



Música oral del Sur

Revista Internacional

Nº 5. Año 2002

Actas del Coloquio Internacional «Antropología y Música. Diálogos 3»
Transculturaciones Musicales Mediterráneas

JUNTA DE ANDALUCÍA
Consejería de Cultura

Centro de Documentación Musical de Andalucía

DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE GRANADA
CENTRO DE INVESTIGACIONES ETNOLÓGICAS
Ángel Ganivet

Presidente y Fundador

REYNALDO FERNÁNDEZ MANZANO

Director

MANUEL LORENTE RIVAS

Presidente del Consejo de Redacción

JOSÉ ANTONIO GONZÁLEZ ALCANTUD

Consejo de Redacción

ANGEL MEDINA

MOHAMED METALSI

JOSEP MARTÍ

MANUEL LUNA

ESTEBAN VALDIVIESO

DAVID COPLAN

SUSANA ASENSIO

REYNALDO FERNÁNDEZ MANZANO

JOSÉ ANTONIO GONZÁLEZ ALCANTUD

MANUEL LORENTE RIVAS

MARTA CURESES

MANUELA CORTÉS

STEVEN FELD

CARMELO LISÓN TOLOSANA

JOSÉ MANUEL GAMBOA

Secretaria del Consejo de Redacción

MARTA CURESES

Secretaría Técnica

ÁLVARO MATEO GARCÍA

Diseño

JUAN VIDA

Fotocomposición e impresión

LA GRÁFICA, S.C.A.N.D. GRANADA

Depósito Legal: GR-487/95

I.S.S.N.: 1138-8579

Edita

© JUNTA DE ANDALUCÍA. Consejería de Cultura.

Full monty. Transculturación, mediación y comunicación

Antonio Mandly

Universidad de Sevilla

"To dance is to discover"

Léopold Sédar Senghor.

Para los antropólogos, los procesos de comunicación, es decir la transmisión de información a través del tiempo y el espacio, difícilmente pueden ser comprendidos sin abordar la construcción del sentido que se produce en el intercambio de formas simbólicas, porque estimamos que el modo en que se utilizan las tecnologías no deriva de un repertorio estático de prestaciones funcionales, sino de sus contextos de uso.

Entre *El cantor de jazz* (1927) en que la metálica voz de Al Jolson rompe a cantar acompañando sus propias imágenes y *Full monty* (1997), Oscar de Hollywood a la mejor banda sonora, transcurren setenta años en que el cine desarrolla una tecnología y un arte propios que tienen que ver, sobremanera, con los "contextos de uso, con las fuerzas selectivas de carácter económico, político, libidinal y simbólico, con las pasiones y disposiciones sociales que seleccionaron históricamente" (Abril 1998:61) unas producciones y excluyeron otras, hasta troquelar el liderazgo audiovisual de la gran pantalla en la industria de la cultura.

La pregunta por la técnica de Heidegger planteaba que "la técnica no es sólo un medio". Para Heidegger lo que hay que entender en las técnicas es "su esencial relación con el develar en que reside la posibilidad de toda función productora" (Heidegger 1994:15). Nuestro diálogo entre antropología y música retoma el sentido de esta pregunta, y se plantea cómo se imbrican la dimensión tecnológica de la cada vez más sofisticada máquina de audiovisión que cristaliza en institución social y las mediaciones culturales que la viven a través de sus prácticas sociales, de sus relaciones pedestres, en un determinado contexto de situación.

"No en ti muere el relámpago que piensas
sino a un millón de lunas de tus labios...
¿Quién eres tú, de acero, rayo y plomo?
Un relámpago más, la nueva vida"
(Alberti 1927 XIII).

El éxito del film *Full monty* –"No somos guapos pero la gente hace cola para vernos" (con más de dos millones de espectadores tras doce semanas de proyección en España, 8.000 millones de pesetas recaudados en el Reino Unido, algo inusual en una industria que apuesta sus inversiones en productos de rentabilidad masiva asegurada como los *Star Wars*, se debió no sólo al acierto genuinamente europeo de su propuesta de realismo social que ponía el dedo en la llaga del dogma neoliberal –en el poder (sino muy especialmente, además, al calculado juego de ambigüedad conseguido a través de su banda sonora –la

música de Joe Coker coincide con la de *9 1/2 Weeks*, film de Adrian Lyne de 1986 con strip-tease al uso, y que reproduce ritmos y escenarios de sensualidad muy comunes a películas de mediados de los ochenta, como *Cotton Club* (1984).

Memoria secuencial.

La banda sonora de *Full monty* logró establecer una sintonía entre los ámbitos de la producción y la recepción en virtud de una “operación de apropiación” que actuó sobre la memoria *hiponoética*, a través de la percepción íntima de un yo que cambia de atributario cada vez que alguien se lo apodera y se lo aplica a sí mismo; es decir, que discurre como *shifter* o término viajero libre —en decir de *Benveniste*— para que quienquiera que se apodere de él se apodere al tiempo de su lengua y su música. Estamos en uno de los *shifter* o *mudanzas* de Jakobson con sus problemáticas subjetivas e intersubjetivas y su complejidad emocional, en una secuencia anterior a la que determinada construcción social de la realidad positiviza en valores a través del contraste de plano y contraplano de lo deseable, y que, a partir de este punto, puede administrar como anclaje de identidad.

Pero conviene decir algo más sobre el protagonismo de la música en este planteamiento inicial, porque es precisamente la música, ese sistema de signos carente de significado (Stravinski *dixit*), o que se encuentra de manera ambigua en el lugar de una multiplicidad de significados diferentes, y que además suscita sentimientos y emociones que impulsan a la acción, la que desbrozó la imaginación de los espectadores hacia la subversión más allá del patio de butacas, en una dialógica receptiva transcultural a cuya lista se fueron apuntando sujetos sociales, tan diversos como funcionarios de correos de la Central de Cibeles, doctorandos del Centro Superior de Investigaciones Científicas o futbolistas de la Unión Deportiva Alfacar, joven equipo a punto de ascender a la Tercera División desde la Regional Preferente granadina.

Comprender el juego de influencias mutuas creado entre el contenido de la película y la música que la conforma en armonía con el mundo cultural donde se proyecta y recrea, nos llevó a indagar en el *background* personal, social y cultural de un grupo de futbolistas de la Unión Deportiva Alfacar.

La descripción etnográfica del contexto en que se produjeron los hechos nos lleva hasta Alfacar, donde se cuece el mejor pan que come Granada, con seis mil habitantes empadronados que llegan hasta doce o trece mil en verano, cuando vienen a ocupar sus casitas o a alquilarlas a los veraneantes de la vecina capital. Más de la mitad de los catorce miembros de la plantilla de la Unión Deportiva Alfacar son estudiantes en Granada, hacen vida en ella durante la semana, y comparten allí piso con otros estudiantes. Vienen a los no muy numerosos entrenamientos, y se quedan en su pueblo los sábados y los domingos de partido. También defienden los colores locales algunos hijos de otros pueblos vecinos, que no disponen de equipo local o que, por lazos de amistad, prefirieron integrarse en la Unión. Los partidos de la Unión Deportiva Alfacar se celebran la mañana de los domingos, y tienen una asistencia media de cien a ciento veinte personas, incluidas las novias de los futbolistas, sus seguidoras más incondicionales, que estudian y, las más, trabajan en ofici-

nas y en un gran hospital de Granada capital. Aunque no lo manifesten abiertamente, estamos en disposición de afirmar que el momento más esperado del partido se produce cuando el árbitro da el pitido final. Tras una ducha rápida se reúnen en la puerta del campo las parejas y los pocos solteros que quedan para recorrer en un ritual que no suele variar, determinados bares de pueblo, donde pasan tapeando juntos buena parte de la tarde. Fue en una de estas reuniones cuando un compañero serio y respetado con apoyo de otros dos planteó “ir a por todas”, sin tapujos. La crisis deportiva, pero sobre todo la extra deportiva que se vivía en el pueblo desde finales de 1997 había puesto la temporada cuesta arriba cara al ascenso. La verdad es que el 98 no había empezado bien. El Alfacar en casa no andaba fino. De los últimos 15 puntos teóricos sólo se habían conseguido 3, y prácticamente era imposible meter la cabeza en la liguilla de ascenso. La causa estaba clara para todos. El viejo campo del Alfacar tiene un terreno de reducidas dimensiones. Allí los equipos visitantes se cerraban e iban “al patadón”. Como visitante, en cambio, el Alfacar se mostraba como un equipo rápido y que abría muy bien el juego por las bandas. Con una defensa de gran envergadura había logrado –salvo robos “descaraos” de los árbitros– buenos resultados. La construcción del campo nuevo, ya aprobada, había quedado paralizada. Sólo la remoción de los terrenos generó una gran polémica en medios de comunicación de toda España. A pocos metros había sido cristianamente asesinado Federico García Lorca, junto a otros cuatrocientos inocentes en 1936.

No había que ocultarlo una semana más: los futbolistas llevaban ya cuatro meses sin cobrar y a la mayoría les era indispensable ese dinero para pagar el piso en Granada. Tímidamente, y como para quitar hierro, alguien recordó a un compañero y su novia allí presentes lo que habían comentado el pasado miércoles en voz alta a la salida del cine granadino donde daban *Full monty*, “que ellos también iban a tener que hacer una cosa así”.

El presidente no tardó en aparecer –en Alfacar el poder de la opinión pública y la agilidad comunicativa local harían palidecer de envidia a Ted Turner–. Mostró toda su confianza en el equipo, apostando una vez más por su juventud y perspectivas de futuro. Eso sí, dinero no había, pero él allí estaba para lo que quisieran, y como prueba de su entrega les cedía su discoteca para que organizaran un festival flamenco a beneficio del equipo. No era un festival flamenco lo que iban a proponer los jóvenes futbolistas allí presentes, pero el presidente se apuntaba un tanto aceptando aquella propuesta con entusiasmo y salvaba la cara. La discoteca Los Pinos estaba la noche que ellos quisieran a su disposición y les retaba a llenar sus 1.200 localidades.

A partir de aquí las novias tuvieron un papel fundamental, asumiendo sus *vigencias de cooperación* con actitudes tan comprometidas como fragmentarias pues, mientras unas se lanzaban a buscar cintas de Joe Coker y Madonna y organizaban los grupos de ensayo, otras, muy influidas por las redes familiares locales se negaban en redondo a permitir que sus novios participaran en ese rol ambiguo, a “pasar esa vergüenza” y a ser “señaladas con el *deo*”.

La actuación se anunciaba una semana antes de Semana Santa a través de cartelería por lugares significativos del pueblo. Un redactor del *Diario Ideal* se hizo eco de la convocatoria. Esta trascendió en flashes de agencias nacionales e internacionales. Entonces, la planilla de la Unión deportiva Alfacar hubo de concentrarse, y no para preparar su próximo

encuentro deportivo, sino el para- deportivo que los llevó a restar protagonismo en páginas y espacios a los Ronaldo, Raúl o Rivaldo. *La Gazzeta delle Sport, O Globo, Canal Plus, Tele 5, La Cadena SER, El País*, rivalizaban con las televisiones locales y muy especialmente con *Albolote Televisión*, cuyas ondas alcanzan el norte y hasta el centro de la ciudad de Granada. Sus programas deportivos con entrevistas en directo buscaron profundizar en las causas del acontecimiento. De hecho, aportaron datos muy valiosos a nuestra etnografía, que difícilmente hubiera podido discurrir satisfactoriamente sin el generoso apoyo de reporteros y equipo de *Alfácar Televisión*, y, desde luego, sin los espléndidos planos y secuencias realizados por *Canal Plus* durante el acontecimiento en plena madrugada de Viernes Santo de 1998. La discoteca Los Pinos estaba abarrotada de público, un público juvenil tan heterogéneo como el que por las esquinas de las calles Sol, Resolana, Regina, Larios o Gran Vía deambula entre *bullas* y aplausos con música de cornetas y tambores por bufanda, y que una foto de portada con pie de página del día siguiente los configura en “expresiones significativas de la identidad andaluza”.

Fue la actitud de las novias la que más llamó la atención a la intuición periodística local, que ponía el dedo en la llaga de un tema de gran enganche para sus televidentes, lectores y oyentes: el desbordamiento de los límites simbólicos de la normalidad, según apreciaciones enfrentadas de género y edad. Las normas subrayan concepciones de lo deseable, de lo que se requiere en la construcción del día a día en la vida social. Son fundamentales para la estabilidad, tanto en sociedades masivas como en pequeños grupos sociales. Don Cushman y Gordon Whiting adaptaron la teoría de las normas al campo de las comunicaciones e incidieron en cómo las normas “ayudan a gobernar y guiar la transacción comunicativa” (Cushman y Whiting 1972:228 y 229).

Entender la actividad social como procesos y patrones que son producidos por normas culturalmente específicas (Giddens 1984:3 y 377), contribuye a resolver el problema y la confusa distinción macro-micro. Aproximándonos a las familias de las novias de los futbolistas nos interesamos por su contacto con la gran pantalla o con ésta a través de la pantalla pequeña, y ese rol del actor nos fue tácticamente muy útil cara al trabajo de campo, ya que sitúa al antropólogo tácitamente frente a su interlocutor en un espacio simbólico concreto: el del mundo del televisor, es decir, de ese mundo del que se habla.

Esta es una llave excepcional para abrir las conversaciones acerca de lo deseable a través de algún programa conflictivo o polémico, para enterarnos de las disposiciones y hábitos de consumo, sean musicales o de cualquier otro tipo, de la situación laboral, de los límites de la acción social que construyen, de sus estrategias personales, de los valores que destacan en la interacción... Así podemos comprender cómo los llamados dominios de la economía, de la religión, de la moral, de la política, de la estética, están articulados, reproducidos, transformados y trascendidos en las prácticas rutinarias de la vida diaria” (Lull 1992:56) y – diríamos nosotros- subsumidos en la cultura.

Ese conjunto complejo de presiones sociales complementarias que se sintetizan a través de normas de acción y que Lisón llamó vigencias siguiendo a Ortega, (Lisón Tolosana 1966:317 y ss.), vienen dadas por la *mediación simbólica* fundamental (Ricoeur 1986) 1989:277) que las impulsa hacia una u otra orientación según género, edad, status-estrato. Por tanto, para

el antropólogo la cultura es el contexto último (Geertz 1973) 1987:27), un contexto dinámico en el cual es construida la comunicación. Lo que importa ahora es proponer el método o camino más adecuado para el diálogo entre música y cultura.

Caminos para el diálogo.

De las nociones de sentido e interpretación que Geertz desarrolla en sus trabajos –“contradictorias”, en certera crítica de Pazos (Pazos1996:75-81) la idea de que el sentido de una conducta lo aporta el texto cultural al que esa conducta remite como expresión, texto que hay que reintegrar en cuanto universo articulado de significados (Geertz 1983) 1994:44-47), no es la que proponemos en nuestro diálogo. Este universo noético, visual, caracterizado por la fijación, como un conjunto de ordenadas diapositivas antropológicas, requeriría una “lectura interpretativa de corte hermenéutico y semántico”, una lectura que intentara “restaurar los textos en su plena densidad significativa” (Pazos1996:77).

Nuestro interés por la producción, en lugar de por el producto realizado, por los procesos simbólicos históricos, en lugar de por los sistemas simbólicos acabados, nos aleja tanto de la visión de texto cultural como del modelo lingüístico de Lévi-Strauss y de la noción de discurso que la hermenéutica toma de Ricoeur (Descombes 1983:200 y ss.). Desde luego, también de otras visiones y *entre-vistas* mucho menos sutiles y más administrativas de la cultura del *homo sapiens* u *homo faber*, que ocultan en sus estrategias de investigación la propuesta que arranca en Joan Huizinga con el *Homo ludens* de que “el juego no es una manifestación más de la cultura, sino que la cultura misma ofrece un carácter de juego” (Huizinga 1954) 1972:190-195). Si con la música “nos encontramos, constantemente, dentro de las fronteras del juego, eso mismo ocurre, sólo que en mayor grado, con su hermana melliza la danza”. (Huizinga 1954) 1972:194). No se puede reducir a discurso verbal la comunicación musical en un proceso de transculturación como el que ocurre con *Full monty*—en que una forma cultural como la música de Joe Coker se traslada de un lugar físico a otro y entra allí en interacción con las formas locales, influye en ellas y produce nuevos híbridos culturales, porque su generalidad y multiplicidad de mensajes e interpretaciones posibles suscitan una actividad emotiva (Feld 1984:13), polimórfica y al tiempo “tan profunda que ni la misma locura sabría llegar a ella” (Ciorán 1981). Este es su rasgo más significativo y una de las claves para entender el vínculo comunicativo transcultural que activó *Full monty*.

No estamos proponiendo observar los significantes como síntomas o haces de síntomas, como podría pensarse de una lectura simplista del Wittgenstein de las Investigaciones, para quien la operación mediadora puede ser mostrada o señalada, pero nunca plenamente dicha o explicitada. Lejos de observar los significantes como síntomas o haces de síntomas, tratamos de comprenderlos como “actos simbólicos” o “haces de actos simbólicos a través de los que discurrimos” cara al análisis del discurso social. (Geertz 1973) 1987:36). Prestamos atención sobremanera a la conducta, porque es en el fluir de la conducta—es decir, en la acción social—donde las formas culturales encuentran articulación. Desde luego que también la encuentran en diversas clases de artefactos y en diversos estados de conciencia,

de acuerdo con Geertz, pero éstos adquieren su significación en virtud del papel que desempeñan, es decir, a través de su uso (Wittgenstein 1953:31 y 108), en una estructura operante de la vida, no de las relaciones intrínsecas que puedan guardar entre sí. Aquello por lo que el antropólogo, entendimos, debía plantearse al tener como referente la performance de Alfacar es lo que se expresa por mediación de las formas simbólicas públicas¹ en que unos y otras se representan a sí mismos, por su sentido: ¿orgullo?, ¿desafío?, ¿cólera?, ¿solidaridad?, ¿ridículo?, y por los efectos del sentido. Las condiciones de producción real y material de sentido atienden al modo como se encarna la significación vivida de los conceptos culturales, a su contexto de situación. Rafa, Quique y otros futbolistas de la Unión Deportiva Alfacar a los que seguimos en sus intervenciones en medios de comunicación los días anteriores al strip-tease, y con los que hablamos posteriormente, tenían una idea muy nebulosa de Sheffield o de la zona minera inglesa devastada por la crisis industrial donde Peter Cattaneo sitúa la acción del film. Y es que la *massmediación* no tiene por qué ser una operación transparente. Reinterpretaban divertidamente entre bromas personales los contenidos de la película desde situaciones temporales que a ellos les eran próximas y simbólicamente significativas. (“¿No entrenan con música muchos equipos brasileños?”-. Nos pareció especialmente significativa su irrenunciable necesidad de “ir todos a una” en el tipo de desafío que habían tomado como modelo, y ello, por costoso que fuera personalmente para algunos (no hay más que ver los planos y secuencias filmados por Canal Plus en el inicio de la coreografía). - “¿Si hace falta, nos inyectaremos alcohol en las venas!”-. El éxito no se midió sólo en términos económicos o de un salto a la fama². Por encima de todo, el capitán del Alfacar recuerda el abrazo de un compañero especialmente tímido, con dificultades de relación, ya en los vestuarios de la discoteca, cuando aún resonaban los aplausos: - “¡Gracias, Rafa, por lo que has hecho por mí!”-. Y es que los medios no son meras técnicas de difusión o de reproducción sino agentes culturales y tecnologías de socialización.

Mediación cultural y tecnologías de socialización.

Los contextos de uso de las tecnologías de socialización, abordados desde la construcción del sentido que se produce en el intercambio de formas simbólicas, nos van llevando a plantear dos procesos que nos parecen especialmente relevantes: el de la mediación cultural, es decir la construcción, a través de los medios, de las identidades sociales, tanto “propias” (cómo un individuo grupo o comunidad se representan a sí mismos), cuanto “ajenas” (cómo se representan a los otros), (abril 1997:110) y el de las redes sociales y culturales intermediáticas que quiebra las teorías unidimensionales de la alienación comunicativa y no concibe los medios como “fuentes de sentido” de las que pudieran brotar unilateralmente ciertas representaciones que luego serían “interpretadas por los públicos (y por los analistas)”.

1. El strip-tease de Alfacar lo fue desde el momento en que el somnoliento gacetillero del diario *Ideal* de Granada se encontró con los carteles anunciadores a la entrada del pueblo, con la cola aún fresca, detuvo su coche junto a la cabina, y se apresuró a llamar a su periódico.
2. 1.100 entradas fueron vendidas en *Los Pinos* de Alfacar, a 900 pesetas la entrada, Cadenas de TV que, como *primicia* nacional hicieron desplazar al equipo hasta Madrid en los días inmediatos al *strip-tease*.

(abril 1997:110). Son los efectos sociales y culturales del sentido con sus interconexiones y derivaciones, los catalizadores de dichos procesos. Ellos acaban desencadenando reacciones como un *strip-tease* a lo *Full monty*.

Hace diez años, Jesús Martín Barbero planteaba una visión absolutamente vigente sobre las condiciones que articulan el funcionamiento de la hegemonía, ejercida desde un mercado material y simbólico “no unificado”; es decir, que permite la expresión de demandas y prácticas culturales heterogéneas, y las funciones del barrio popular: frente a la organización abstracta de la sociedad y la distancia de la política profesional, movimientos sociales como los que dan forma a la resistencia cotidiana de los barrios populares pugnan por “reapropiarse la sociedad, no en términos de poder sino de una vida humanamente digna y significativa”. Ese “mediador fundamental entre el universo privado de la casa y el mundo público de la ciudad” que es el barrio, “proporciona referencias básicas para la construcción de un nosotros”.

Frente a la precariedad ocupacional que impone el mercado de trabajo, pertenecer a un barrio significa para las clases populares, insertarse en un ámbito de reconocimiento. (Martín Barbero 1989:61-65).

Son estos ámbitos simbólicos de reconocimiento los que retoman la ritualidad —que siempre estuvo ahí, aunque en la vertiente de arriba, la definida por el poder, disfrazada de arcaísmo etnográfico— para bajarla a su antiguo *locus* palpitante de la cultura popular indefinida —propia no sólo de la Antigüedad, sino también de la Edad Media y el Renacimiento—, centralmente aplastada —aunque jamás en sus bordes o márgenes— por la “estabilización en el siglo XVIII del Nuevo Régimen de la Monarquía Absoluta, lo que originó el nacimiento de una forma universal e histórica (...) que encontró su expresión ideológica en la filosofía racionalista de Descartes y la estética del clasicismo (...) presentadas como verdades eternas”. (Bajtín (1968) 1990:72-79, 95).

Aquel racionalismo fue ganando en universalidad y perdiendo en totalidad, al tiempo que se extendía en superficialidad y perdía vínculos cualitativos de cohesión social. Subsidiariamente segregaba recursos formales para su justificación como poder —la democracia, al tiempo que reducía a un unidimensional sentido económico las diversas fuentes rituales de sentido y experiencia —estéticas, religiosas, morales transmisoras de corriente social y generadoras de identidad.

La construcción social sostenida por su ideología de que el individuo, por la gracia de la posesión de dinero, podía prescindir de las redes de solidaridad que caracterizan a cualquier comunidad, no es sino una de las facetas del “valor en los modernos” (Dumont (1983) 1987:267-270), como lo es el “abismo entre la comprensión racional del mundo y el deseo profundo de la gente”, descubierta —con estupor— por Ricoeur (*Journal de Dimanche*, 10 de diciembre, 1995), coincidente en tiempo y lugar —la vieja Francia republicana que disuelve sus mitos de origen en los intereses tácticos de constitución de una nueva potencia económica europea unida— con planteamientos como los de Balandier. Georges Balandier detecta hoy una degeneración de lo político para motivar y conformar, para crear un orden de vínculos sociales a través de su representación dramática ritualizada, al tiempo que el elemento dramático en su actual amplificación tecnológica se ha hecho con el con-

trol del imaginario social, hasta el punto de que, son ahora las instancias tradicionales del poder las que se subordinan al nuevo poder de representación de los medios. (Balandier (1992) 1994:156-158); (Bermúdez 1998:214 y 215).

Entre la sinfonía que viste a Europa de *Azul* con Kristof Kieslowski y el *You can leave your hat on* de Joe Coker, que desnuda a sus perdedores en Sheffield o Alfacar, discurre un espacio mediático de apariencia y simulación que culmina con formas de humor inglés y *giuasa* andaluza, pero, por debajo de ella late una nueva Unidad Europea en que se revitalizan los usos rituales (Boissevain1992:13), y se construyen a través de los medios identidades socioculturales, al tiempo que se enmascaran las disputas entre los viejos feudos y los nuevos territorios³.

Si recobran importancia los rituales como tipos de conducta normalizada en que la relación entre medios y fines no es intrínseca (Goody 1961:159) es porque son reglas de juego; porque suponen un tipo de relaciones no en términos de poder sino de metamorfosis. Actos, palabras que no sirven para la reproducción racionalista de la vida social, pero que son vitales en la práctica y permiten a la teoría antropológica una visión total del hecho social en la línea abierta por Marcel Mauss. Acontecimientos, hechos *anómicos*, no en el sentido sociológico de la lectura mertoniana de desorden estadístico, ni siquiera de la teoría formulada por su mentor Durkheim en *El Suicidio*, sino reintegrando con Duvignaud el concepto en la prístina visión de Jean-Marie Guyau, que en realidad fue quien lo introdujo -*Bosquejo de una moral sin obligación ni sanción* (1885)- muy lejos de las posteriores connotaciones constrictivas con que lo troqueló Durkheim para la sociología sobre la base de criterios racionalistas, funcionalistas y científicos.

Para Duvignaud "cuando la coherencia social tiende a debilitarse bajo el efecto de una crisis (que puede ser tanto negativa como positiva), asistimos a la aparición de acontecimientos o hechos incompatibles con los sistemas de control o regulación hasta entonces admitidos por todos, y que se vuelven, de hecho, inexplicables (Duvignaud (1986) 1990:

3. "Es lamentable que los eurodiputados hayan concentrado sus esfuerzos controladores y polarizado a la opinión pública europea -escribe José Vidal Beneyto en EL PAÍS, 17 de septiembre, 1999- en los fraudes de la administración directa de la Comisión, que son cuantitativamente tan irrelevantes en relación con los enormes desfalcos del presupuesto comunitario perpetrados en los Estados miembros, bajo la mirada incompetente o cómplice de las autoridades nacionales. El lino español es la insignificante punta de ese monstruoso *iceberg*. Vidal-Folch, en una certera crónica en este diario, nos recordaba los datos de los fraudes verificados correspondientes al año 95 que, sólo en el sector agrícola y limitándose al dinero no devuelto, ascendían a 403,5 millones de euros de los que a España le correspondían algo más de 67.000 millones de pesetas. Estarán de acuerdo en que es una tomadura de pelo que nos rasguemos las vestiduras con el dentista de la señora Cresson, cuando todos sabemos que el fraude del presupuesto comunitario administrado en y por lo Estados miembros asciende al 99,1% de los casos detectados frente al 0,9% de los que son imputables a la comisión".

Vidal Beneyto pedía antes que nada que el parlamento pusiera orden en su casa "comenzando por dotarse de un estatuto que fije con claridad los derechos y deberes de los diputados, haga más difíciles los viejos y permanentes abusos -billetes aéreos trucados, retribuciones a asistentes y secretarías con *mordida*, misiones y dietas lábiles, etcétera- y determine sin ambages hasta donde puede conciliarse la condición de europarlamentario con la de *lobysta* profesional. Luego, la reducción del absentismo parlamentario que, según datos comprobables, alcanza a más del 50% de los europarlamentarios en más del 50% de las sesiones, tanto plenarias como de comisiones. Y si de la presencia pasamos a la intervención, el panorama es aún desolador".

80 y ss.). Mutaciones históricas que hay que entender como acontecimiento, y sobre todo, metamorfosis -reestructuración, ritual de transición y acceso, fiesta-. De ahí la importancia de las condiciones subjetivas de la vida en este contexto, que devienen elementos centrales en la formación de identidades. En ello *Full monty* tocó una tecla certera que llevó a conectar en virtud de las tecnologías de la comunicación seleccionadas históricamente, (conviene no olvidar aquí la irrupción galopante de la interactividad), tiempos y lugares de la memoria marginales a la estrategia de la racionalidad neoliberal "reacios a dejarse medir en términos estadísticos" pero que se alzan, desde el rincón de los perdedores, con unos "modos de hacer cuya lógica remite a la cultura popular en cuanto resto y estilo" (Certeau 1980:70 y ss).

Vínculo comunicativo.

El uso de estas reglas de juego, como las prácticas rituales estética, religiosa o moralmente sentidas, cumplen una función de desvío en el sistema de los objetos que conforman el frágil tinglado de intereses económicos e ideológicos opuestos, convenidos como Unidad Europea, a constituir un auténtico vínculo social. Hablamos de un pacto contrario al contrato social, un pacto simbólico de seducción, de complicidad, hasta de irrisión que sugerimos llamar vínculo comunicativo, porque es la forma en que los actores sociales se apropian para sus fines de los espacios de circulación en que se encuentran que pueden ser espacios comunicativos abiertos, de intercambio, de transcodificación, de transubjetividad (Abril 1998:66) —el caso etnográfico que nos ocupó es ejemplo de ello—. Así dan un significado público y cultural⁴ a las situaciones sociales que experimentan, con las que establecen su participación en la acción social. (Geertz (1993) 1987:26); (Martín Barbero 1989:45); (Lull (1995) 1997:229).

El príncipe Carlos (a la izquierda) reprodujo ayer una escena del célebre filme *The Full Monty* en la oficina de empleo de Sheffield en la que fue rodado. Más tarde la Fundación del Príncipe celebró una fiesta en ese mismo local por el 50º cumpleaños de Carlos.

(EL PAÍS, sábado 14 de noviembre de 1998)



4. Las filmaciones de que dispusimos permiten establecer diferencias muy marcadas en el ambiente que muestra el filme de Cartaneo durante el número álgido del *strip-tease*, con contraplanos de *supporters* casi histéricas que juegan roles muy individuales y el clima mucho más cálido e inespecífico, por momentos familiar casi, que nos aparece durante la actuación de los futbolistas en la discoteca Los Pinos de Alfacar.

Referencias

- ABRIL, Gonzalo. (1997) *Teoría general de la información*. Cátedra, Madrid.
- ALBERTI, Rafael. (1927) "Carta abierta". *Cal y canto*. Madrid.
- BAJTIN, Mijail. (1968) *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*. Alianza, Madrid, 1990.
- BALANDIER, Georges. (1992) *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Paidós, Barcelona, 1994.
- BERMÚDEZ, Víctor. (1998) "Teatralidad de lo político y poder mediático". *Thémata*, 19. Universidad de Sevilla, Sevilla.
- BOISSEVAIN, J. (1992) *Revitalizing Europeans Rituals*. Roudledge, London.
- CASTORIADIS, Cornelius. (1975) *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets, Barcelona, 1983.
- CERTEAU, Michel de. (1980) *L'invention du quotidien*. 10/18, París.
- CIORÁN, Emil. (1981) *Del inconveniente de haber nacido*. Taurus, Madrid.
- CUSHMAN, D. y WHITING, G. (1972) "An approach to communication theory: toward consensus on rules". *Journal of Communication*, 24, págs. 30-45.
- DESCOMBES, Vincent. (1983) *Grammaire d'objets en tous genres*. Editions de Minuit, París.
- DUMONT, Louis. (1983) *Ensayos sobre el individualismo*. Alianza, Madrid, 1987.
- DUVIGNAUD, Jean. (1986) *Heregía y subversión. Estudios sobre la anomia*. Icaria, Barcelona, 1990.
- FELD, Steven. (1984) "Communication Music and Speech about Music". *Yearbook for Traditional Music*, XVI, 13.
- GARCÍA CALVO, Agustín. (1983) *Historia contra tradición. Tradición contra Historia*. Lucina, Madrid.
- GEERTZ, Clifford. (1973) *La interpretación de las culturas*. Gedisa, México, 1987.
- GEERTZ, Clifford. (1983) *Conocimiento local. Ensayos sobre la interpretación de las culturas*. Paidós, Barcelona, 1994.
- GIDDENS, Anthony. (1984) *The Constitution of Society*. Polity Press, Cambridge.
- GOODY, J. R. (1961) "Religion and Ritual: The Definitional Problem". *British Journal of Sociology*, 12, págs. 142-164.
- HEIDEGGER, Martin. (1994) "La pregunta por la técnica". Conferencias y artículos. Ediciones del Serbal, Barcelona.
- HUIZINGA, J. (1954) *Homo ludens*. Alianza, Madrid, 1972.
- LISÓN TOLOSANA, Carmelo. (1966) *Belmonte de los caballeros. A Sociological Study of a Spanish Town*. Oxford University Press, Oxford.
- LULL, James. (1992) "La estructuración de las audiencias masivas". *Dia-logos de la Comunicación*, 32, págs. 50-57.
- LULL, James. (1995) *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*. Amorrortu, Buenos Aires, 1997.

- MARTÍN BARBERO, Jesús. (1989) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili, Barcelona.
- PAZOS GARCÍANDÍA, Álvaro. (1996) "La noción de interpretación en antropología". *Actas VII Congreso de Antropología Social. Simposio Epistemología y Método*. González Echevarría, Coordinadora, Zaragoza, págs. 75-81.
- RICOEUR, Paul. (1986) *Ideología y utopía*. Gedisa, Barcelona, 1989.
- RICOEUR, Paul. (1987) "Individuo e identidad personal". En Veyne, Vernant, Dumont, Ricoeur et alteri. *Sobre el individuo*. Paidós, Barcelona, 1990.
- SEDAR SENGHOR, Leopold. (1962) "On Negrohood: Phychology of the African-Negro". *Diógenes*, 37.
- VIDAL-BENEYTO, José. (1999) "Suicidio programado". *El País*, 17 septiembre 1999.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. (1953) *Philosophical Investigations*. Basil Blackwell, Oxford.