entrevistados



## ***Funcionamiento y organización de la fiesta del carnaval***

### Funcionamiento Pasado:

En la extensa historia de la fiesta popular del Carnaval de Gualeguaychú han existido dos grandes etapas muy bien definidas ambas con base en su estructura y sistema organizativo. La primera etapa tiene su inicio con la llegada de las primeras fiestas carnestolendas a Gualeguaychú, en las últimas décadas del S. XIX, luego la celebración transcurre durante casi todo el S. XX hasta llegar a la década del '70. La segunda etapa se inicia en 1979 y llega hasta la actualidad. Estas etapas son fácilmente reconocibles y además evidentes por la cantidad de testimonios que se refieren a ello.

Para poner las cosas más claras, se hará referencia a la primera etapa del carnaval como el 'Carnaval Antiguo' y a la segunda etapa como el 'Carnaval Moderno', aunque luego cuando se atienda a esta última etapa seguramente sea necesario hacer alguna otra observación más profunda entre lo que fue el principio y el desarrollo.

#### - El Carnaval Antiguo:

Sin una fecha concreta registrada sobre el inicio de la fiesta, pero según los testimonios y algunos aportes de otros documentos históricos, se puede considerar que el carnaval de Gualeguaychú se comienza a celebrar durante el S. XIX y en más de 100 años de vida fue adoptando distintas formas de celebración. Aunque lo distintivo de este carnaval, para este apartado era su organización.

Este carnaval, llegado desde Europa a través de Montevideo y Fray Bentos, era una fiesta organizada por el Estado Municipal. Y apremiado por los vaivenes que caracteriza a la política en sí misma junto a las idas y venidas de los gobiernos golpistas y democráticos que poblaron el siglo pasado nuestro país, el carnaval de Gualeguaychú sufrió en el mismo sentido momentos de altos y bajos, de desarrollo, de estancamiento, de decaída, de resurgimiento de forma continua y permanente.

*“El carnaval siempre había sido del municipio anteriormente y cambiaban el intendente y venía el otro y lo destrozaba entero y venía el otro y lo quería armar y venía el otro y lo quería volver a hacer” (Numa Frutos, Diseñador, primer director de la comparsa Kamarr).*

En este carnaval el Estado Municipal era la autoridad de la fiesta y para su organización delegaba las acciones organizativas en un grupo de vecinos de la ciudad que se constituían en lo que se conocía como 'Comisión Municipal del Carnaval' o 'Comisión Municipal de las Carnestolendas', pero siempre con la permanente supervisión de las autoridades municipales del momento. Este sistema de organización se mantuvo siempre hasta finales de la década de los '70 cuando surge una nueva estructura de la fiesta.

En cuanto a la forma en que el público participaba de la celebración del carnaval en estos tiempos siempre se caracterizó por la intensa participación e integración de los ciudadanos de Gualeguaychú. Vale recordar que cuando la fiesta recién estaba llegando a la región, allá en el S. XIX, la gente se reunía por las tardes de febrero en las calles de la ciudad a celebrar lo que todavía



era una fiesta sin un gran despliegue, más bien ligado al calendario católico que puntualmente señalaba el inicio de la cuaresma. Ya en el S. XX el corso, como se lo llamaba por entonces, se desarrollaba con algo más de organización, siempre en las calles céntricas de la ciudad. Allí las familias que vivían sobre las calles donde se desarrollaba la fiesta instalaban palcos sobre las veredas y en el circuito desfilaban muchos carruajes decorados para la ocasión y se podían ver algunas comparsas, por ejemplo como la comparsa Nerón que llegó a tener 200 integrantes, algo inusual para la época. Para la década del '30 sigue creciendo la fiesta y se suman numerosas orquestas, conjuntos y murgas cantadas que llegaban desde los barrios, algo similar a lo que se puede ver en las murgas uruguayas. Hacia los '50 y '60 las murgas cantadas fueron dando lugar a las murgas de corneta<sup>5</sup> que todavía existen y a la aparición de comparsas mejor organizadas y de mayor despliegue escénico como la reconocida Acorad.

Hay evidencia suficiente para inferir que en estos años la mayor parte de la población de la ciudad participaba en lo que era la fiesta oficial del carnaval, incluso aquellos que pretendían ser simples espectadores se sumaban bailando o cantando con el paso de las murgas o comparsas. Esta era una fiesta de total integración ciudadana donde los prejuicios, los títulos, las clases sociales quedaban totalmente de lado en estado de fiesta.



*“...el carnaval en la etapa que yo lo conocí era muy participativo por cuanto la gente dentro del circuito desfilaba junto con las murgas digamos, una cosa bastante parecida a lo de ahora con los corsos barriales digamos, en aquella época todo el mundo iba caminando y circulando por la calle 25 y abriéndole paso a la agrupación que en ese momento iba pasando, pero era todo una mezcla, digamos, entre público y participantes” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“Sí cambio también la parte social en las comparsas, esto produjo un cambio social en la comparsa. Porque en ese tiempo era muy difícil conseguir integrantes cuando arrancamos las comparsas. Y bueno se fue dando que después los chicos empezaron a querer salir la gente joven, de todos los niveles sociales y eso también hizo crecer a las comparsas. Los primeros años costaba muchísimo conseguir integrantes, costaba mucho. Hasta que el estudiantado empezó a sumarse, se sumaban hasta los profesionales a salir en la comparsa, fue cambiando” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

*“...era que todos compartían un mismo escenario; es decir, sea que la gente estaba en los palcos o que estaba circulando en el medio, pero todos compartían una misma fiesta; es decir que era una forma también de igualar” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

Se hace referencia al ‘carnaval oficial’ ya que era aquel evento el que concentraba los festejos provenientes de todas partes de la ciudad. La fiesta no se limitaba solo a lo que ocurría en el circuito de las calles céntricas de la ciudad si no que las mismas murgas participantes del carnaval oficial iniciaban su propia fiesta en los barrios en los clubes, incluso casa por casa cuando los invitaban.

<sup>5</sup> Instrumento de viento hecho con caña y una gran bocina de hojalata típica de las históricas murgas de Gualeguaychú, incluso se siguen usando en la actualidad.

*“Porque la murga empezaba a las dos de la tarde a visitar casas de familia que eran invitados. Yo en mi casa podía tener la casa y un fondo grande entonces venia la murga a mi casa y estaba ½ hora, una hora tocando, yo los atendía, los convidaba con algo, algunos vinos, algunos sándwiches y de ahí se iban a otra casa. Y visitaban 2 o 3 casas los sábados y a la noche llegaban al corso bastante adobados ya jajajaja” (Numa Frutos, Diseñador, primer director de la comparsa Kamarr).*

*“Famosa comparsa Queirolo y bueno ellos salían de recorrida, que recorrían los barrios con algunos integrantes y en ese tiempo se acostumbraba a andar en los boliches ¿viste? A los boliches iban a recaudar fondo, iban a tocar, ellos tenían un guitarrista y recorrían los barrios. Y ya a la tarde salían y tocaban un clarín que lo tocaba uno de los Queirolo y pegaba el clarinazo entonces nosotros todos los del barrio, siendo gurí 8 años 10 años, salíamos a mirar y a la noche a las 8 y media, 9 que iba a empezar el corso ya pasaba la comparsa completa para el desfile” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

A estos festejos no oficiales se suman los bailes de carnaval que se hacían en los clubes con la participación de bandas y con concurrencia de público local.

*“Alcancé a ir a los famosos bailes de Independiente, digamos que si bien no integraba el corso formaba parte de la fiesta de carnaval” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

Se hace evidente de esta forma, a partir de documentos y los testimonios de los entrevistados, que la ciudad de Gualeguaychú cuenta con una larga y rica historia de carnaval por lo cual la cultura de carnaval en la ciudad juega un papel fundamental en el modo común de pensar de sus habitantes para desarrollar sus actividades<sup>6</sup>. Del mismo modo ocurre en muchas otras ciudades de la provincia de Entre Ríos pero en cuanto a la magnitud del espectáculo hasta este momento histórico no hay grandes diferencias entre las ciudades de la región.

*“Eh... ese carnaval antiguo hacia que el carnaval de Gualeguaychú nunca se haya destacado de cualquier carnaval de pueblo como podía ser el de Uruguay (Concepción del Uruguay), Gualeguay, Colon, cualquier ciudad cercana de aquel momento, incluso en la década del ‘70 la capital provincial del carnaval era Victoria” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“El viejo carnaval... yo lo catalogo así porque antiguamente eran murgas acá en Gualeguaychú, murgas más o menos de 20 personas” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

- La Idea:

Hasta este momento, fines de la década del '70, el carnaval nunca había logrado un despliegue significativo, todo estaba limitado de alguna manera por la deficiente economía de los clubes o las agrupaciones que participaban del corso. La fiesta era totalmente gratuita para el público espectador, tampoco había grandes aportes de sponsors, ni incentivos de importancia en cuanto a premios o cualquier cosa que se le parezca. De modo que resultaba totalmente injustificado para los participantes encarar algún esfuerzo para alcanzar un mayor nivel artístico. Por aquel entonces, el carnaval de Gualeguaychú no había alcanzado un reconocimiento que trascienda los

---

<sup>6</sup> Berenguer y otros, 1984.

límites de la ciudad. Era una fiesta popular tradicional de cualquier pueblo del interior del país donde solo participaban sus habitantes.

En este período, entra en juego un empresario local, “Ike” Daroca, dueño de un supermercado y una fábrica de chacinados. Él financiaba íntegramente la participación de una comparsa que en su mejor momento alcanzó un importante nivel de producción artística. Se trataba de Acorad y su versión infantil Acoracito. En este emprendimiento siempre busco la colaboración de artistas locales como bailarines y diseñadores que se encargaban del ensamble de la reconocida comparsa, de modo que tenía muy claro lo que significaba y costaba armar una comparsa.

En 1978 el río Gualeguaychú sufre un crecimiento de sus aguas alcanzando niveles históricos afectando a gran parte de la ciudad y a la propia fábrica Daroca. Por los perjuicios económicos de este hecho Ike ya no puede financiar su comparsa. Sin embargo, su experiencia le había permitido comprender que si se quería mejorar el nivel del carnaval, se debía organizar de otra forma

*“Entonces el tuvo la desgracia que la creciente del 78 le inunda la fabrica, se funde prácticamente, pero él como quedo caliente con la idea, lanzo esa famosa propuesta desafío que fue la que cambio la historia” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“Daroca hizo un carnaval en la Av. Soberanía con la famosa comparsa Acorad, que fue la que marco los rumbos de, digamos, el vestuario y del nuevo sistema del nuevo carnaval” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

La propuesta que el mismo Ike Daroca lleva a las autoridades municipales del momento era muy simple. En primer lugar, proponía que se cobrara entrada al evento y que el dinero fruto de la recaudación fuera directamente para aquellos que presentaran espectáculos. Para ello, el curso debía ser organizado por los propios actores participantes. Y para que no se transformara en una realización meramente lucrativa sugería también que quienes presentaran espectáculos y organizaran el carnaval, no fueran personas particulares ni empresas sino instituciones de la ciudad. El Intendente era por entonces el Ingeniero Isidoro Etchebarne y aceptó la propuesta, por lo que se convocó a las instituciones locales y entre las 16 que se presentaron originalmente se formó la primera Comisión de Carnaval de la ciudad de Gualeguaychú. Y bajo la nueva forma de organización el primer carnaval moderno se desarrollo en 1979.

*“Y entonces él, la propuesta la desarrollaba así: que el carnaval, en vez de hacerse por la municipalidad y en forma gratuita para el público, se diera en concesión a los propios realizadores del espectáculo con posibilidad de cobrar entrada ¿Por qué? Porque le había costado, sabia que eso sin plata, sin abundancia de recursos no se podía hacer” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

Otro factor totalmente externo al carnaval influyó positivamente, por extraño que parezca, para que la propuesta de Daroca fuera aceptada. En aquellos años en plena dictadura el gobierno militar no se oponía a que se hiciera la fiesta de carnaval, posiblemente por el fuerte arraigo cultural en la comunidad, pero sí se oponía totalmente a que la fiesta fuera organizada por el propio municipio. Entonces el intendente Etchebarne con esta propuesta encontró la manera de que la fiesta de la ciudad continuara sin molestar a sus autoridades superiores.

*“Coincidió que el intendente de aquel entonces, ‘Balucho’ Etchebarne, en plena época del proceso, le gustó la idea y a la vez a él le solucionaba un tema porque las autoridades del proceso, que no les gustaba el carnaval como fiesta pagana que era, no se oponían a que se*

*hiciera la fiesta de carnaval, lo que no querían era que la hiciera la propia municipalidad; entonces justo, él encontró la veta y dijo: -bueno muy bien, la municipalidad no lo hace-, lo da en concesión, como diciendo -quedo bien con la superioridad- y deliberadamente o no abrió la puerta para toda esta nueva posibilidad” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval)..*

### Funcionamiento Actual:

- El Carnaval Moderno, la receta:

Entonces en febrero de 1979 nace en Gualeguaychú un nuevo carnaval, llamado entonces Carnaval Internacional del Río Uruguay, con un nuevo sistema de organización, muy diferente a lo anterior pero con el mismo espíritu de diversión, alegría, integración y participación de la tradicional fiesta de carnaval de la ciudad.

Al principio eran 16 los clubes que integraban la Comisión del Carnaval y participaban de la fiesta presentando alguna carroza, reina o comparsa. Todavía en los primeros años de esta nueva comisión no se notaron cambios significativos en el desarrollo artístico del carnaval ni en la forma de participación del público local. Prácticamente seguía siendo la misma fiesta popular de siempre en cuanto a la participación local.

*“Ahí, digamos, la gente que responde a la propuesta de ‘Ike’ eran generalmente gente de clubes, me acuerdo por ejemplo nombres que son emblemáticos por ejemplo los muchachos Crespo [...] ellos prácticamente fueron los primeros grandes directivos del nuevo carnaval, no eran los únicos por supuesto, pero eran todas gentes de clubes y la característica que tuvo ese carnaval, esa etapa inicial, [...] era todavía todo voluntariado, o sea, cuando los clubes salen a convocar colaboradores para anotarse en esa fiesta, que todos veíamos una gran posibilidad económica para los clubes y de realización artística, convocan colaboradores y aparecen colaboradores a raudales, incluso cosas inimaginables” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“Nosotros fuimos invitados en el año 78. Una comisión que dirigía la presidencia Homero Crespo, que ya había integrado a varios clubes a organizar el carnaval, el actual carnaval digamos, con comparsa” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

Sin dudas que para llegar al espectáculo grande que se puede ver hoy en el corsódromo fue necesario un tiempo de madurez y algunos otros ingredientes, como si fueran condiciones básicas para dar el gran salto. El primero, como la nueva comisión del carnaval necesitaba justificar el cobro de entrada a la fiesta de carnaval que históricamente fue gratis, traía espectáculos carnavaleros reconocidos de otras ciudades por ejemplo: Si Si y Macumba de Gualeguay, Julia do Amarilo del sur de Brasil o Carumbé de Paso de los Libres y las comparsas de mayor despliegue en aquel momento en Argentina que eran Copacabana y Ara Vera de Corrientes, de esta manera los clubes comienzan a tener recursos económicos disponibles. El segundo, desde 1959 cada primavera se hace un desfile de carrozas construidas por alumnos del colegio secundario de la ciudad por lo que ya, para los '80, hay muchas generaciones de personas que tienen alguna habilidad artística, podían usar de diversos materiales, o la capacidad de trabajar con herramientas o lo que fuere necesario para desplegar su arte. Y el tercer ingrediente, la decisión de los clubes de reinvertir en la fiesta, fruto de la propia organización y la recaudación es que los clubes ahora tienen la capacidad de mejorar lo hecho el año anterior.

*“Y ahí hay una confluencia de fenómenos, que es cuando los gualeguaychuenses ven acá desfilar ante sus narices, Copacabana y Ara Vera, todos lo mirábamos y lo mirábamos con ojos expertos y nos decíamos -mira como está hecho esto- [...] porque esto que te estoy hablando del año 79, confluía con algo que se había iniciado 20 años antes que eran las Carrozas Estudiantiles, primer desfiles en el año 59, primer oficial en el 60. Entonces como todo el público que estaba mirando generalmente había pasado por el colegio secundario y algo había aprendido, por eso eh... lo veíamos con ojos expertos y por eso el invento de Daroca permitió que confluyeran las circunstancias y que toda esa vena artística que se venía formando, constructiva, creadora, el poder diseñar con escasos recursos, con ingenio, etc. etc. confluye con la plata que empieza a aportar la nueva organización del carnaval” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

- El Carnaval Moderno, el salto:

Ya se aprecia que se han dado las condiciones como para que ahora irrumpen las comparsa que hoy animan una de las mayores fiestas populares del país. Primero fue Papelitos de Oeste del club Juventud Unida que nació como una murga infantil en el 77 todavía en el antiguo carnaval. Luego, en el 80 llega O’Bahía del club de Pescadores y en el 81 aparecen Ara Yevi del Tiro Federal, Kamarr del Sirio Libanes y Mari Mari de Central Entrerriano.

Son estas comparsas, las mismas comparsas nacidas en Gualeguaychú las que produjeron un salto artístico cualitativo importantísimo y que transformaron la mayor fiesta de la ciudad. Pero ha de tenerse en cuenta que hasta este momento, ya entrado en la década del ’80 no se encuentra evidencia en los testimonios de los entrevistados que mencione algo referido al turismo. Aparentemente todavía el carnaval de Gualeguaychú no era un evento de interés para el turismo. Parece que recién con el nacimiento y consolidación de estas comparsas se empieza a apreciar la llegada de turistas exploradores<sup>7</sup>.



*“Y después empieza un nuevo fenómeno de espiralización hacia arriba eh... se logra un espectáculo de buena calidad, empieza a venir turismo, al principio espontaneo” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

- Estructura del Carnaval:

En la actualidad la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú está conformada por 3 delegados de los 5 clubes de la ciudad que presentan comparsas (ver cuadro nº 1). Entre estos delegados se eligen las personas que tendrán cargos dentro de la mencionada comisión como: presidente, secretarios, tesoreros y vocales. Se revela por los dichos del presidente de la comisión que al menos en los últimos 10 años no se han registrado muchos cambios en los delegados de los clubes que conformar la comisión, incluso tampoco se han dado modificaciones en los cargos que ellos ocupan, de hecho hace 6 años que el señor José El Kozah es el presidente de la comisión. Según él mismo esto se debe a que se busca darles continuidad a las personas que ya tienen experiencia en el evento.

<sup>7</sup> Cohen (1972) en Martín, 2004.

“...se va usando lo que es la memoria de esa gente para poder desarrollar bien lo que es el espectáculo del carnaval” (José El Kozah, Presidente de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).

**Cuadro Nº1: Clubes que la ciudad de Gualeguaychú y sus comparsas, miembros de la Comisión del Carnaval.**

|          |                          |                               |                              |                           |  |
|----------|--------------------------|-------------------------------|------------------------------|---------------------------|--|
| Club     | Club Central Entrerriano | Club Deportivo Juventud Unida | Club Pescadores Gualeguaychú | Tiro Federal Gualeguaychú | Centro Social y Cultural Sirio Libanés |
| Comparsa | Mari Mari                | Papelitos                     | O' Bahía                     | Ara Yevi                  | Kamarr                                 |

Fuente: Elaboración propia.

Además, esta comisión no tiene potestad propia, es decir que no toma decisiones por si misma si no que las decisiones se toman en el seno de los clubes. En realidad lo que hace la comisión es analizar una diversidad de temas, siempre referidos exclusivamente al evento de carnaval, y los delegados presentan estos temas en cada uno de los clubes y allí son aprobados o no. Tampoco tiene un estatuto ni personería jurídica.

En lo que se refiere a la participación de las comparsas, estas participan de a 3 por año en la fiesta de carnaval, que en definitiva se trata de un concurso donde son evaluadas en cada noche de desfile por jurados especialistas en diversas ramas artísticas, en la que aquella comparsa que resulta ganadora es la única que puede continuar su participación al año siguiente. Las comparsas que obtienen el 2º y 3º puesto interrumpen su participación por una temporada y ocupan su lugar aquellas otras 2 que en este año no participaron. Se supone que este sistema pretende, básicamente, asegurar que la recaudación fruto de la venta de entradas, sponsors y concesiones, alcance para sostener la producción artística de las comparsas en el más alto nivel y a la vez habilite la reinversión.

“Compiten las 3, la que gana queda, las otras 2 pasan a descansar un año y entran las otras 2” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O' Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).

### **La participación del Estado.**

Se hace evidente a partir del testimonio de prácticamente la totalidad de los entrevistados que la organización del evento corre bajo la total responsabilidad de la Comisión del Carnaval y el Estado no tiene ninguna participación en lo que es estrictamente organizativo de la fiesta.



*“Eh... creo que uno de los principales meritos que ha tenido el carnaval y los clubes es no haberle permitido ingresar al Estado” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

*“En cuanto a la organización en si del espectáculo eso lo maneja la comisión del carnaval” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

Sin embargo, la relación entre la comisión y las autoridades públicas de una forma u otra y aunque por momentos aparentan que quisieran despegarse uno del otro, es permanente, constante y se manifiesta particularmente en la colaboración del Estado en diversos asuntos fuera de lo organizativo.

### El Estado Provincial:

El gobierno provincial ha venido colaborando desde la inauguración del corsódromo con aportes económicos, especialmente para mejorar cada vez más las instalaciones del escenario del carnaval. Las obras más destacadas que se han ejecutado con recursos públicos hasta el momento han sido la construcción de tribunas de hormigón, más fuertes, seguras, cómodas y de mayor capacidad.

También la Secretaría de Turismo de la Provincia contribuye con la promoción del evento en su sitio web, en la folletería oficial y la participación en ferias. A la vez la comisión participa de las campañas de promoción turística de la provincia ofreciendo algún show de batucadas y bailarines de las comparsas.

*“...el gobierno de la provincia a través de varias de las obras que se han hecho a nivel tribunas” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“Turismo de la provincia también, eso me olvide de decirte, a nivel de afiches, promoción que incluyen el calendario, la presentación en Buenos Aire” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

### El Estado Municipal:

Resulta reiterativo mencionar que la organización de la fiesta popular del carnaval es exclusiva responsabilidad de la Comisión del Carnaval pero es importante remarcarlo en virtud de la cantidad de información provista que señalan la importante colaboración de la Municipalidad de Gualeguaychú para el desarrollo de la fiesta a través de casi todas su áreas, llegando a ser casi tan protagonista de la fiesta como la misma comisión o incluso las propias comparsas. Vale recordar que la propia municipalidad de Gualeguaychú era la organizadora de la fiesta hasta 1978.

*“Sí, sobre todo obviamente al principio fue preponderante la buena acogida que tuvo por la municipalidad, que fue la que canalizo la idea de Daroca y la transmitió a la comunidad incluso toda la etapa inicial” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

Algo que mucho de los entrevistados destacan como positivo y a la vez señalado como unos de los motivos del crecimiento del Carnaval de Gualeguaychú es que la municipalidad no forma parte de la organización del evento a diferencia de otras fiestas de carnaval de la provincia donde si intervienen de la organización y no han logrado alcanzar el despliegue que Gualeguaychú sí.

*“Eh... creo que uno de los principales meritos que ha tenido el carnaval y los clubes es no haberle permitido ingresar al Estado” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

*“El Estado, y me parece que hubiera sido un gran error, aquellas ciudades de Entre Ríos que incluso tenían muy buenos carnavales, tal es el caso de Gualeguay o Concepción del Uruguay y el principal error me parece fue haberlo metido el Estado como gran pata, eh adentro” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

Ya en el ‘carnaval moderno’ el municipio participa del evento de otra manera prestando su colaboración de muchas maneras con casi todas sus áreas. Esto se manifiesta en las acciones públicas que facilitan la organización de la fiesta.

El carnaval siempre se celebra en espacios públicos de la ciudad, históricamente fue en las calles céntricas. Al principio en las calles 25 de Mayo y Urquiza, luego en las avenidas Rocamora y 1ra. Junta y actualmente en el Parque de la Estación o popularmente conocido como Corsódromo. Entonces la primer gran participación del municipio es cediendo estos espacios para la realización de la fiesta. Luego diversas áreas municipales se suman a los requerimientos de la comisión. Solo por mencionar algunos ejemplos, el área de Transito que se ocupa justamente de ordenar el transito cortando calles, ordenando el estacionamiento; Higiene Urbana limpiando las calles, la pasarela, todos los espacios que ocupan las comparsas; Parques y Paseos en el mantenimientos del parque de la Estación. Incluso la Comisión del Carnaval se encuentra exenta de todo impuesto municipal.

*“Desde el municipio si, muchísima colaboración, porque de hecho la limpieza del corsódromo, todo lo que es el servicio de agua, todo eso lo hace la municipalidad” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

Quizás la acción municipal más destacada, más reconocida por todos se trata del corsódromo. La realización del corsódromo era uno de los anhelos más buscados por quienes hacían el carnaval entre la década de los ’80 y ’90. Pero no fue hasta 1996 cuando la municipalidad de Gualeguaychú inicio las obras de un escenario destinado a la fiesta popular del carnaval en el predio de la estación de tren local que ya se encontraba en desuso. Finalmente en el verano de 1997 se inaugura el primer escenario ideado especialmente para una fiesta de estas características en la argentina. Este escenario recibió el nombre de Corsódromo que viene de la palabra Corso, la forma en que los gualeguaychuenses llamaron siempre a su fiesta de carnaval. Además desde esta fecha, cada año se han ejecutado nuevas obras complementarias para mejorar los servicios tales como la construcción tribunas, plateas, sanitarios, se han consolidado los caminos internos, se restauró la misma estación de tren y algunos de los galpones, se asfaltaron las calles de acceso y muchas más.

*“En la intendencia de Leissa colaboró a los efectos de darle la concesión de lo que había sido la Estación de Ferrocarril, el levantado de las vías, en fin, todo eso....(Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“El sector Público participa con la comisión del carnaval contribuyendo con las instalaciones. Ejemplo: la municipalidad construyo el corsódromo en el 97” (Martín Ayala, profesor de historia, director de comparsa).*

No obstante la gran cantidad de obras ejecutadas por la municipalidad hay manifiestos reclamos de los entrevistados sobre la forma en que municipio colabora con el carnaval aunque a la vez y en oposición a estos reclamos, siempre dejan en claro que la organización del evento debe ser de los clubes o sea la Comisión de Carnaval.

*“Si creo que, a ver, la organización tiene que ser de los clubes, la parte artística tiene que ser de los clubes, pero el Estado no puede hacerse el desentendido, tiene que participar y acompañar al carnaval” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

*“Tiene que trabajar en el desarrollo y la comunicación del carnaval, en potenciar el carnaval, no tirarles toda la responsabilidad a los clubes y que los clubes tengan que pagar la publicidad, contratar la publicidad, hacerse cargo de la publicidad y después hacerse cargo de las críticas cuando las cosas no salen bien” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

### El Ente Mixto Gualeguaychú Turismo:

A partir del advenimiento de una pequeña fiesta de pueblo en un evento de semejante envergadura sin dudas que esta situación tiene sus efectos en el desarrollo del turismo local tanto positivos como negativos, por su aportación económica o porque también el desarrollo del destino puede alcanzar niveles de congestión y destrucción de los hábitos y costumbre<sup>8</sup>.

Es de presumir que en la vinculación entre la comisión organizadora y el área de turismo, por ejemplo en este caso particular, sea muy cercana para estimular los efectos positivos de la actividad económica.

Se puede advertir que gradualmente en los últimos 30 años el carnaval se ha convertido en el principal atractivo turístico de la ciudad, de este modo el área de turismo de la municipalidad local y la comisión se necesitan tanto uno del otro y donde se encuentra que los principales puntos en común son la promoción del evento y la ciudad como destino turístico.

El propio Ente Mixto Gualeguaychú Turismo reconoce ofrecer el carnaval como el máximo atractivo turístico de la ciudad. Las acciones de promoción más destacadas son viajes a los principales centros emisores del país y la FIT de Buenos Aires donde además de repartir la tradicional folletería se ofrece un show de de batucada y bailarines vistiendo trajes originales de las comparsas.

*“Tenemos una revista que hicimos auspiciada por todos los prestadores turísticos también, donde esta toda la información, las fechas del carnaval, folletería que siempre se hace, banners que también hacemos” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

*“Llevamos a FIT llevamos un show de carnaval y todos los que estaban en la rural cuando sintieron la batucada, sintieron la música y vieron las chicas bailando se vinieron todos, así que... y sabían que era Gualeguaychú” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

---

<sup>8</sup> Martin, 2004.

Como ha ocurrido en otros apartados, sobre esta área pública también surgen algunas críticas en las entrevistas. Las pretensiones son lograr un trabajo compacto puntualmente en la promoción, es decir que la campaña publicitaria del EMGT y la de la Comisión del Carnaval vayan en la misma dirección, básicamente se trata de que la promoción se realice más temprano en el año y que con el nivel actual del carnaval ya se está en condiciones de buscar público internacional.

*“Nosotros siempre lo ofrecemos como un producto, digamos como nuestro producto vedette. Porque vuelvo a decirte, más allá que Gualeguaychú tiene río, playas, termas, naturaleza, turismo rural, etc, etc, el carnaval es quien nos abrió las puertas a que nos conozcan y después vuelvan por otro tema” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

*“Todos tiene que participar pero en otro aspecto. Tiene que trabajar en el desarrollo y la comunicación del carnaval, en potenciar el carnaval, no tirarles toda la responsabilidad a los clubes y que los clubes tengan que pagar la publicidad, contratar la publicidad, hacerse cargo de la publicidad y después hacerse cargo de las críticas cuando las cosas no salen bien” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

*“La gente de turismo y la gente del carnaval se están juntando para... como se va a hacer la parte publicitaria para este verano, creo que hay muchas cosas en conjunto” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

#### El Área de Cultura Municipal:

El carnaval de Gualeguaychú es una de las fiestas populares con más historia en la República Argentina y quizás una de las pocas que se desarrollo de forma ininterrumpida en nuestro país a pesar de los intentos por suspenderla por parte de los gobiernos golpistas. Es una fiesta tan importante, de tanto significado para la comunidad y tanta riqueza cultural no solo en Gualeguaychú si no en la provincia y el país y sin embargo parece como si el carnaval no existiera para el área de Cultura Municipal.

El primer reflejo de esto es que ninguno de los entrevistados respondió positivamente sobre la vinculación entre esta área y la Comisión del Carnaval. Solo se pudieron descubrir acciones mínimas del área de cultura.

*“De Cultura más que nada en lo que es eh... lo que es dentro de la grilla cultural de la ciudad se ha puesto el carnaval de Gualeguaychú” (Olga Lonardi, Directora del Área de Cultura de la Municipalidad de Gualeguaychú).*

*“No, no, no, no. Ninguna, ninguna, ninguna. Simplemente somos espectadores, ansiosos por ver las comparsas cada” (Olga Lonardi, Directora del Área de Cultura de la Municipalidad de Gualeguaychú).*

*“En este momento así no me.... Porque uno tiene que remontarse a veintipico de años, pero siempre, este... de alguna forma se ha sumado, no ha estado ajeno digamos a través de las distintas administraciones” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

Pero Cultura de Gualeguaychú organiza otro evento de carnaval desde el año 1988 llamado Corsos Matecito<sup>9</sup>, donde la gente participa en murgas barriales, ciertamente que a una escala muchísimo menor al despliegue que muestran las comparsas. Por las descripciones este carnaval se asemeja s aquel de los 70, con murgas, agrupaciones, mascaros sueltos interactuando con el publico espectador intensamente a lo largo del circuito.



*“Bueno en realidad lo que... lo que apoya e impulsa la Dirección de Cultura son los tradicionales Corsos Populares Matecito. Que tiene una connotación con el carnaval, ¿no?” (Olga Lonardi, Directora del Área de Cultura de la Municipalidad de Gualeguaychú).*

Se desprende de los relatos de la responsable de Cultura que de alguna manera este carnaval pretende devolver el lugar que las tradicionales murgas perdieron, por así decirlo, en la primera mitad de los '80 con el crecimiento del 'Carnaval Moderno'.

Se aprecia que la separación o las diferencias evidentes que existen entre estas fiestas se basan única y exclusivamente en la magnitud del espectáculo que presentan. Aparte de esto las dos fiestas tienen mucho en común, en ambas existe la competencia por lo que murgas y comparsas se enfrentan a otras en expresiones artísticas buscando el reconocimiento; los dos carnavales atraen turistas lo que es un argumento más fuerte de los defensores del curso popular que trata de que esta fiesta es solo de la gente de los barrios; los integrantes que en gran número participan a la vez en comparsas y murgas; las dos fiestas comparten la misma historia, etc. Es en los puntos en común entre las dos fiestas de carnaval donde se regenera la cultura y se afianza la identidad carnavalesca de esta ciudad.

### ***La evolución del carnaval.***

#### **Factores de crecimiento:**

Este sin dudas es el punto donde todos los entrevistados han sido muy concretos y reparten sus opiniones en unos pocos factores lo que señala el alto consenso que hay sobre lo que culminó por transformar la fiesta de carnaval de Gualeguaychú.

El factor más destacado se refiere a la Organización. Casi la mayoría coinciden en que este sistema de Comisión de Carnaval es el principal motivo que impulsó el crecimiento del evento en categoría y jerarquía. Este sistema ideado e impulsado por Daroca, donde los beneficiarios de los recursos son los propios hacedores de la fiesta lo que permite a los clubes tener autonomía propia y la capacidad de disponer de sus propios recursos.

*“Eh... hay varias causas, la primera es la idea innovadora de Daroca del cambio de la forma organizativa” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“El ser de los clubes, el ser una cosa... no tengo nada contra la política pero el carnaval siempre había sido del municipio anteriormente y cambiaban el intendente y venía el otro y lo*

<sup>9</sup> Ver anexos 'Simplemente Matecito' y 'Curso Infantil'.

*destrozaba entero y venía el otro y lo quería armar y venía el otro y lo quería volver a hacer” (Numa Frutos, Diseñador, primer director de la comparsa Kamarr).*

*“La reinversión de las comparsas, la búsqueda de crecimiento” (Martín Ayala, profesor de historia, director de comparsa).*

*“Cada año que pasaba había más competencia porque acá siempre se compitió, más competencia entonces se iba creciendo, creciendo, creciendo y el sistema de los clubes” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

Antes de continuar con los demás factores que alimentaron el crecimiento de este carnaval es interesante traer a colación lo ocurrido con la organización de la otra gran fiesta de carnaval de Argentina, ‘el carnaval de Corrientes’.

*“Después de 1981, la fórmula dejó de funcionar porque el Estado se desinteresó del Carnaval y los participantes no tenían como objetivo organizarlo ni contaban con estructura interna para ello. Las Comparsas y Agrupaciones Musicales de Corrientes son Asociaciones Civiles sin fines de lucro.*

*El ejemplo del interior de la provincia, sostenido con esfuerzo, despertó de nuevo, al cabo de diez años, al Carnaval de la Capital. En 1995, Ara Berá y Sapucay, Samba Show y Samba Total volvieron por sus fueros. También lo intentó Copacabana, la otra “grande”, pero no logró recuperar el tiempo perdido.*

*En estos años, el carnaval capitalino recreó su brillo y su fuerte carácter teatral, con puestas de teatro-danza de gran jerarquía, protagonizadas por jóvenes que suplen la falta de preparación académica con la pasión comparsera. La Comparsas se pusieron a la altura del desafío: refinaron cada vez más la búsqueda de temas, profesionalizaron las áreas de diseño de vestuario y coreografía, perfeccionaron sus espectáculos hasta niveles increíbles.*

*Luego de intentar distintas fórmulas de gestión, que fueron descartándose por diferentes motivos, mas circunstanciales que fundados, por decisión del gobierno Municipal, el Carnaval se ha privatizado. Ese largo período de indecisión, de indefinición y de improvisación en cuanto a la modalidad organizativa, en un nivel totalmente ajeno al de sus protagonistas, también ha marcado profundamente a este Carnaval, que lucha contra una adversidad cuyo componente dominante ha sido, durante muchos años, la incertidumbre.*

*[...]Es indudable que una fiesta de esta magnitud, que tiene la ambición de ser una masiva manifestación de cultura popular, debe contar con el apoyo del Estado, sin que ello implique generar gastos públicos no deseados. El Estado no debe desentenderse de un acontecimiento tan importante, poderoso canalizador de inquietudes artísticas y generador de fuentes de trabajo para un numeroso y amplio sector de artistas y artesanos. En esta edición, y luego de muchos años de ausencia, a no ser por algunos actos de promoción no demasiado significativos, el Gobierno Provincial ha hecho un importante gesto positivo hacia el Carnaval, se ha involucrado como se lo venía demandando el pueblo carnavalero y ese gesto es un rayo de esperanza para el impulso que los correntinos creen que estaba faltando en su fiesta Mayor”<sup>10</sup>.*

Esto puede explicar en parte la distancia que se creó entre estas fiestas que de a poco se convirtió casi en una competencia por ver cuál es el mejor carnaval del país. Por un lado un carnaval discontinuo, intercalando organizaciones del municipio, provincia y privado donde, lógicamente, hay distintos intereses. Y por otra parte un carnaval con continuidad desde hace más de 30 años.

<sup>10</sup> <http://www.carnavalescorrentinos.com/>



Volviendo a los factores de crecimiento del carnaval de Gualeguaychú, en segundo lugar resaltan la Calidad Artística en general que se encuentra en la gente de la ciudad y la habilidad para hacer Carrozas en particular, que finalmente resulta ser la principal nota distintiva respecto de otros carnavales del país.



*“Yo creo que la calidad artística es lo principal y es lo que lo distingue de todos los otros carnavales. Porque carnavales, hoy en día hay en todos lados, [...] pero el nivel artístico que tiene Gualeguaychú, no solamente en la creatividad de sus directores, en sus carroceros, en los coreógrafos, las costureras [...] por eso digo que el carnaval de Gualeguaychú es así porque está en Gualeguaychú, yo creo que trasladado a otro lado sería diferente” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

*“Calidad artística principalmente, hay un componente artístico superlativo en Gualeguaychú con una mano de obra que es maravillosa y esto vos lo ves eh... con carrozas imponente que no las tiene nadie en el país” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

Luego sigue en reconocimiento el Corsódromo, escenario que contribuyó al crecimiento integral del carnaval, este nuevo espacio les permitió a las comparsas crecer en dimensiones y a la comisión a ampliar la capacidad productiva con más y mejores comodidades para el público por mencionar algún ejemplo.



*“El corsódromo creo que marco un antes y un después del carnaval de Gualeguaychú” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

*“Pero acá cuando empezó a cambiar cambio totalmente cuando el corsódromo. A los 2 o 3 años del corsódromo empezó a crecer a crecer” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

En paralelo con el escenario se destaca de las entrevistas la cercanía a grandes centros poblados de nuestro país, que acaban por ser los lugares de origen de la mayor parte del público espectador en la actualidad. De aquí se rescata, la importancia del carnaval como atractivo turístico para la ciudad, la capacidad de generación de recursos y los efectos distributivos y multiplicadores dentro de la economía local.

*“Por eso fue ampliamente superado por el carnaval del Gualeguaychú. Aunque a mí me parece que el corsódromo, las carrozas que realiza Gualeguaychú y las ventajas comparativas que tenemos porque además tenemos como respaldo una ciudad importante donde tiene alojamiento donde tiene gastronomía y que está a solamente 230km de los principales emisores de turistas en el país como son Buenos Aires” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

*“...y tercero y muy importante es la cercanía con Buenos Aires, la ubicación geográfica de Gualeguaychú sobre todo ahora con la autopista, es decir esa fue la gran ventaja que tuvimos” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

### Futuro del carnaval:

Resulta curioso hallar algunos testimonios que dejan ver como que el carnaval ya es un espectáculo cerrado, pero luego se entiende que estos se refieren a que el carnaval en lo artístico ya ha logrado alcanzar un nivel tal que puede ser ofrecido al turismo internacional. No se refieren a esto como si el evento estuviera estancado sino que ocurre todo lo contrario, el carnaval tiene todavía mucho más para ofrecer en lo artístico como para buscar nuevos horizontes.

*“Yo creo que el carnaval es ya un producto que esta eh... perfectamente eh... terminado en cuanto al espectáculo” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo)..*

*“Muchos dicen que el carnaval de Gualeguaychú se ha quedado en una meseta en los últimos años, para mí no, para mí el carnaval sigue creciendo” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

*“Pero ya te digo, en cuanto al carnaval que nadie le ponga dudas que esto, ya te digo, si sigue con el sistema que está no lo va a parar nadie, nadie lo va a parar a este carnaval” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

Está claro que no conforme con lo sucedido en una de las últimas ediciones, por ejemplo cuando en el verano del 2010 los resultados en cuanto a la recaudación por cantidad de entradas vendidas no fueron los mejores, se plantean una serie de autocríticas en los entrevistados, sin ser ellos responsables por lo sucedido pero igual sintiéndose en la necesidad de hacerlo. A la vez se invita a la comisión hacer lo mismo en función de mejorar y seguir creciendo con la fiesta del carnaval, teniendo presente que el público espectador se renueva permanentemente y de a poco sumar la llegada de mayor cantidad de turismo internacional.

*“Por ahí podemos discutir después cuestiones organizativas o de manejo o de comunicación de marketing o de señaletica en el mismo corsódromo pero en cuanto al nivel artístico del espectáculo yo creo que es un espectáculo para exportarlo y para promocionarlo en el exterior, internacionalizarlo para poder recibir turistas extranjeros” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

*“Y que va a ver que seguir a ver de qué se trata el público que viene, porque el público que viene va cambiando, entonces qué es lo que busca también” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

*“Bueno para mí el carnaval en este momento es algo increíble. Eh... el año pasado hubo un año de quiebre debido a un montón de factores, climáticos, organizativos eh... Las noches que se calculaban de una afluencia masiva de turismo fueron eh... pobres en eso eh... que fue como un semáforo rojo de alerta para decir, bueno “alto acá a ver qué es lo que tenemos que hacer”. Creo que este año va a ser un año de análisis” (José Luis Strack, ex director de comparsa).*

*“Cuidarlo en el sentido de la calidad, y en la atención al turista. Atenderlo con precios que sean accesibles, no aprovecharse como se aprovechan muchos comerciantes y dejan mal al espectáculo, mal a Gualeguaychú por hacerse rico en 3 meses, cosa que no puede ser” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

Además se considera necesario buscar nuevas alternativas para ampliar las oportunidades de comercialización y poder sostener la gigantesca maquinaria del carnaval que permite el desarrollo de la ciudad mientras también se compite contra la cantidad de carnavales que proliferan en toda la provincia y el resto del país.

*“Y en donde el corsódromo se va a transformar en un lugar en donde no solamente la noche va a terminar con las comparsas, con el paso de las comparsas si no que va a haber otras cosas más. Por ejemplo va a haber boliches dentro del carnaval, como ya hay propuestas para los clubes” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

*“Bueno ahora viene una etapa interesante de competencia porque ahora están creciendo carnavales, digamos al estilo de Gualeguaychú en varias partes de la provincia, en todo el litoral, en el Chaco ha muy buenos carnavales, el de Corrientes Capital se ha recuperado mucho y en el resto de Corrientes también” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

#### Influencia del turismo en el carnaval:

Se hace bastante notorio que gran parte de los entrevistados comparten la visión actual del carnaval como un producto netamente turístico, posiblemente con fundamento en el desempeño de la fiesta en los últimos años. Como ya fuera mencionado oportunamente, al poco tiempo de haberse iniciado la era del Carnaval Moderno el turismo, con turistas exploradores como era en los ‘80, va dejando su huella en la fiesta pero se aprecia que se acentúa en la década del ‘90 con un turismo de masas<sup>11</sup> magnificando sus efectos en la propia fiesta y la comunidad.

Las primeras señales identificadas de los efectos del turismo son algunas que parecen ser menores. Las primeras fiestas se hacían durante un mes, durante los fines de semana de febrero y de a poco se fueron agregando días de fiesta hasta llegar a ocupar todo el verano desde el primer fin de semana de enero hasta el primer fin de semana de marzo. Con este crecimiento en la intensidad de uso y comercialización los clubes ampliaron su capacidad de sustentación lo que permitió invertir en mayor producción artística al año siguiente produciendo una mejora la calidad del espectáculo. Además por la necesidad de tener mayor capacidad de público espectador, con mejores servicios y para poder seguir creciendo en el volumen de las comparsas en los 30 años el carnaval ya paso por 3 circuitos diferentes, calle 25 de Mayo y Urquiza, luego en las avenidas Rocamora y 1º Junta hasta llegar hoy al Corsódromo<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Cohen (1972) en Martin, 2004.

<sup>12</sup> En este punto es muy interesante trazar un paralelo con otra fiesta popular muy importante de la región como es la “Feria de las artesanías de Colon”. Esta fiesta nace al mismo tiempo que se crea la nueva comisión del carnaval en Gualeguaychú y ambos eventos viven un crecimiento de similares características. Particularmente para este punto también es curiosa la coincidencia con la necesidad de cambiar el escenario con el crecimiento en el número de público. <http://www.fiestadelaartesanía.com.ar/>

*“...se logra un espectáculo de buena calidad, empieza a venir turismo, al principio espontaneo porque no había capacidad de publicidad como ahora, el boca a boca, los parientes que venían de Buenos Aires que le contaban a sus vecinos, entonces al año siguientes venia más turismo todavía, entonces permitía recaudar más” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval)..*

*“Desde los '90, con el cambio hacia el nuevo circuito de Rocamora” (Martín Ayala, profesor de historia, director de comparsa).*

*“...desde las 2 últimas décadas tuvo un comportamiento especial fue eje para la ciudad de Gualeguaychú el carnaval como producto principal” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

*“Ya en los principios del 90 ya se notaba que la gran cantidad de turistas que llegaban a la ciudad de Gualeguaychú venían atraídas por esta gran fiesta. Eh... es por eso que a mediados del 90 se empieza a ver que hacer porque el desfile se hacía en Av. Rocamora y Primera Junta y ya no había lugar ya era imposible desfilarse en ese lugar. Por eso se inaugura en el 97 el corsódromo y bueno ahí marca un momento histórico para Gualeguaychú” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

Solo pudo encontrarse una crítica al sistema propuesto por Daroca. Con el tiempo el carnaval se fue encareciendo en la boletería lo que claramente produjo que mucha gente local ya no pueda ir tantas veces como lo podía hacer antes. Ante los reclamos de la comunidad que relatan los entrevistados por este tema desde la comisión se ha intentado solucionar esta situación ofreciendo entradas a un valor menor en la primera noche de carnaval y en ocasiones también en la última noche. Aparentemente de todas formas esta solución no satisface a la gente porque es bien sabido por ellos que para el primer día de desfile las comparsas nunca llegan a desplegar todo su potencial artístico.

*“Y bueno después las comparsas, en este nuevo carnaval, adopto eso, o sea el sistema de la música, dejaron la corneta afuera, la corneta de caña y se inicio con este sistema con música propia, con música de orquesta” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

*“Después la cosa empezó a cambiar y a cerrarse un poco. A cerrarse un poco para la ciudad y abrirse para el turismo. Y bueno, uno lo ve fríamente y tiene su lógica, porque si uno ahora cobrara una entrada que nos permitiera a todos los gualeguaychuenses asistir al carnaval nunca se podría recuperar el millón o los dos millones de pesos que le cuesta a cada comparsa” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“Los tiempos han cambiado. Ahora el carnaval eh... es un espectáculo planeado, proyectado para la gente de afuera, no para la ciudad” (José Luis Strack, ex director de comparsa).*

### **Turismo de carnaval.**

Sin perjuicio del apartado anterior ahora se presenta este capítulo que servirá para ampliar y conocer mejor lo que sucede con el carnaval y el turismo. Se desarrolla a continuación una descripción donde se podrá ver con mayor precisión como se desarrolla esta actividad en el interior del corsódromo, en el alrededor del corsódromo y en el resto de la ciudad de

Gualeguaychú. Cada uno de estos ámbitos con características y ofertas totalmente distintas unas de otras.

### En el corsódromo.

En las noches de carnaval todo el predio del corsódromo se cierra para desarrollar en su interior la fiesta y la Comisión del Carnaval tiene la potestad de repartir el uso del espacio a los clubes para brindar distintos servicios al público espectador, servicios que son distintos en cuanto a cantidad, calidad y precios de los que se ofrecen fuera del corsódromo.

Tradicionalmente los servicios que se han ofrecido han sido la ubicación diferenciada y el servicio de cantinas, servicios que hasta no hace mucho tiempo era brindado por los mismos clubes. Pero de un tiempo a esta parte, una vez que se llegó a consolidar el escenario del corsódromo y se masificó un poco más la concurrencia de público espectador estos servicios fueron concesionados a privados, todos ellos de la ciudad de Gualeguaychú. De esta manera se pudo ampliar, mejorar y diversificar mucho más la oferta y calidad de estos servicios. Hoy se habla de sectores VIP, plateas preferenciales, plateas generales y tribunas populares en lo que hace a ubicaciones. En la gastronomía se pasó de simples cantinas a patios de comidas completos hasta con servicio de mozos y una amplia carta en todo el corsódromo.

*“Los servicios del corsódromo siempre fueron los mismos, ¿no? Vos ibas y mirabas el espectáculo y tenías un lugar para comerte un choripan y una gaseosa. Eso con el tiempo se fue modernizando un poco más y hoy puedes ir a sentarte a cenar al corsódromo” (José El Kozah, Presidente de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

*“Ubicación, tenes sillas, tenes vip lugares vip, tenes tribuna, eso en cuanto a ubicaciones. Después los servicios de... tenes comedor, tenes sandwicheria, tenes venta de helados, en ese sentido es completo. Y el espectáculo. Yo creo que no falta nada, dentro del corsódromo me parece a mi que no falta nada en cuanto al servicio de un espectáculo digamos” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

Aquí los concurrentes también pueden encontrar muchos puestos y vendedores de suvenires de los más diversos, cotillón, disfraces de todo tipo y merchandising oficial del carnaval y las comparsas. También hay alquileres de trajes para una foto.

Se encontró que últimamente se han hecho pruebas en los clubes, de alquilar trajes de las comparsas para desfilan en ellas pero se han dado diversos resultados. En algunos casos los resultados económicos no han sido los esperados y en otras ocasiones quienes alquilan los trajes no tienen el comportamiento adecuado causando más inconvenientes que beneficios para las comparsas. Sin embargo para satisfacer esta demanda hay un privado en convenio con la comisión que ofrece una experiencia similar, ‘carnabailando’ donde las personas que contraten el servicio pueden desfilan junto a la carroza de la banda oficial del carnaval previo al desfile de las comparsas.

*“También se ensayó hace unos años pero no tuvo mucho andamiaje digamos, el tema del alquiler de trajes para gente que quiere venir de Bueno Aires alquilar un traje por ejemplo o darse el gusto de salir en una comparsa” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“Tener esa sensación de desfilan en la pasarela realmente es casi tocar el cielo con las manos ¿no? y bueno eso es un poco lo que propone carnabailando que es desfilan por la pasarela junto*

*con la banda de apertura a lo largo de todo el circuito” (Numa Frutos, Diseñador, primer director de la comparsa Kamarr).*

También surgieron algunas críticas como algunos vacíos que podrían enriquecer la experiencia de los espectadores. Por lo general los espectadores ven el desfile de las comparsas sin comprender cuál es la historia que relatan. Por ejemplo en el carnaval de Río de Janeiro se entrega a cada espectador junto con la entrada un completo folleto donde se cuentan las historias que desarrollan las escuelas de samba, de esta manera la persona tiene tiempo suficiente de leerlo y después entender lo que ve. Pero aquí ocasionalmente se entregan algunos folletos explicativos que se distribuyen durante el desfile de la comparsa y solo alcanzan a las primeras filas.

*“Y sin embargo ahí hay una veta, podría haber un servicio así de cicerones o de gente que le explique por lo menos en el sector vip así a la gente que necesite esa explicación, pero bueno eso no se ha dado” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

### Alrededor del corsódromo.

En los alrededores del corsódromo es donde se concentra la mayor cantidad y diversidad de servicios al público en general. Allí se pueden encontrar estacionamiento en simples patios de vecinos o grandes playas con iluminación y vigilancia, un carrito de comidas rápidas en frente a un restorán o los puestos de suvenires con los más diversos artículos artesanales, además de fotógrafos, alquiler de trajes y disfraces y mucho cotillón.

*“Vos vas llegando a lo que es el corsódromo y ahí te encontras con un montón de gente que vive del carnaval por lo menos durante esos 2 meses, a través de los kioscos, a través de los puestos de venta, a través de distintas maneras de poder desarrollarse comercialmente” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

Aparentemente este marco contribuye a generar el clima de fiesta, de hecho gran parte de estos puestos ambulantes permanecen durante todo el fin de semana instalados fuera del corsódromo, no solo durante la noche de carnaval y siempre hay gente consumiendo y viviendo en estado de carnaval permanente.

Además se aprecia en esta parte de la ciudad que en los últimos años se ha desarrollado allí un nuevo polo de desarrollo comercial de temporada, con fuertes inversiones privadas en boliches, pubs y comedores.

*“Todo lo que funciona alrededor del corsódromo, los boliches que se pueblan así con el clima del carnaval, muchos boliches que se abren solamente por la época de carnaval, después están los cuidadores de autos, los estacionamiento en la zona del carnaval, este, los que se sacan fotografías o alquilan traje para sacarse fotografía” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

### En la ciudad.

Prácticamente desde los inicios del Carnaval Moderno que la oferta turística de la ciudad de Gualeguaychú se basa en el atractivo de esta fiesta popular que se desarrolla en los meses de verano. Ya es reconocido por área local de turismo que un gran número de las campañas publicitarias realizadas por ellos son orientadas al turismo de carnaval incluso para otras



temporadas cuando no hay ninguna fiesta ni evento referido al carnaval en la ciudad. En el mismo sentido gran parte de los privados buscan captar este segmento, por ejemplo en el caso de los hoteles se ofrecen paquetes de alojamiento con entradas a la fiesta incluidas, entre otros servicios.

No obstante ello también se aprecia un creciendo fuerte en otros atractivos como las playas, la vida nocturna, la naturaleza y las termas desconcentrando un poco los servicios turísticos del atractivo carnaval. Al mismo tiempo ha crecido mucho el segmento de jóvenes que buscan especialmente las playas, los boliches y por supuesto el carnaval. Junto con este crecimiento surgen muchas de las críticas de la comunidad por ser un público muy bullicioso y que suele cometer algunos excesos, aunque también se lo describe con algunos beneficios como que es muy gastador y esto plantea una disyuntiva entre los que ya no quieren recibir a los jóvenes y los que sí.

*“Lo que pasa es que en el carnaval hay algo muy fuerte [...] que viene mucha cantidad de jóvenes. Y al venir mucha cantidad de jóvenes y se vende alcohol, el calor que da el espectáculo entonces eso a veces ofrece a que sucedan algunos excesos” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

*“...es un promedio que va entre los 24, 25 años a los 40 que es un público que gasta” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

Se hace necesario diferenciar bien entre la temporada de verano y luego el resto del año. Se describe el verano de Gualeguaychú cómo una temporada que se vive muy intensamente donde por momento llegan a convivir dificultosamente segmentos de turistas muy distintos como jóvenes, parejas y familias. La dificultad para estos grupos es que la ciudad no tiene una zonificación de boliches por ejemplo y de esta manera todos los turistas comparten los mismos espacios buscando satisfacer diferentes necesidades. Y el resto del año parece que es una ciudad casi vacía muy poco visitada, donde llegan parejas y familias en los fines de semana, época en la que se destacan los complejos termales como atractivos.

*“Creo que hay que tener muy en claro que Gualeguaychú está partido en 2, porque tiene 2 ciudades, una ciudad en enero y febrero, otra ciudad el resto del año” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

*“El resto del año es elegido mayoritariamente por parejas o familias, en verano es elegido sobre todo en febrero por gran cantidad de jóvenes ¿sí? Creo que hay que trabajar para que también este la familia y la pareja en el verano pero que también estén los jóvenes, buscar la forma de convivir” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

Nuevamente aparece la idea de atraer turistas extranjeros pero ahora con más detenimiento se profundiza dejando en claro cuáles son las limitaciones de la ciudad para este segmento y cuáles son las ventajas con las que se cuenta. Las principales limitaciones parece que rondan en torno de la calidad de servicios de los cuales carece la ciudad ya que se reconoce a este grupo como altamente demandante de alta calidad en la prestación de servicios. Así y todo también surge una gran diferencia entre la capacidad del corsódromo que llega a las 30 mil personas, y la cantidad de plazas hoteleras que rondan las 5 mil sin contar los campings y las casas de familia que podrían ampliar muchas veces este número pero con un servicio bajo. La oportunidad que se vislumbra para poder traer visitantes extranjeros es la corta distancia a las grandes ciudades del

país como Rosario y Buenos Aires y especialmente ahora con la reciente inauguración de la autopista lo que permite acortar mucho más el tiempo de viaje y vender la ciudad y el carnaval como una excursión.

*“Esto obviamente que va acompañado de un montón de otras cosas, porque el extranjero implica toda una logística que tiene que tener la ciudad, tiene que estar acorde a lo que el extranjero que viaja a Argentina demanda de tener buenos servicios, buena atención, buena calidad” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

*“O si no también se pueden hacer convenios con agencias que reciben este tipo de turistas y hacer un ida y vuelta” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

Ya sin importar cual sea el origen de los turistas o cuales sus motivaciones para llegar a la ciudad, el crecimiento del turismo se da en paralelo con el crecimiento del carnaval. Este es un hecho relatado con frecuencia y es ampliamente reconocida su importancia para la economía interna de la ciudad como un fenómeno de desarrollo para todos.

*“La globalidad de Gualeguaychú como comunidad se vio favorecida por el carnaval porque aunque no trabajara directamente con el carnaval todo el mundo tiene una piecita, un restorán, una estación de servicio, un negocito y todo eso se mueve durante el carnaval” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“La misma inercia del carnaval que traía turismo hizo que creciera de la forma en que esta hoy Gualeguaychú. Eso hizo que las playas se acomodaran, mejores hoteles y todo lo que hizo el desarrollo de la parte turística de la ciudad de Gualeguaychú fue impulsada directamente por lo el carnaval” (José El Kozah, Presidente de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

Tampoco están lejos algunas críticas surgidas por la invasión de turistas en verano y especialmente en los fines de semana cuando hay fiesta de carnaval. Que la gente se encuentra desplazada de sus lugares de paseo en la ciudad, que todo está caro, que el carnaval es un espectáculo y ya no una fiesta.

*“La ciudad no está preparada para atender un turismo que por ahí se excede en costos, de comida, de ropa, de entradas, de un montón de cosas” (José Luis Strack, ex director de comparsa).*

*“No se puede andar en la costanera porque está lleno de gente y de autos” (Numa Frutos, Diseñador, primer director de la comparsa Kamarr).*

### **La participación del público.**

Una mínima aclaración, al hacerse referencia a la participación del público se entiende a él en un sentido muy general pero no por eso poco claro. Sencillamente en el análisis se interpreta por público a cualquier individuo o actor social que de alguna u otra forma guardan alguna relación por mínima que parezca con el carnaval surgida de las respuestas de los entrevistados. Podrían ser tranquilamente cualquier residente de la ciudad de Gualeguaychú en una función de integrante de una murga o comparsa, miembro de la comisión del carnaval o un directivo o un simple espectador. Incluso también se entiende por público a los turistas y eventualmente a las empresas si es que algún entrevistado la menciona, quizás sin intención, como si fuera algún individuo.

Respecto de la participación del Estado que también es posible sumarlo ya fue analizado en un capítulo anterior. En definitiva se trata de cualquier actor social que por alguna razón guarde interés por el carnaval de Gualeguaychú. Curiosamente hay una interesante definición que surge de las entrevistas que prácticamente define a este colectivo, al menos en parte, ‘Mundo Carnavalero’.

*“El mundo carnavalero son aquellos que están vinculados directamente a las comparsas. Integrantes, lo que es el equipo artístico, lo que son los talleres de comparsas, los dirigentes y los fanáticos” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

### Participación en el pasado del público local:

Al principio de la era del Carnaval Moderno el público local todavía participaba intensamente de la fiesta ya que era una etapa de transición entre las dos eras carnavaleras. Es decir que todavía participaban de la misma fiesta las murgas barriales y las comparsas de los clubes, no había dos carnavales como si hay hoy en día, había un solo evento que integraba a toda la comunidad de Gualeguaychú.

Se deduce a través de la información obtenida que poco a poco se fue abriendo una brecha entre las murgas barriales y las comparsas de los clubes. Pronto aquellas murgas o agrupaciones que no pudieron adaptarse a la nueva realidad comenzaron a desaparecer. Esto produjo que mucha gente que integraba las murgas especialmente quedara afuera de la fiesta sin poder participar.

Hacia fines de los ‘80 de la mano de la municipalidad se comienzan a realizar los Corsos Barriales, un carnaval paralelo donde las agrupaciones barriales encuentran nuevamente un lugar donde expresarse en una fiesta de carnaval, semejante a aquella fiesta de los ‘70. Con la organización de la Dirección de Cultura, se toma la decisión política de rescatar el antiguo carnaval y allí renacen las murgas y la posibilidad de expresarse nuevamente desde los barrios. Desde entonces conviven en la ciudad dos carnavales donde el público local se expresa de forma diferente en uno u otro carnaval pero con la misma esencia.

*“Pero en la primera etapa de alguna forma coexistían y hubo casos especiales de murgas que se reconvirtieron al nuevo carnaval con relativo éxito como por ejemplo La Barra Divertida, que La Barra Divertida era una murga que había nacido como murga de pibes en el año 1957” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“En la categoría Grupo Carnavalesco intervenía La Barra Divertida, Acaguay [...] en la primer etapa, pero después ya se consolidaron las llamadas 5 grandes y desaparecieron todas las demás eh... espontanea o deliberadamente, porque entran una cantidad de ingredientes que nunca se va a terminar las discusión que se sintieron... algunas se sintieron expulsadas de la fiesta como por ejemplo Mascarada del club Racing, o engañadas o lo que sea, pero la verdad es que desaparecieron” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“Y en algún momento desaparecieron todas las agrupaciones chicas, agrupaciones de antes hasta que volvió de la mano de los Corsos Matecito, corsos populares que hasta hoy se mantiene” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

Aquel carnaval en transición gozaba de una intensa participación del público local exclusivamente para la realización del espectáculo. Casi todos los trabajos, tanto en la organización como en la construcción de las comparsas o murgas eran trabajos que se hacían de

forma voluntaria, desinteresado, por amor y pasión al carnaval, el barrio o el club pero siempre con un espíritu integrador y de apertura a la comunidad.

*“Era gente que, había una persona que era un dirigente, que quería popularizar la comparsa, quería abrir el club no solamente a la gente del barrio, si no distintos sectores de la comunidad, entonces es como que fue invitando gente de distintos sectores y fue cuando me invitaron personalmente y yo lleve algunos amigo” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

Se trabajaba casi sin dinero, los recursos eran mínimos y se explotaba al máximo lo poco que se tenía pero que en definitiva era la mayor riqueza, la capacidad artística, que ya fuera destacada como uno de los principales factores que permitieron el crecimiento de esta fiesta popular.

*“Los talleres no eran pagos, muy poca gente era paga, la gente trabajaba colaborando [...] Gente del club. Eran eh... socio del club e hinchas. O sea, colaboraba la gente que le gustaba la comparsa” (José Luis Strack, ex director de comparsa).*



*“Los talleres eran en las casas, quinchos o garajes, por ejemplo ‘la casita de Mari Mari’. El trabajo era completamente amateur, desinteresado y la competencia se daba entre los clubes o barrios” (Martín Ayala, profesor de historia, director de comparsa).*

Pero se descubre que no todo fue tan fácil, hubo que salir de algunos profundos prejuicios sociales que se los entendía como un gran obstáculo a la participación de integrantes del público local. En este nuevo carnaval cambiaron las vestimentas, el baile, la música y surgieron algunos problemas con la iglesia que no toleraban el exhibicionismo y se enfrentaba duramente con quienes participaban del carnaval. También aparecen problemas de género que se basaba en el desconocimiento y la timidez. Incluso muchos de los colegios de la ciudad, especialmente los colegios católicos llegaron a prohibir a sus alumnos participar del carnaval.

*“Tenía una parte negativa digamos el carnaval en la primer etapa que la gente joven tenía cierta resistencia a salir en el carnaval. La que empezó a romper los esquemas fue Acorad, porque en la época anterior, las murgas eran exclusivamente de varones y de los barrios y Acorad es la que introduce la nota de la mujer integrando la comparsa” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“Pero de cualquier manera el carnaval, en ese momento, era mal visto por algunos que la seguían viendo como una fiesta pecaminosa, las madres no daban permiso a sus hijas, a los varones les causaba vergüenza salir desnudos, había mucho prejuicio en ese sentido, a tal punto fue así que había que estimularlos económicamente para que salieran, y muchos jóvenes que salían cobraban \$15 por noche \$20 por noche” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“Tuvimos que luchar hasta... no fue muy dulce el carnaval en los comienzos, tuvimos muchos problemas con la iglesia, muchos problemas con la iglesia. Fijate vos que mis hijos fueron echados de acción católica” (Numa Frutos, Diseñador, primer director de la comparsa Kamarr).*

Respecto de la Comisión del Carnaval, al principio cuando la fiesta todavía era un evento barato, al alcance de todos e intensamente participativo entre el público local, los directivos mantenían una buena relación con la comunidad, por ejemplo con la recaudación hacían donaciones a las escuelas, el hospital y hasta llegaron a donar un colectivo a la municipalidad. Pero tiempo después y sin motivo aparente la comisión interrumpió la buena relación y se cerraron en sí mismos.

*“Después vino una etapa de total cerrazón, digamos, este... del grupo de directivos del carnaval, a mi criterio con mucha falta de visión digamos, como diciendo: “los dueños de la fiesta somos nosotros” etc. etc. Eso provocó una brecha muy grande con el resto de la comunidad que coincidió con que mucha gente quedó excluida de la fiesta del carnaval” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

### Participación actual del público local:

Con el paso de los años se han dado muchas modificaciones en hábitos de participación de la gente local así como ha cambiado el carnaval también. Lo que siempre queda claro es que sigue siendo una fiesta sumamente convocante y que fundamentalmente se ha ganado el reconocimiento de mucho más público en el país y el mundo.

Aparentemente ya muchos de aquellos conflictos sociales y de enfrentamiento con la iglesia se han ido solucionando en gran medida. Actualmente la participación del público local como integrante de las comparsas esta socialmente aceptada, tampoco hay duros choques con la iglesia al menos sí hay más comprensión y tolerancia. Sin embargo los colegios católicos continúan restringiendo la participación de sus alumnos y docentes en el carnaval.

En la confección de la comparsa la primera diferencia notoria es que las personas ya no trabajan tanto como amateurs. Hoy casi la totalidad de las personas que trabajan en las comparsas ya son artistas reciben un sueldo por su trabajo. En ese sentido todo ya es mucho más profesional, ahora se trabaja en talleres totalmente preparados y equipados con todo lo necesario para trabajar. De esta manera mucha gente queda excluida, cualquiera que antes podía acercarse a colaborar espontáneamente de alguna manera puede encontrarse con restricciones, principalmente por algo que podría entenderse como de cuidado al espionaje, a la copia. Esto cobra algún sentido si se tiene en cuenta fuerte competencia existente, cabe recordemos que hay millones de pesos en juego. Pero en oposición a este supuesto miedo, hoy la movilidad entre comparsas se ve con total normalidad, algo que hubiera sido inaceptable poco tiempo atrás.

*“Lo otro, en el carnaval más profesional eh... es diferente porque eh... tenes toda la gente paga entonces vos trabajas con un staff de empleados” (José Luis Strack, ex director de comparsa).*

*“Tampoco en las comparsas es fácil acceder. Un poco por seguridad y otro por competencia, secretos” (Martín Ayala, profesor de historia, director de comparsa).*

*“Pero existe el secreto en el tema, entonces los mismos directores, los diseñadores, si no sos conocido no quieren que entres a mirar lo que ellos están haciendo. Un secreto profesional digamos” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

*“Acá se han mezclado tanto que a veces directores pasan de una comparsa a la otra, los asistentes van de una comparsa a la otra, los integrantes van de una comparsa a la otra, y eso hace de que todas las comparsas sean iguales” (José Luis Strack, ex director de comparsa).*

La misma Comisión del Carnaval también adoptó una posición similar en el sentido profesional. Si bien ninguno de los directivos recibe un sueldo o remuneración por su trabajo, es a la gran mayoría de trabajos organizativos y los cargos que ocupan en la fiesta a lo que se pretende señalar, especialmente considerando el ejercicio que tienen de tantos años de experiencia. Hoy los directivos se reúnen, toman las decisiones llegando incluso hasta las bases de los clubes. Pero en la actualidad para aquellas tareas específicas que completan a la organización del evento contratan a personas o empresas especialistas en diversos temas. Por ejemplo: comisiones de prensa, agencias de publicidad, seguridad, sonido, emergencias médicas, etc., etc.

*“Entre los objetivos o las acciones que ellos realizan, además de la parte organizativa del espectáculo, es contratar una agencia nacional para hacer la transmisión y la parte de sponsorización y después se contrata lo que es prensa local para lo que es atender a los medios que llegan a Gualeguaychú” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

Respecto del resto del público que puede ser aquel colectivo espectador de origen local, se encuentra mucho más limitado en su participación que antes. Ya se hizo evidente que la fiesta fue creciendo en muchísimos sentidos, uno de ellos en la comercialización lo que acabo por transformarse en una de las grandes limitaciones para el público espectador local. Entre las variables económicas que dificultan la participación se encuentran, el valor de la entrada, el valor de la ubicación, el cotillón y los alimentos y bebidas.

*“Si fuera por la gente de nuestra ciudad participaría todas las noches pero por una cuestión de dinero de costo de entrada que te lleva a que vos tengas que elegir las noches” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

*“Ahora el carnaval eh... es un espectáculo planeado, proyectado para la gente de afuera, no para la ciudad. Eh... el carnaval que tenemos ahora es un carnaval ‘for export’, vamos a llamarlo así. Es para venderlo hacia afuera, la ciudad participa poco, por costos de entradas” (José Luis Strack, ex director de comparsa).*

Por otra parte aparecieron nuevas restricciones al comportamiento, la seguridad, la circulación y las ubicaciones de público espectador. Ya es sabido que tiempo atrás los integrantes y los espectadores podían interactuar libremente en el circuito como en la previa<sup>13</sup>, sin embargo actualmente los espectadores deben restringir sus movimientos al sector donde se encuentre su ubicación (tribunas, plateas, palco o vip). A caso aquellos que se encuentren ubicados en las primeras filas tampoco pueden invadir la pasarela ni interrumpir de ninguna forma el desplazamiento de la comparsa.

Pero con el crecimiento del carnaval también aparecieron otras formas de participación en torno de la fiesta del carnaval. Puede verse que la fiesta se ha mediatizado muchísimo especialmente en la última década, tanto que desde hace 2 años se hace un programa radial durante todo el año cuyo contenido se basa exclusivamente en el carnaval de Gualeguaychú, según la propia radio único programa en el mundo que posee esta característica. De esta forma los diversos medios de prensa locales se transformaron en el canal de interrelación entre todos los que forman el mundo carnavalero y el resto de la gente de la ciudad. Especialmente los medios de

---

<sup>13</sup> La Previa es aquel espacio que antecede la pasarela del circuito donde las comparsas realizan todos los preparativos necesarios para su desfile.

televisión y radio locales ofrecen la oportunidad a todos de participar de relatos históricos, de contar como están trabajando en los talleres, de ofrecer material de los viejos carnavales, también se hacen intensos debates con el afán de mejorar la fiesta y en casos de concursos es el público local el primero en responder a la iniciativa.

*“Quisimos contar la parte de atrás del carnaval, lo que no se ve por los ojos contárselo a través de programas radiales” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

*“El público tenía una participación activa ya que en las transmisiones se abrían líneas telefónicas para que el público llamara, participara inclusive teníamos el apoyo de la comisión de carnaval ya que nos daban entradas para regalar eh... Era interesante y se daba un ida y vuelta con los oyentes. Era muy buena la respuesta” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

*“Nosotros aquí en la radio el carnaval es sumamente importante de hecho, te decía, hacemos el carnaval todo el año, a nadie se le podía imaginar y muchos les parece raro que estemos hablando en junio, julio del carnaval. Pero bueno es un producto tan atractivo y que tiene tantos componentes para desarrollar que nosotros lo exploramos periodísticamente y hemos hecho un éxito periodístico lo que es el programa” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

*“El programa es tan referencial para el mundo carnavalero, que se han dado distintas circunstancias de gente histórica que ha venido a contar su experiencia y han sido tan cautivantes que las comparsas los han convocado a salir en la próxima edición del carnaval” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

También los 2 diarios locales históricamente lanzar informes completos previo al inicio de la fiesta, con los temas de que trataran las comparsas, reportajes a los directores y dirigentes de los clubes. Incluso cada día de carnaval brindan información precisa sobre lo que ocurrirá esa misma noche en el evento y muy bien complementado con información de interés para el turista incluso. Se suman los medios digitales que en los últimos años han surgido en gran cantidad ofreciendo información actualizada en cualquier época del año.

Siguiendo el ciclo de crecimiento puede verse también que se han creado nuevas oportunidades de negocios que en gran número rodean el corsódromo y contribuyen a crear el clima de fiesta en la ciudad. La mayoría de estos emprendimientos pertenecen a particulares que ponen a la oferta disfraces, alquiler de trajes para unas fotos, cotillón en las calles de acceso al corsódromo u otros productos más elaboradas en otras partes de la ciudad como pueden ser fiestas en boliches, excursiones a los talleres, show de batucada y bailarines, etc, etc.



Público espectador alentando.

*“Y después todo lo que encierra ¿no? el entorno del mundo del carnaval, vos vas llegando a lo que es el corsódromo y ahí te encontras con un montón de gente que vive del carnaval por lo menos durante esos 2 meses, a través de los kioscos, a través de los puestos de venta, a través de distintas maneras de poder desarrollarse comercialmente, eh... tratándose este turismo que viene con dinero y bueno es una buena variante” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*



### La participación de público no residente:

Como lo cuentan los entrevistados, la fiesta del carnaval hace tiempo que se ha volcado al turismo, de esta manera hay actores sociales nuevos que entran en escena. Y como la naturaleza de la fiesta es la participación y la integración se esperaba casi como una condición necesaria la participación del turista en la fiesta del carnaval. Hoy este público se ha ensamblado perfectamente a la fiesta, concurre en gran número en las noches de fiesta, consume de los servicios y productos que se ofrecen dentro y fuera del corsódromo. Incluso se detecta que ya hay muchos integrantes de las comparsas que llegan de otros sitios exclusivamente para desfilar y parece que lo viven con tanta pasión y emoción como los mismos gualeguaychuenses. Especialmente se destaca la participación como integrantes aquellos que ocupan algún lugar destacado dentro del tema de la comparsa, como bailarines especiales, actores y músicos.

También se aprecia con frecuencia la llegada de actores, cantantes, modelos, artistas que por su fama o reconocimiento son invitados a desfilar con las comparsas, en el caso de la mayoría de ellos son traídos especialmente por alguna empresa sponsor del carnaval.

*“Hay mucha gente de Buenos Aires que quiere venir a salir en el carnaval y de hecho ‘Fobo’, el principal personaje que tenía Mari Mari el año pasado era un artista de Buenos Aires que tuvo mucho protagonismo y quedo súper enamorado de Gualeguaychú” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

*“Por eso es la gran cantidad de gente que juntas en cada comparsa más la gente que viene de afuera, de Buenos Aires, de LA Plata, de Córdoba que quiere salir y salen” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

*“Está de moda... se implemento allá por el año 98, 1998, 99, que empezaron a venir cuerpos de baile de Buenos Aires contratados por los directores” (José Luis Strack, ex director de comparsa).*

Con el reconocimiento que posee el carnaval en estos tiempos se recoge de las entrevista la llegada de muchas empresas a sumarse patrocinando la fiesta. Martín (2004) también advierte que en las distintas fases del CVDT además de los turistas y residentes se pueden encontrar otros grupos de actores como empresas o autoridades públicas que también evolucionan a lo largo del ciclo y cuya importancia relativa puede variara con el tiempo. Esta es una situación particular ya que es una búsqueda en los dos sentidos. Para la comisión la llegada de empresas significa una entrada importante de dinero en concepto de sponsors o concesiones de servicios y para las empresas es la oportunidad de pegar su marca a un espectáculo de primer nivel y llegar a miles de personas directamente en el corsódromo o indirectamente a través de los medios de prensa.

*“Donde las marcas quieren realmente estar porque el resultado es muy bueno porque vos estas pegando tu marca a un producto que es de excelencia, entonces ya en el imaginario de la gente queda” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

*“Pero yo creo que las productoras se interesan porque es un producto súper vendible” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

### ***Percepción de los entrevistados.***

Este capítulo cuenta sobre las opiniones y experiencias propias de los entrevistado que tiene su muy buen fundamento en el cumulo de conocimientos recogido en tantos años de vivir la fiesta popular de Gualeguaychú.

#### Percepciones del carnaval pasado:

Aunque todos conocieron el carnaval en un momento histórico distinto, las sensaciones que les generaba el carnaval las comparten casi como si se tratara de la misma persona. Todos manifiestan de haber vivido una fiesta llena de los más lindo sentimientos, diversión, alegría, asombro, con la mejor compañía de familiares, amigos, compañero. No se encuentra ningún testimonio que opine lo contrario. Esta situación evidencia claramente de un sentimiento generalizado, al menos entre todos lo que de alguna manera todavía están cerca del carnaval. Tienen los mejores recuerdos de aquella primera vez que salieron en una murga, cuando se disfrazaron, cuando bailaban en la pasarela. Esto habla a las claras de una unidad en lo que sentía tiempo atrás cuando eran chicos o jóvenes y recién estaban descubriendo el carnaval.

*“...y la verdad que le deseo a toda la gente que vive en Gualeguaychú que pueda salir porque la experiencia que se vive... desde estar en el club hasta estar en la previa, el desfile, el después de desfilas es increíble” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo)..*

*“...nos sorprendíamos especialmente al ver el carnaval, eh... y bueno era todo una novedad, era un deslumbramiento, era el asombro” (Olga Lonardi, Directora del Área de Cultura de la Municipalidad de Gualeguaychú)..*

*“...por ahí amigos del colegio secundario por ahí nos enganchábamos y participábamos, y era una... fue una linda experiencia, realmente fue muy divertido” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’)..*

*“Lo de murga eran espectaculares, yo cuando chico me gustó el carnaval. Yo salía en una murga tocando una corneta, la corneta de caña digamos” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú)..*

También se destacan como muy positivo los sacrificios que se hacían en los clubes para llegar a tiempo con la comparsa y lograr el triunfo. Tanto esfuerzo, tantas horas pero todo se compartía, siempre se encontraba alguien dispuesto ayudar. Que valía la pena, parece que si, con tal de lograr el crecimiento del club y el personal. Se destaca también el trabajo de tantos años de aquel desfile de carrozas estudiantil, considerado casi como la piedra fundamental del éxito artístico de la fiesta del carnaval de Gualeguaychú.

*“Acá los chicos, los dirigentes trabajaron todos en conjunto, vos ves la previa y los ves a todos juntos ahí en el corsódromo, tanto en el corsódromo como cuando era en la 25 y Urquiza después o en la Rocamora” (Numa Frutos, Diseñador, primer director de la comparsa Kamarr)..*

*“...fue un año muy difícil, porque no había un peso y todo se hacía a pulmón. Entonces el trabajo era muy duro y eh... se hizo un muy lindo proyecto” (José Luis Strack, ex director de comparsa)..*

*“Era una comparsa muy chica, todavía no se había alcanzado los carnavales, eran comparsas de 100 personas, con un vestuario, digamos bastante pobron, y bueno ahí salimos” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

Además ya se veía venir lo importante que podía llegar a ser el turismo para el crecimiento del carnaval y el desarrollo de la ciudad.

*“...pero también tiene una cosa positiva que al profesionalizarse la fiesta muchos hogares de Gualeguaychú encontraron en el carnaval fuentes de trabajo y en definitiva la globalidad de Gualeguaychú como comunidad se vio favorecida por el carnaval porque aunque no trabajara directamente con el carnaval todo el mundo tiene una piccita, un restorán, una estación de servicio, un negocito y todo eso se mueve durante el carnaval” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“Y después todo lo que encierra ¿no? el entorno del mundo del carnaval, vos vas llegando a lo que es el corsódromo y ahí te encontras con un montón de gente que vive del carnaval por lo menos durante esos 2 meses, a través de los kioscos, a través de los puestos de venta, a través de distintas maneras de poder desarrollarse comercialmente, eh... tratándose este turismo que viene con dinero y bueno es una buena variante” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

#### Percepciones del carnaval actual:

En rasgos generales las sensaciones actuales son un poco diferentes. Las mismas personas ahora ven el carnaval con otros ojos, con más experiencia, más conocimiento. Tampoco es la misma fiesta que conocieron hace tiempo en la juventud.

Igualmente muchas de las sensaciones se mantienen en el tiempo, especialmente aquellas sensaciones de felicidad, diversión, de admiración por la fiesta. Son raros los casos en que estas sensaciones hayan sufrido un cambio radical del pasado a la actualidad.

*“Nací en Gualeguaychú, viví en Gualeguaychú, vi el carnaval desde que empezó y no dejo de admirarlo año a año porque creo que año a año se supera” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

*“Una fiesta que uno conoce desde adentro y te enamora” (Olga Lonardi, Directora del Área de Cultura de la Municipalidad de Gualeguaychú).*

*“Primero porque a la gente le encanta, la gente de Gualeguaychú respira carnaval más allá de que no pueda ir todas las noches de carnaval” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

*“El carnaval es algo que no se va a acabar nunca, al contrario, a la gente le gusta, es una fiesta de pueblo, es una cosa que contagia ¿viste?” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

Ahora se suman sensaciones que se refieren al movimiento que se genera en la comunidad a partir del turismo de carnaval. Se valora más la fiesta en ese sentido, se la quiere cuidar, se le hacen críticas al ente de turismo, a los clubes y a la comisión con el afán de mejorar la fiesta y lo

que se le ofrece a los turistas, se espera que siga creciendo el carnaval para que llegue más gente y haya más oportunidades.

*“Y el carnaval es, hoy por hoy, la industria más grande que tenemos en Gualeguaychú. Los grandes comercios de Gualeguaychú tendrían que apostar al carnaval, colaborar mucho con el carnaval, porque el carnaval les ha cambiado la vida a todos” (Numa Frutos, Diseñador, primer director de la comparsa Kamarr).*

*“Es lo más grande que hay, es lo más importante que tiene Gualeguaychú. Si no tuviera el carnaval Gualeguaychú lamentablemente no sería lo que es, sería una ciudad como era antes de este tipo de carnaval, con un buen parque industrial, con el río y... Gualeguaychú no tiene atractivos, es decir no... sería Gualeguaychú nada más” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

Y ahora con el reconocimiento que tiene el carnaval de Gualeguaychú a nivel nacional se acentúa en la comunidad el sentimiento de pertenencia y se refuerza la identidad con la fiesta de carnaval. Esto ocurre especialmente cuando un gualeguaychuense se encuentra fuera de la ciudad y tiene la oportunidad de hablar de su fiesta y su ciudad.

*“Y bueno con el carnaval cada que veo el espectáculo me parece que tenemos la suerte de tener algo único en el país, algo único e inigualable. En esto te voy a ser un poco más soberbio y te voy a decir que somos únicos en lo que respecta a esta fiesta” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010)).*

Se detecta que también de un tiempo a esta parte creció mucho la auto crítica. Es muy fácil verlo cuando los entrevistados señalan que la gente de Gualeguaychú tiene tanto conocimiento del carnaval y fundamento que ve con facilidad lo bueno y lo malo, y a la vez tiene tantas ganas de seguir creciendo, que en la crítica interna queda todo lo malo para debatir y en la crítica hacia afuera sale todo lo bueno para atraer.

*“Yo no sé si todo reconocen la importancia del carnaval. Dudo. Me parece que cuando nos vamos afuera sí, todos hablamos maravillas del carnaval y de repente aquí somos muy críticos y críticos de los clubes y siempre le estamos criticando” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

#### El significado del carnaval para la ciudad:

Para la totalidad de los entrevistados el significado que asume hoy la fiesta se aboca a la importancia que adquiere el evento para la economía y el desarrollo de la ciudad. La fiesta se transformo en el principal medio de vida para cientos de personas de forma directa durante todo el año y a miles de personas más de forma indirecta en los meses de verano. Cada año hay 3 clubes que trabajan para armar la comparsa y emplean diseñadores, costureras, talladores, serenos, etc. y otras 2 comparsas que hacen presentaciones por el país y ocupan también una gran cantidad de personas.

Si a esto se le suman las miles de personas que trabajan durante el verano en las oportunidades que ofrece el turismo de carnaval, que van desde cuida coches, artesanos a los hoteles y hasta casas de familia, etc. etc. entonces se tiene el principal generador de recursos económicos genuinos para la ciudad.

*“Y yo creo todo el mundo sabe que viene mucha gente, de hecho que hasta los comedores escolares bajan el nivel de consumo digamos porque cada uno tiene su changuita” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

*“Y ya te digo, es una gran empresa turística, ¡una gran empresa turística! significa el carnaval, donde vive el pueblo prácticamente, el pueblo” (Numa Frutos, Diseñador, primer director de la comparsa Kamarr)..*

Además, los recursos generados directamente por el carnaval les dan a los clubes la oportunidad de hacer crecer la institución en otras áreas y que a la vez beneficia enormemente a la comunidad de Gualeguaychú. Actualmente todos los clubes han incursionado en el plano educativo desde el jardín de infantes hasta el secundario junto con el fortalecimiento de las disciplinas deportivas de alta competencia.

*“Cuando yo estuve en Kamarr el año pasado en los talleres, que los estuve recorriendo con Yanito, del taller nos fuimos a la escuela que hizo el Sirio y cuando Yanito me contaba toda la idea que tienen de involucrar esa escuela con lo que es un semillero de batuqueros porque pusieron una materia que es percusión que es desde chiquitos y todo el proyecto que él tiene” (Analía Romani, presidenta de Ente Mixto Gualeguaychú Turismo).*

*“El haberse unido los clubes, y los clubes invertirlo en colegios, porque todos los clubes que están en el carnaval, todos tienen colegio” (Numa Frutos, Diseñador, primer director de la comparsa Kamarr).*

*“La comparsa ha hecho del club lo que tiene. Es difícil. [...] Educación, una sede social que es extraordinaria, los galpones, el gimnasio con 2 canchas de vóley, con vestuario, baños y después tenemos el otro galpón de las carrozas que también es un galpón de 2 mil m2, todo eso con la comparsa y después de última lo fundamental, la escuela que arrancamos con 4, 5 años de jardín y ahora tenemos ya 4to grado” (Antonio Peverelli, ex presidente del Club de Pescadores (comparsa O’Bahía) y la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú).*

Nuevamente es interesante rescatar otra gran fiesta de nuestro país de alcance internacional, el ‘Festival de Jesús María’, Córdoba.

*“Desde 1965, un grupo de hombres y mujeres unidos por una causa común conformaron la Sociedad de Cooperadoras Escolares de Jesús María y Colonia Caroya. Sus integrantes, pertenecientes a de las comisiones cooperadoras de diez escuelas de la zona, decidieron organizar un evento popular que permitiese reunir fondos para distintas obras a favor de la niñez escolar. Esta herencia de tradición, cultura popular y amor a la tierra que desde entonces se repite año a año se convirtió en solidaridad para miles de niños.*

*Los resultados de cada festival están plasmados en cada una de las actuales **20 escuelas** en comidas, útiles, libros, material pedagógico, gabinetes informáticos, salones multiuso, gimnasios cubiertos, baños dignos, perímetros cercados, aulas para cada uno de sus grados con amplias paredes con revoques pintados, laboratorios de especialidades, bibliotecas, veredas de material y hasta agua corriente para una escuela rural.*

*Estos sueños convirtieron al Festival en el espectáculo más grande de América en su género, atrayendo en cada edición a más de 300 mil espectadores que viven en persona esta fiesta popular y un sinnúmero de televidentes y radioescuchas que lo siguen desde sus hogares en todo el país”<sup>14</sup>.*

---

<sup>14</sup> <http://www.festival.org.ar/>

Se hace evidente de esta forma el gran significado que tienen fiestas populares tan convocantes como estas para el desarrollo de una comunidad cuando son eventos organizados por instituciones que siguen intereses sociales.

Hasta aquí los alcances de un significado que abarca un plano más palpable y que tienen su correlación hacia algún tipo de beneficio para las personas de la ciudad en general por así decirlo.

Pero también surge un significado más abstracto o simbólico pero igual sumamente importante para la comunidad. Se trata del aspecto de reconocimiento o renombre de la ciudad hacia el país. El hecho de que la ciudad sea reconocida y se la identifique con el carnaval de inmediato es motivo de orgullo para los ciudadanos, participen o no de la fiesta.

*“Y yo creo que en gran medida aunque no participemos directamente del carnaval nos hace sentir ese orgullo de que es algo en lo cual Gualeguaychú es superior al resto del país y hasta trasciende en el mundo digamos por el carnaval. Así que eso hace un poco al orgullo gualeguaychuense” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

*“Me pasa por experiencia de viajar a distintos lugares, escuchan una batucada o ven una comparsa sean de donde sean lo primero que dicen -¡huy esta el carnaval de Gualeguaychú!- a pesar de que sea el carnaval de Corrientes, el carnaval de Hasenkamp, el de Gualeguay, el de Concepción, el de Chajarí, cualquier carnaval, ven una comparsa y unas plumas y ya la gente dice -¡huy esta el carnaval de Gualeguaychú!” (Fabian Godoy, ex encargado de prensa de la Comisión del Carnaval de Gualeguaychú (2010))*



### La fiesta de carnaval que se percibe como genuina:

No hay un acuerdo generalizado en cuál se supone que es la fiesta de carnaval genuina de la ciudad. Algunos opinan que el auténtico carnaval era del de los '70 con mascaros sueltos, murgas, comparsas donde se daba con naturalidad la interacción ente los espectadores y bailarines, pero también coincide cuando se estaba gestando la forma y la idea del carnaval moderno. Luego se rescata el carnaval del 81, esos años iniciales cuando entraron en escena las 5 comparsas que desfilan hoy y causaron un gran impacto en la ciudad por lo novedoso del carnaval que presentaban.

*“Aquellos que fueron visionarios y se imaginaron este carnaval en la década del '70 allá por Acorad” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*

*“Yo diría que lo más genuino, yo lo ubico, casualmente en esa primera época, vamos a remontarnos al año 81 [...] el haber salido como una fastuoso comparsa donde todo el mundo lo hacía como colaboración hacia el club” (Gustavo Rivas, abogado, historiador del carnaval).*

Otros opinan que el carnaval genuino es el actual curso popular porque nace desde las bases de los barrios, rescata formas de expresión antiquísimas y permite la interacción entre el público espectador y los murgueros.

*“Lo que creo del corso popular es que es una fiesta absolutamente genuina, que se instala y que se crea en el corazón del barrio y por eso tiene tanta autenticidad y tiene tanto compromiso por parte de los integrantes” (Olga Lonardi, Directora del Área de Cultura de la Municipalidad de Gualeguaychú).*

También se destaca la competencia entre las comparsas por alcanzar el título de campeón en los '90 fundada en el amor al club, en definitiva no deja de ser una competencia donde todos quieren ganar.

*“Las competencias entre Mari Mari y Papelitos acá en calle rocamora en la década de los 90, 92, 93, 94, 95, 96, 97 y seguimos en el corsódromo pero ya después del 98, 99 se fue diluyendo” (José Luis Strack, ex director de comparsa).*

Nunca pasa desapercibido el desfile de carrozas, la escuela de artistas de la que se nutre el carnaval, otra fiesta popular que tiene la ciudad de riquísima historia.

*“Y después una cuestión que me parece que es distintiva, que es inigualable en todo el país y que son las carrozas. Gualeguaychú tiene una tradición carrocera de más de 50 años que no la tiene nadie. Entonces un pibe, ya los chiquilines del secundario te saben trabajar un... eh... con papel, con alambre con hierro y te hacen carrozas que son imponentes” (Valentin Ibarra, periodista, conductor del programa ‘Eterno Carnaval’).*



“Las Fiestas Populares y sus participantes; una aproximación a las repercusiones del turismo sobre la fiesta del Carnaval en Gualaguaychú”

**Tercera Parte: ‘Las conclusiones’**

Conclusiones

Recomendaciones



### **Conclusiones:**

Ha sido evidente que el carnaval de Gualeguaychú es una de las fiestas populares con más historia en el país, remontándose en sus inicios al S. IX. En todo este largo tiempo la fiesta siempre se caracterizó por la alegría, la diversión, la transgresión, la integración, los permanentes cambios y la intensa participación.

Pero para comenzar a responder los objetivos planteados oportunamente es preciso retomar la idea de Carnaval Antiguo y Carnaval Moderno ya que las diferencias entre estos carnavales es de suma importancia para la correcta resolución de la investigación. Aquí cobra relevancia el quiebre de paradigma que se produce a finales de los '70 cuando el carnaval deja de ser un evento público y pasa a ser organizado por instituciones de la ciudad. Como ya fuera descrito, en el Carnaval Antiguo predominaban las murgas, pequeñas agrupaciones y alguna que otra participación resonante esporádica de alguna comparsa proveniente del aporte de algún privado, aparte de ello era una fiesta de corte netamente localista con intensa participación de residentes casi exclusivamente y con escasa si no nula participación de turistas. En consecuencia, en esta etapa del carnaval se desestima la presencia de transformaciones como consecuencia de la actividad turística.

Otra es la situación, totalmente diferente, con el Carnaval Moderno, aquí si pueden identificarse transformaciones significativas en la participación del público como consecuencia de la actividad turística. Primero y principal es la creación de la Comisión de Carnaval conformada por los clubes la piedra fundamental del carnaval turístico, con esta comisión se introdujeron los cambios necesarios en la fiesta que posibilitarían el crecimiento del evento como atractivo turístico. Nacen las comparsas como se las conoce hoy y desaparecen momentáneamente las murgas y agrupaciones de lo que es la fiesta mayor; se potencian las habilidades artísticas de muchas personas de la ciudad y se hacen reconocidos por ello convergiendo en las comparsas y especialmente en la realización de las carrozas, rasgo distintivo de este carnaval; aparecen nuevos actores, turistas, sponsor, medios de prensa y con ello toda una transformación mucho más compleja en la fiesta que incluso impacta en el desarrollo de la ciudad por completo.

Ahora con algo más de detalle se sintetizaran aquellas transformaciones detectadas en la participación del público local según la percepción de los entrevistados como consecuencia de la actividad turística en la fiesta.

Con la creación de la Comisión del Carnaval se rompe totalmente el viejo esquema donde la fiesta permanecía claramente estancada. Ahora la nueva organización se encargaría íntegramente de la planificación y ejecución de la fiesta a la vez que se beneficiaría con los recursos económicos producidos durante el evento. Al principio la comisión estaba conformada por 16 clubes de la ciudad y todas presentaban alguna comparsa, carroza o murga. Además se trajeron comparsas reconocidas otras comparsas reconocidas de nuestro país y el Brasil. Se hace evidente que la comisión buscaba lograr un espectáculo nuevo, donde se pudiera continuar con la tradicional celebración de carnaval y a la vez diferente a lo que se veía hasta entonces en Gualeguaychú como para que pudiera atraer la atención del turismo.

Sin perjuicio de lo que era el antiguo carnaval, con esta nueva estructura organizacional se comenzaron a ver algunos buenos resultados respecto al crecimiento de la fiesta. Claramente a partir de una mejor economía de algunos clubes a principio de los '80 se consolidan las grandes comparsas que todavía hoy participan de la fiesta. Entonces ya no se invitaron las comparsas de otras ciudades y sin embargo el espectáculo no perdió calidad sino que ocurrió lo contrario, la fiesta crecía en calidad y el público espectador respondía en el mismo sentido.

No obstante, se sucedieron algunas situaciones problemáticas que afectaron la continuidad de la participación del público local en esos primeros años.

Uno de estos problemas se dio con la Iglesia. Fruto del impacto que causaron las comparsas especialmente con el vestuario que exhibía más el cuerpo es que la comunidad católica puso trabas a quienes participaban de alguna forma de las comparsas, ya sea en la construcción o en el baile. Con el tiempo las diferencias se fueron solucionando en gran medida, necesariamente cuando el carnaval se comenzó a transformar en el medio de vida de muchas personas.

Otro aspecto negativo, detectado ahora en el nuevo sistema organizativo, se trató al principio cuando la mayoría de murgas y agrupaciones que no pudieron encontrar su lugar o no supieron adaptarse sufrieron un progresivo desplazamiento de del evento. Como consecuencia hacia mediados de los '80 hubo personas que dejaron de participar como bailarines, diseñadores, músicos de muchas de estas murgas murgas venidas en pequeñas comparsas y debieron encontrar su lugar como espectadores. La justificación se encuentra en la dificultad de los clubes para sostener económicamente el crecimiento de la fiesta, por caso de que aquellas comparsas que obtenían los primeros puestos en el concurso eran las que tenían alguna ganancia económica y la posibilidad de incrementar sus chances al año siguiente, mientras que el resto perdían dinero y abandonaban la fiesta. La realidad es muy clara, de 16 clubes participantes en la primera comisión de carnaval a 5 clubes hoy y aun así solo 3 comparsas participan cada año del carnaval.

De todas formas en esta primera década se destaca la participación de la gente de Gualeguaychú dando el puntapié a las comparsas en el seno de los clubes, especialmente de aquellos más allegados como directivos, simpatizantes, amigos o vecinos que trabajaban de forma voluntaria y desinteresada. Eran muy pocos los casos en que alguna persona cobrara por su trabajo, solo se daba en tareas muy específicas en la confección de trajes o carrozas. Se incorpora la participación de la clase media alta como integrantes bailarines y de esta forma ya se incluye a todas las clases de la ciudad. Por parte del Estado se destaca la participación de la municipalidad primero habilitando a la Comisión del Carnaval para la organización de la fiesta y después en 1985 rescatando las murgas para la realización del nuevo corso.

Luego es en el transcurso de los '90 que se evidencian los primeros efectos del turismo en el carnaval. Claramente es así y se ve reflejado con los cambios de circuitos y el incremento en el número de noches de espectáculo. Primero se pasó de celebrar el carnaval en las calles céntricas de la ciudad, 25 de Mayo y Urquiza durante febrero. Hasta que la capacidad se vio totalmente colmada y sin posibilidad de ofrecer más y mejores comodidades a los espectadores. Luego el circuito de desfile se traslado a las avenidas Rocamora y 1ra Junta y se agregaron noches en enero y febrero. Aquí crece la capacidad de público, se diversifica la oferta de ubicaciones en plateas y tribunas, lo mismo ocurre con la gastronomía y la venta de cotillón y souvenirs. En estos circuitos callejeros la distancia entre los bailarines y los espectadores era muy poca lo que permitía la interacción permanente entre estos dos.

Por este tiempo los trabajos de confección de las comparsas se siguen desarrollando con los mismos allegados a los clubes pero paulatinamente crece el número de personas que reciben remuneración por su trabajo con base en las habilidades artísticas específicas que poseen. Crece la cantidad de turistas que visitan la ciudad por motivo del carnaval y se comienzan a crear servicios para este público tanto en el carnaval como en la ciudad. En este nuevo escenario la distancia entre los espectadores y los bailarines es mayor, incluso ya existe una barrera física que aunque no es nada difícil de sortear marca claramente un límite. Por parte del Estado el área de cultura local solo se atiene a la organización del corso barrial y el área de turismo se involucra en la promoción del evento y la ciudad comienza a ser reconocida a nivel nacional por el carnaval. Se destaca la construcción del corsódromo por parte de la municipalidad de Gualeguaychú.



El punto sobresaliente se da en el año 1997 con la inauguración del corsódromo y la primera transmisión en vivo por televisión para todo el país. A partir de la inauguración del corsódromo crece notoriamente el volumen y calidad de las comparsas. Se profesionalizan la mayoría de las tareas de confección de trajes y carrozas, se comienza a dar la movilidad de los artistas de una comparsa a otra y a restringir el acceso de colaboradores. Ahora el público espectador se compone en su mayoría por turistas y también se comienzan a incorporar a las comparsas como integrantes bailarines. Se acentúa la llegada de medios masivos de comunicación y de sponsors. Con el creciente nivel de exposición se consolida la imagen de la ciudad con el carnaval y se convierte en referente a nivel nacional. En la ciudad también se desarrollan cantidad de servicios turísticos en general de diversas categorías y muchos otros complementarios al carnaval, además entre los residentes de la ciudad se reconoce la importancia del carnaval por la generación de recursos económicos derivados del turismo. Por parte del Estado surgen desde el municipio y la provincia aportes para mejorar las comodidades para el público en el circuito y la promoción del evento, en este caso canalizados a través de las respectivas áreas de turismo.

En la actualidad la calidad de las comparsas se mejora cada año pero no ocurre lo mismo con la organización y los servicios en el corsódromo. Esta situación se está convirtiendo en un problema a solucionar por la comisión. La totalidad de las tareas de confección de trajes y carrozas son tareas de profesionales, la movilidad de artistas entre comparsas ya se da con naturalidad. El público espectador local se concentra generalmente en la primera noche de carnaval por los precios bajos. Los bailarines de otras ciudades se han ensamblado perfectamente a las comparsas. La llegada de medios de comunicación y de figuras del espectáculo se da con total naturalidad en todas las noches de carnaval. Como ocurre desde fines de los '70 la participación del Estado se restringe a brindar asistencia a la organización de la comisión.

Viendo este proceso comprimido en unos pocos párrafos puede apreciarse a simple vista que los tradicionales espacios de participación para los residentes se vieron reducidos. Aunque cualquier progresiva reducción en las oportunidades de participación, que no es otra cosa que un claro desplazamiento de residentes en favor de los turistas, podría causar un gran malestar en la comunidad local, en el caso de la gente de Gualeguaychú parece ser que no ocurre así. Una de las causas podría ser que en esta ciudad la gente encuentra otras alternativas para entrar en contacto con el carnaval en dos fiestas, el carnaval en el corsódromo mejor conocido como 'Carnaval del País' y el carnaval tradicional en las calles 'Corsos Matesito'.

### ***Recomendaciones:***

Una vez resuelto el problema de desconocimiento sobre las nuevas condiciones de participación del público local, surgen las bases para ampliar el mismo tema o despertar interrogantes que siempre pueden ser útiles a la preservación del patrimonio.

Esta investigación tuvo en cuenta la percepción de personas que por su trayectoria tienen un completo conocimiento del carnaval pero a partir de ahora sería valioso incorporar la percepción sobre el mismo tema que tiene el general de la gente de la ciudad que podría o no integrar una comparsa.

Además un estudio cuantitativo sobre el crecimiento del carnaval y el desarrollo turístico de la ciudad desde la creación de la nueva comisión de carnaval y analizar esta situación en paralelo puede ser complementaria.

También se podría estudiar cual es la percepción del público turista sobre el desarrollo y crecimiento del carnaval y cuáles son los factores de crecimiento para este público.

Aunque descubierto ya un desplazamiento de los residentes ahora también se puede plantear una posible desnaturalización de la fiesta popular del carnaval de Gualeguaychú. Esta situación tiene la potencial amenaza de una transformación tan grande que resulte en una pérdida de atractivo de la fiesta, justo en un momento en que la ciudad se muestra dependiente del carnaval para movilizar turistas.

Ahora para reducir el impacto de desplazamiento de los residentes se puede atacar el problema desde distintos frentes:

Siendo que el área de cultura de la Municipalidad está totalmente ausente en el principal carnaval de la ciudad como primera medida debe involucrarse mucho más, no en la organización del evento si no en hallar mecanismos para la protección del patrimonio. Puede generar un rescate de los hechos históricos significativos de la fiesta de carnaval mediante material fotográfico, de video, relatos, etc. Puede buscar y destacar los puntos en común existentes entre las dos fiestas de carnaval de la ciudad. Puede habilitar espacios de contención a los artistas que trabajan en las comparsas, también para la divulgación de las habilidades artísticas en el resto de la comunidad. En general se trata de generar los mecanismos que sirvan para revalorizar los principales rasgos de la cultura de carnaval de la ciudad.

Luego el área de turismo podría estimular la creación de nuevos servicios que enriquezcan significativamente la experiencia del turista, donde este encuentre la oportunidad de conocer y valorar más de la cultura de carnaval y que no se lleve solo la imagen de un espectáculo.

Estas dos áreas públicas deben oficiar como facilitadores esto significa que podrían proponer el estudio o la puesta en marcha de propuestas en las universidades de Gualeguaychú o de ciudades cercanas.

Desde la Comisión de Carnaval se podría liberar los temas de las comparas con más anticipación. Por ejemplo en el carnaval de Río de Janeiro las escuelas de samba presentan los temas muchos meses antes de llegar a las noches de carnaval. Para el caso de Gualeguaychú esto significaría que la gente tendría la oportunidad de disfrutar en intimidad de sus comparas sin la congestión que se produce en verano con la llegada de los turistas.

### **Bibliografía:**

- ARIAS INCOLLA, María de las Nieves: (2002) “Patrimonio Intangible, Señas de Identidad”. Cuadernillo de Cátedra de Recursos Culturales II. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén Argentina.
- AYALA, Sergio Martin. (1997): “La historia del carnaval de Gualeguaychú”. Instituto SEDES Sapientae. Gualeguaychú.
- BERENGUER, C; GARCIA, Leopoldo; REY, Buxó; SHAW, Martínez; FABREGAT, Esteban; RUGGERBERG, Subirats; FERNANDEZ MARTORELL, M.: (1984) “Sobre el concepto de cultura”. Editorial Mitre. Barcelona.
- BOURDIEU, P. y Wacquant, L. (1994): Per a una sociologia reflexiva. Barcelona: Herder.
- BOURDIEU, P. (2000): La dominación masculina. Barcelona: Anagrama.
- CASASOLA, L. (1996). “Turismo y ambiente”. Trillas. México.
- CHIRIVELLA CABALLERO, Mariano: (2003) “Turismo cultural y gastronomía”. Buenos Aires. CITB.
- COLUCCIO, Felix (2002); “Fiestas y costumbres de Latinoamérica”; Corregidor; Buenos Aires.
- COLUCCIO, Felix (1972); “Fiestas, celebraciones, recordaciones, mercados y ferias populares y/o tradicionales de la República Argentina”; Ministerio de Cultura y Educación de la Nación, Buenos Aires.
- CRESPI, M. y PLANELLS, M.: (2003) “Patrimonio Cultural”. Editorial Síntesis, S.A.
- CRESPO, Carolina (2006); “Cruces y tensiones sociales (en) mascaradas: las fiestas del carnaval de Gualeguaychú”; Secretaría de Cultura; Santa Fe.
- FERNANDEZ FUSTER, Luís: (1978) “Teoría y técnica del turismo”. Editorial Nacional, Madrid. Tomo I.
- FLORES MERCADO, Bertha Georgina. (2004): “La festa de Gràcia sóc jo i jo sóc la festa. La construcción psicocultural de la participación ciudadana en una fiesta popular”. Universidad de Barcelona. Barcelona.
- HEREDIA, Amanda (2007): “Las fiestas populares se convierten en 'raves'”. (En línea) <http://www.adn.es/cultura/20070809/NWS-1019-convierten-populares-fiestas-raves.html> (2 Agosto de 2010).
- HOEBBEL, A., WEAVER. (1982): “Antropología y Experiencia Humana”. Omega. S. A. Barcelona. España.

- JACOVELLA, Bruno C. (1953); “Fiestas tradicionales argentinas”; Lajouane, Buenos Aires.
- KRUSE, Germán. (1967) “Servicio Social e Ideología”. Editorial Alfa. Montevideo. Uruguay.
- LÁZARO FERNÁNDEZ, Yolanda. (2000): “Fiestas populares: una vivencia de ocio para las comunidades” (En línea). <http://sid.usal.es/idocs/F8/8.4.2-5007/8.4.2-5007.pdf> (25 Julio de 2010)
- MARTÍN AZAMI, Diana (2004); “Determinantes estratégicos de la fidelidad del turista en destinos maduros”; Tesis Doctoral, Universidad de la Laguna, Humanidades y Ciencias Sociales; Tenerife. (En línea). Disponible en: <http://tesis.btk.ull.es/ccsyhum/cs162.pdf> (10 Agosto de 2010).
- PERLES RIBES, José Francisco (2006). “Análisis del impacto económico de eventos: Una aplicación a fiestas populares de proyección turística”. (En línea) <http://revistas.um.es/turismo/article/viewfile/18011/17371> (27 de Julio de 2010)
- RIVAS, Gustavo: (1997) “Calidades dormidas”. Gualeguaychú.
- SALTALAMACCHIA, Homero Rodolfo (2005); “Del Proyecto al Análisis: Aportes a una investigación cualitativa socialmente útil”; El Artesano; Buenos Aires.
- SAMPAYO, Horacio; FLORES, Marta: (2005) Antropología y Psicología “Aproximación al estudio de la Antropología Psicológica” Capítulo 7. EDUCO. Neuquén.
- SANTANA TALAVERA, Agustín (1997); “Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?”; Ariel Editorial; Barcelona.
- VÁZQUEZ ROSADO, Angie (2006); Vygotski y Luria, dos aliados, dos amigos, dos vidas: un acuerdo teórico-práctico sobre la mente y el protagonismo de lo social. En Psicología Científica.com (En línea). Disponible en: <http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-24-1-vygotski-y-luria-dos-aliados-dos-amigos-dos-vidas-un-acuerdo.html> (10 Agosto de 2010).

### **Internet:**

- Artesanías <http://www.fiestadelaartesania.com.ar/> (14 Septiembre de 2011).
- Carnaval. <http://www.welcomeargentina.com/carnavales/historia.html>, (1 Junio de 2010)
- Carnaval Corrientes. <http://www.carnavalescorrentinos.com/> (14 Septiembre de 2011).
- Carolina Crespo. <http://www.scribd.com/doc/7061973/RIF>. (22 Mayo 2010)
- [http://www.argentina.ar/\\_es/cultura/C2114-argentina-pais-de-fiestas-populares.php](http://www.argentina.ar/_es/cultura/C2114-argentina-pais-de-fiestas-populares.php) (20 Mayo de 2010)
- Cosquín. <http://www.aquicosquin.org/home.html> (14 Septiembre de 2011).



- Fiesta, ciudad y corte. <http://www.materialesdehistoria.org/fiesta.htm>. (10 Agosto de 2010)
- Fiestas Populares. [http://www.turismolapampa.gov.ar/tierra\\_tradicion/t\\_tradicion\\_populares.htm](http://www.turismolapampa.gov.ar/tierra_tradicion/t_tradicion_populares.htm), (1 Junio de 2010).
- Jesús María. <http://www.festival.org.ar/> (14 Septiembre de 2011).
- [http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL\\_ID=34325&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=34325&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html) (1 Junio de 2010).
- Las fiestas populares se convierten en 'raves' <http://www.adn.es/cultura/20070809/NWS-1019-convierten-populares-fiestas-raves.html> (20 Mayo 2010).
- Sociedades. <http://educ.ar/educar//kbee:/educar/content/portal-content/taxonomia-recursos/recurso/27b5819d-35a1-4794-a9e0-d50156a21015.recurso/2025cd11-7326-48ca-b7db-9ff4c5e1ed8b/sociedades.pdf>. (12 Junio de 2010)
- Vendimia. <http://www.vendimia.mendoza.gov.ar/vendimia/> (14 Septiembre de 2011).