

Ramfis Ayús Reyes

El discurso de las pasiones o las pasiones del discurso: incursión al análisis de narrativas pasionales  
Estudios sobre las Culturas Contemporaneas, vol. VII, núm. 14, diciembre, 2001, pp. 47-70,  
Universidad de Colima  
México

Available in: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31601403>



*Estudios sobre las Culturas Contemporaneas*,  
ISSN (Printed Version): 1405-2210  
januar@ucol.mx  
Universidad de Colima  
México

[How to cite](#)

[Complete issue](#)

[More information about this article](#)

[Journal's homepage](#)

**www.redalyc.org**

Non-Profit Academic Project, developed under the Open Acces Initiative

---

# EL DISCURSO DE LAS PASIONES O LAS PASIONES DEL DISCURSO: incursión al análisis de narrativas pasionales

Ramfis Ayús Reyes

---

*...dry bones of the talk with which roles, passions,  
institutions, and private strategies are embodied and lived?*

Michael Moerman

*Se sabe que la pasión se da donde trabaja  
la lengua que no es avara en cuanto  
a metáforas "suprascriptas y astrógrafas"*

Pablo Fabbri

*Las emociones no << tienen influencia en la vida social >>:  
constituyen la vida social misma*

Kenneth J. Gergen

## 1. Las pasiones del alma: introducción

Asunto por antonomasia de filósofos y psicólogos, antropólogos y semiólogos, artistas plásticos, escritores y dramaturgos, guionistas de cine y televisión, periodistas; incluyendo adivinadores, cartománticos, lectores de horóscopos y de trazos en las tazas de café, lectores de la Oveja y consultores de Ifá (más conocidos como Babalao), los lingüistas también han incursionado en los últimos años con insospechado éxito en la exploración léxica y pragmática de los lenguajes emociona-

les: el análisis del discurso comienza a adentrarse en el laberinto de las pasiones.

Este trabajo es parte de una investigación más amplia sobre los nexos entre el habla y la vida social en los mercados públicos de la ciudad de Villahermosa, capital del estado de Tabasco, en el sureste de México. Se propone estudiar la manera en que las narrativas y metáforas para expresar la vida emocional de sus miembros, pueden constituirse en una estrategia, no sólo de documentación etnográfica de las interacciones cotidianas, sino en una posibilidad para desarrollar el análisis cultural de situaciones ordinarias de producción del discurso y la construcción social de los mundos vitales. Ello se realiza a partir de la revisión de algunas teorías psicosociales, lingüísticas y antropológicas sobre las pasiones y en especial sobre la envidia, siguiendo una perspectiva construccionista e interpretativa.

Tras un breve recorrido por ciertos esfuerzos conceptualizadores en torno a las pasiones, se propone un acercamiento –el cual hace hincapié en las narrativas pasionales y en las metáforas cotidianas para hacerlas posibles– a las secuencias interaccionales y narrativas que se encargan de acomodar los estados de ánimo, controlar el desánimo y dispendiar la cordura (al fin y al cabo, emociones y pasiones son un modo de ser más humano, demasiado humano). El trabajo aclara conceptualmente la noción de envidia con la que opera y explora a través de un fragmento narrativo la representación que de ésta construye una situación sociopersonal culturalmente localizada. En un segundo apartado, se documenta a través de fragmentos, metáforas, frases y alocuciones registradas, la vida socioemocional de estas instituciones del comercio urbano y sus prácticas culturales cotidianas. En un tercer epígrafe, se autorreflexiona sobre los criterios teóricos, metodológicos y textuales que interesaron el proceso de análisis.

### **Sobre el tratamiento teórico de las pasiones**

Comenzaré por relacionar una serie de consideraciones, las cuales supongo imprescindibles para situar la posición que comparto respecto al tratamiento teórico de las pasiones.

En aras de algún orden conceptual, por pasiones voy a entender aquí, una noción que me permita tratar disposiciones emocionales con algún grado de sistematicidad. Desde un plano psicosociológico, son concebidas como:

objetivos persistentes durante largos periodos, a partir de los cuales el sujeto inicia espontáneamente acciones sin que haya estímulos desencadenantes presentes (Echeburúa y Pérez, 1989 en Marina y López, 1999:415-16).

Desde un ángulo interaccional y discursivo son construcciones de acciones narrativas a través de las cuales se expresan, describen e identifican, sentimientos, emociones, estados de ánimo y afecciones diversas. Desde la mirada antropológica, constituyen

un dato cultural tramado en el corazón del vínculo social y alimentado por la historia del sujeto (...) son emanaciones sociales asociadas a circunstancias morales y a la sensibilidad particular del individuo; no son espontáneas, están ritualmente organizadas, se reconocen en uno mismo y se dan a señalar a los otros, movilizan un vocabulario, discursos. (Le Breton, 1999:109 y 111).

Me interesa especialmente la articulación narrativa de las pasiones. Comprenderlas como acciones verbales y gestuales que se manifiestan como categorías expresivas (Fabri, 1995:231). Estas categorías expresivas, en tanto discursos narrativos, son profundamente metafóricas, y en cuanto tales ofrecen de alguna manera una pista para indagar la coherencia de ciertas secuencias de acción e interacción cultural,<sup>6</sup> sobre todo en situaciones naturales de actuación y enunciación.

Estas narrativas pasionales, profundamente metafóricas, permiten entender, experimentar y expresar un estado anímico, sensorial y mental, una situación interaccional de convivencia y percepción ordinaria en términos de otra, amparándose en el poder de la analogía y en la fuerza inherente a los tropos metafóricos empleados, los cuales pueden ser "fósiles" (es decir, ampliamente sedimentados y reconocidos por los usuarios de una cultura) o nuevas creaciones a partir de asociaciones conceptuales libres o reinversiones semánticas (Lakoff y Johnson, 1998).

Otra cuestión que interesa considerar es el énfasis que Lakoff y Johnson ponen en la centralidad de la metáfora para destacar aspectos puntuales de nuestra experiencia cotidiana, como creadoras de realidades y guías para la acción diaria. Las metáforas actúan como conceptos, modelos perceptivos y generan homología entre el pensamiento y la realidad, de ahí la importancia de su estudio sistemático (Schmitt, 2000).

La posición basada en la propuesta de estos lingüistas cognitivos ante el problema que nos ocupa, las pasiones, permite desplazar la atención del interés exclusivamente cognitivo sobre ellas a una visión pragmática y retórica. Es decir, su posibilidad performativa y el papel que juegan en la comprensión de la acción social, así como de los procesos de negociación de significados a que obligan al analista cultural y del

discurso, si quiere adentrarse en el campo de la interacción social, el lenguaje ordinario y las pasiones cotidianas.

Uno de los terrenos más escabrosos y -por qué no, algo olvidado- en el análisis social y cultural, ha sido el tema de los procesos emocionales y las pasiones<sup>3</sup>. No obstante, se despliegan una serie de búsquedas teóricas relevantes, a saber: se les ha querido explorar a través de una tipología de emociones básicas, la cual daría cuenta de cómo el bosque léxico de las emociones se derivaría de la articulación semántica de cinco emociones claves y sus sinónimos: *tristeza, felicidad, furia, miedo y asco*, se insiste en la heterogeneidad del léxico afectivo el cual rebasa los límites del léxico sentimental. Hay quienes niegan la pertinencia de explorar los sentimientos y las pasiones a través del estudio de las palabras, argumentando que la estructura léxica de las emociones no es isomórfica -es decir, no guarda una relación de identidad u homologación entre estructuras o planos de sentido diferentes; cf., Greimas y Courtés (1990 [1979])- respecto a la estructura de las emociones mismas y proponen una tipología evaluativa para organizar los sentimientos: resultados de acontecimientos sentimentales deseables e indeseables, acciones que son juzgadas como apreciables o despreciables y objetos sentimentalmente considerados como agradables o desagradables. Otros califican al universo pasional como "narraciones" y proponen reconstruirlo a través de itinerarios narrativos.

En versiones más cercanas a la antropología y a la psicología cultural, los vocabularios afectivos se examinan en sus situaciones transculturales, ubicando cinco: (1,2) éstos se generan de la conflictividad inherente a los objetivos perseguidos por una multiplicidad de actores o a la transgresión de las normas sociales aceptadas, ya sea por otros o por el mismo sujeto; 3) el peligro o los riesgos psicofísicos que el sujeto perciba orientados a él o a sus congéneres; 4) la amenaza o la pérdida de relaciones significativas para el actor y, por último: 5) la necesidad de recibir recursos tangibles o intangibles simbólicamente hablando (aprecio, amor, reconocimiento, etcétera). Se hace hincapié en las condiciones pragmáticas y retóricas de las construcciones pasionales y en la posibilidad de una traducción transcultural. En otro sentido, se reconoce la complejidad y la sofisticada estructura de los conceptos emocionales, pero se intenta ofrecer un modelo argumental para dar cuenta de ellos: en primer lugar, los conceptos emocionales encuentran vinculados a ellos un sistema de metonimias, por ejemplo las reacciones fisiológicas y conductuales asociadas a los estados emocionales los manifiestan; en segundo lugar, se les asocia un sistema de metáforas; tercero, se relacionan grupos de conceptos entre sí, es decir, los conceptos emocionales

establecen nexos conceptuales de apoyo y complementariedad con otros y, por último, los conceptos emocionales pueden ser comprendidos como categorías de modelos cognitivos.

Se reconoce, finalmente, la existencia de emociones universales, pero no vocablos universales que las designen, pues éstos se encuentran sujetos a la variabilidad cultural, es más adecuado trabajar la estructura semántica de los léxicos sentimentales como escenarios prototípicos, pues ello conduce a la posibilidad de establecer "primitivos semánticos" o significados raíces, los cuales pueden descubrirse por medio de exhaustivas inducciones y deben cumplir varias condiciones: intervenir en la definición de otros conceptos, capacidad de lexicalización en todos los lenguajes intentando formalizar un metalenguaje transcultural y la definición de los afectos y emociones se realiza mediante frases construidas con dichos significados raíces, debiendo incluir las creencias del actor, la evaluación de la situación y del hablante<sup>4</sup>.

En la interpretación de los estados emocionales y pasionales seguirá un enfoque de análisis relacional (Gergen, 1996 y Edwards, 1997). Emociones y pasiones no deben ser concebidas como reacciones asociadas al individuo o a impulsos personales, sino más bien a procesos relacionales e interaccionales, los cuales ofrecen los marcos mentales adecuados no sólo para posibilitar la captación y el registro de las secuencias interactivas que los realizan, sino también de poderlos explicar y textualizar, *i.e.*, convertirlos en textos susceptibles de interpretación y de comunicabilidad.

"La relacionalidad precede a la individualidad", reza un precepto construccionista. Se trata de invocar el supuesto de que los contenidos de las mentes individuales –sus estados, impulsos y reacciones– son un resultado de los procesos sociales. Son éstos los que moldean y prefiguran las pautas que se sedimentan como rutinas culturales de interacción cuando median conflictos emocionales y pasionales: rutinas verbales y gestuales, de comportamiento y significados que manifiestan los rituales personales de reacción a situaciones de conflictividad o felicidad, según el caso.

La relacionalidad –arguye el psicólogo social Kenneth J. Gergen, recurriendo a las contribuciones de George Herbert Mead y Lev Semionovich Vygotsky– se expresaría como "interdependencia intersubjetiva" o como "mentalidades coordinadas". Se haría real en la cacería de metáforas, construcciones narrativas y otros dispositivos retóricos que participen en el trazo de las trayectorias personales y los flujos y reflujos emocionales que marcan las acciones cotidianas y los esfuerzos de con-

vivencia ordinaria entre hombres y mujeres. En otras palabras, las emociones y pasiones habría que interpretarlas

dentro de pautas relacionales: como acciones sociales que derivan su significado e importancia de su situación dentro de rituales de relación (Gergen, 1996:269).

Valdría la pena preguntarse lo siguiente: ¿cómo reconocemos o identificamos las emociones? En el caso que me ocupa, ¿cómo aseguro que se trata de la envidia? La cultura occidental parece darle a este problema de la constatación ontológica de la pasionalidad dos clases de respuestas. Por un lado, apelando a la *experiencia personal*, en cuanto recurso tanto intuitivo como léxico para identificar y nombrar los fenómenos emocionales: dicha respuesta se sitúa cercana a las posiciones humanistas, fenomenológicas y orientadas subjetivamente. Por otro, se intenta corroborar mediante criterios de mensurabilidad y desarrollo de indicadores emocionales, empleando técnicas psicométricas, *tests* y grupos de control en condiciones experimentales –ajenos, por supuesto, a las condiciones naturales de realización de las acciones sociales, en cuanto estados emocionales– y verificar de este modo los correlatos bioquímicos y neurofisiológicos asociados a la manifestación senso-emocional: esta respuesta prevalece entre los conductistas y en la psicología de corte experimental (Gergen, 1996:270-272).

A fin de cuentas –continúa Gergen– se parte de un supuesto cuasi metafísico, a saber: las emociones *ya están ahí, se manifiestan* de algún modo y se abraza este supuesto como un *a priori* con la parsimonia que supone el asumir proposiciones de partida acríticamente, porque ponerlas en tela de juicio implica cuestionar fundamentos ontológicos que exigirían una inversión de energía intelectual ardua y compleja, con frutos escasamente apreciables a corto plazo. Sin embargo, ni la experiencia personal es suficiente ni del todo fiable, ni las emociones pueden reducirse a la biología como plataforma explicativa. Citando el trabajo de K. H. Pribam "The biology of emotions and other feelings", de 1980, lo que se esconde detrás de estos supuestos axiomáticos de la cultura occidental en torno a la existencia indiscutible de las emociones, es que para cualquier tratamiento de las mismas se recurre –consciente o inconscientemente– al "folclore cultural" y a las "suposiciones de la cultura". En otras palabras, son los esquemas culturales al uso, en cuanto inscripciones significativas y marcos de orientación, los que dotan de los léxicos, las metáforas y los estilos narrativos para expresar y decir algo –cotidiana y/o académicamente– sobre los sentimientos, emociones y pasiones. Lo que sucede con excesiva frecuencia es que tales axiomas culturales se vuelven invisibles en el trabajo de desciframiento.

Acontece un proceso similar al que describe Steve Woolgar en su *modelo de separación e inversión del descubrimiento científico*<sup>5</sup>. En una primera etapa los científicos *inscriben* en documentos (diarios de campo, tests, retículas sociométricas, grabaciones audiovisuales, gráficos de producción de dopamina, testimonios personales, etcétera) observaciones que clasifican como comportamientos o manifestaciones emocionales. En una segunda etapa, se apoyan en tales inscripciones y sus respectivos registros documentales para sostener la existencia del fenómeno en cuestión (las curvas y los picos de segregación de dopamina o testosterona, un conjunto de acciones registradas en vídeo o una narrativa sobre los celos grabada en una sesión de terapia en pareja): "lo importante es que el objeto se crea y constituye a partir de los documentos de que los científicos disponen". En la tercera etapa ocurre la *separación*, es decir, pese a que la constatación del fenómeno ha sido un producto de los procesos de inscripción y traducción en documentos (pues nunca se estuvo en presencia del fenómeno en sí: la ira, los celos, la envidia, sino de lo que los actores sociales manifestaron a través de reacciones recogidas por sensores, o dijeron de sí a través de sus propios esquemas y mapas mentales de interpretación cultural de sus sensaciones), el objeto o el fenómeno se desprende de los documentos y de las condiciones naturales de producción social y cultural que lo hicieron posible y se enviste de una constitución propia, autónoma, distinta de inscripciones, documentos, textos, gráficas, teorías: "el objeto tiene ahora vida propia. Se encuentra, de hecho, a un paso de poseer una historia infinita: ¡está a punto de adquirir la condición de antecedente!". La cuarta etapa genera el proceso de *inversión*, i.e., "la relación entre los documentos y el objeto se invierte": a diferencia de la segunda etapa donde los documentos permiten hablar del fenómeno, ahora parece que es éste quien justifica la presencia de aquellos y les da sentido. La quinta etapa remata el proceso de inversión, pues se trata de invisibilizar las primeras tres etapas, negarlas, minimizarlas u ocultarlas. La historia del fenómeno se reescribe para cimentar su estatus ontológico: las emociones y pasiones existen sin más y deben ser representadas.

Dada la acción invisibilizadora de la cuarta etapa, pocos se percatan de que la emocionalidad –en cuanto interés científico– es una construcción social a partir de las pautas de relación cultural que la hacen posible y sólo una cooperación entre marcadores discursivos y gestuales, estilos narrativos y metáforas estructurales en uso por una cultura local puede permitir hablar de sentimientos, emociones o pasiones identificables con algún grado de autenticidad y pertinencia. Este enfoque de la emocionalidad como construcción cultural es el que me permitirá *decir*



algo de la *envidia*, no en cuanto estado emocional universal, sino en cuanto narrativa local, es decir, cultura situada.

Me interesa, por último, introducir un enfoque de análisis que puede desempeñar un punto de vista interesante y eficaz para la comprensión de la construcción cultural de las pasiones en cuanto experiencias ordinarias, me refiero a la antropología de la experiencia y a la noción de *experiencia* (Turner y Bruner, 1986; Turner, 1986; Abrahams, 1986; Bruner, 1986a, 1986b).

El tipo de realidad social a que se asocian las interacciones pasionales y sus expresiones narrativas y metafóricas tienen que ver con la experiencia vivida. Llegar a reconocer y apropiarse de acervos emocionales y construir expresiones que los hagan comunicables a otros es un proceso complejo que dura toda la vida y en el que participan, con igual grado de responsabilidad, el actor social y la realidad cultural que lo ubica, amén de procesos de aprendizaje cultural (*socialización*) que articulan y procuran la competencia emocional y comunicativa que lo realiza en su cultura de inscripción, en y a través de sus relaciones interpersonales.

La noción de experiencia remonta su ascendencia al término diltheyano de *vivencia* (*erlebnis*). Para Dilthey<sup>5</sup>, los enlazamientos de las vivencias —como experiencias vitales—, forjan los estados de ánimo y de ellos se constituyen los “temple universales”, haciendo patente a “la inteligencia que se dirige a la totalidad, la faz de la vida”. En las visiones del mundo —entendiendo por ello desde las creencias personales hasta la *imago mundi* y las cosmovisiones— subyacen estas experiencias como soportes poderosamente pasionales. La teoría de Dilthey permite comprender los vínculos que se forjan entre las creencias individuales y las concepciones del mundo, entre las vivencias personales y los imaginarios dadores de sentido. Pero, según el filósofo alemán, sólo en los estratos superiores las estructuras de estas visiones se hacen más o menos metódicas, es decir, precisan y se asisten de un método para ser comprendidas, pudiendo hablarse entonces de sistemas religiosos, estéticos, éticos, políticos, ideológicos o epistémicos. Habría que preguntar a Dilthey si puede hablarse en el mismo tono estructural de la experiencia ordinaria: asistemática, fortuita, variable y sin embargo tan omnipresente en todas las escalas de la vida. El reto es darle sentido a esos “estratos inferiores”.

Creo que la antropología de la experiencia, formulada en sus proposiciones básicas por los antropólogos Victor Turner y Edward Bruner, asimila la noción de *vivencia* del filósofo alemán, haciendo énfasis en su acepción de *singularidad* y permitiendo rescatar su capacidad hermé-

nética para explorar las experiencias vitales individuales y de movimientos culturales y simbólicos más amplios. Me interesa especialmente esa capacidad de explorar cómo sintió y expresa el individuo su emocionalidad, como una marca propia que no es otra que una marca social: la sociedad puesta en el yo.

Bruner (1986a) distingue entre la *realidad*, la *experiencia* y sus *expresiones*. La experiencia nos habla de cómo la realidad se presenta a sí misma a la conciencia y las expresiones de cómo la experiencia individual es enmarcada y articulada. En otras palabras, toda realidad vivenciada sólo se convierte en experiencia cuando es capaz de ser expresada, es decir, narrada, conteniendo un sentido para la acción. Pero las expresiones (relatos, narrativas, composiciones anecdóticas, historias, consejos, proverbios o simples recuentos ordinarios), le dan forma a la experiencia vivida. Ésta sólo vive y se comunica en y a través de su expresión, y para ello los actores echan mano de los recursos narrativos que su cultura provee para articular sus expresiones. Por ello,

Las relaciones entre la experiencia y sus expresiones es siempre problemática (...). La relación es claramente dialógica y dialéctica, pues la experiencia estructura a las expresiones, y comprendemos a otras personas sobre la base de nuestra propia experiencia y auto-comprensión. Pero las expresiones también estructuran la experiencia, puesto que las narrativas dominantes en una época histórica, sus rituales y festividades importantes, y sus obras de arte clásicas, definen e iluminan la experiencia interior (Bruner, 1986a:6) [Traducción R.A.R.]

Los recursos narrativos que una cultura ofrece a sus sujetos para organizar la narración de sus vivencias experimentadas, van desde las frases hechas hasta constructos narrativos inconscientemente inspirados en obras de arte, piezas teatrales, arquetipos y tropos literarios, canciones y metáforas cotidianas, fábulas y parábolas, a las cuales Bruner identifica como "narrativas dominantes", las cuales

se convierten en los principales dispositivos interpretativos para organizar y comunicar la experiencia, aunque permanecen largamente sin examen. Sólo en una época posterior, en un espacio social diferente, o en una nueva fase de la historia podemos adoptar la perspectiva que nos permite apreciar estas narrativas por lo que ellas son: construcciones sociales (Bruner, 1986a:11) [Traducción R.A.R.]

La naturaleza de esos "dispositivos interpretativos" cambian y son más eficaces de una cultura a otra, según su constitución. Si bien *Hamlet* puede inspirar el arquetipo universal y local (al menos para las culturas anglosajona y danesa) del hombre agobiado por sus fantasmas que sucumbe a la fatalidad vengando la muerte de su padre, pero a cambio

de su propia vida y de la destrucción de sus semejantes y situando la decisión ante su destino con una frase que desde entonces puede amoldarse a cualquier situación de dilema existencial (*To be or not to be, that is the question*), en muestras culturales latinoamericanas tal vez la eficacia de las narrativas dominantes se sitúe –además de en estas obras universales, por qué no–, en la moraleja de un corrido o una ranchera, en los cuentos de “Pepito” o de las cubetas con cangrejos (véase más adelante), en los proverbios populares, en los albures y parábolas bíblicas altamente socializadas en el imaginario popular.

Victor Turner (1986), por su parte, nos recuerda –evocando a John Dewey– que las obras de arte y literarias son “celebraciones de la experiencia ordinaria”. Es decir, sublimaciones de los acervos populares de conocimiento, sentimientos y acción. En síntesis, lo que trata de enfatizar y reivindicar esta posición antropológica es la potencialidad que las experiencias vitales y sus expresiones ordinarias o sublimadas encierran para el conocimiento de la sociedad y el uso sistemático que puede hacerse de ella por el analista cultural.

### El proceso emocional de la envidia

Es menester ocuparme ahora del proceso emocional de la *envidia*, objeto de mis hallazgos narrativos durante el trabajo de campo. Revisaré brevemente a algunos autores que se han ocupado del tópico.

Agnes Heller (1999) construye una relación de implicación jerárquica en una tipología de los *sentimientos* entre éstos, las *disposiciones emocionales*, *emociones* y *pasiones*. Los primeros ocupan la base de la pirámide y la pasión su cúspide. Sin embargo, los sentimientos no alcanzan a constituirse en pasiones, sólo las emociones pueden transfigurarse en tales, pero no todas, pues no existe el placer apasionado o la tristeza apasionada, ni la conmoción o el alivio apasionado. Tampoco todas las disposiciones emocionales pueden convertirse en pasiones. Ejemplifica precisamente con el caso de la *envidia*, la cual resulta una disposición emocional que “normalmente” no toma una forma apasionada. Al atenuarse el juicio con el adverbio “normalmente”, no se excluye la posibilidad de que la sistematización de dicho estado emocional y su duración en circunstancias peculiares adquiera la forma expresiva de la pasión o la conducta apasionada.

La envidia, comportamiento casi siempre solapado, fuerte o débilmente reprimido, oculto bajo múltiples máscaras, suele mostrarse discreta o explosivamente, según el caso. Sostenerse, menguar y guardarse

para dañar a su objeto en la situación oportuna. Adquiere y se realiza bajo el formato de la palabra, el gesto o el daño directo. Puede agotarse con la satisfacción de la cuenta cobrada o reencarnar cada vez que el blanco genera en el envidioso la disposición emotiva pertinente o propicia. Se gesta la envidia en la circunstancia de un deseo que se nos niega respecto a alguien que lo ha alcanzado o posido; de autopercepción disminuida ante la comparación con las virtudes y logros de otro. Se envidia cuando el otro dispensa cualidades que nos están negadas y se cree poseerlas o estar en condiciones de desplegarlas con la misma altura y habilidad. Lo curioso con la envidia es que los mismos factores que la propician pueden también conducir a la admiración o transfigurarse en celos, otro tipo de disposición emocional.

La condición que marca Heller (1999:141) para que cualquier disposición emocional o emoción se convierta en pasión es que esté presente siempre la "auto-ignición", es decir, que el sujeto de la emoción transfigurada en pasión esté constantemente "ardiendo", desencadenando "diversos acontecimientos y tipos de conducta sentimentales, simultáneos y sucesivos", los cuales son condiciones características de las disposiciones emocionales. Acertadamente, la autora plantea que los casos donde un sentimiento básico permanece como foco de la conciencia, son más bien raros, pues la pasión sostenida o se come a la persona o bien da lugar al cansancio al cabo de algún tiempo. Las pasiones como estados sentimentales sublimados o culturalmente sistematizados, generan una suerte de dialéctica: son las que movilizan y matan de sentido de la acción a los sentimientos básicos que focaliza la conciencia cuando los conflictos y las interacciones así lo exigen. En otras palabras, "alimentan <estados apasionados>". En resumen, todo apasionamiento genera una riqueza de sentimientos y no hay éste sin aquel.

El psiquiatra Carlos Castilla del Pino (2000) sostiene, en un ensayo sobre la envidia, que ésta sólo se comprende como una situación interaccional de dependencia, y a partir de su condición intrínsecamente asimétrica. Intencional, porque se trata de una actitud expresada en un conjunto de actuaciones que se dan en la medida en que participan, cual actores en un drama, los *dramatis personae* del envidioso y el envidiado. El carácter oculto o soterrado de la envidia, al menos por parte del envidioso, hace necesario reconstruir la envidia por sus signos o síntomas contextuales e interaccionales. La envidia exige un proceso de desciframiento. Asimétrica, porque siempre entre el envidioso y el envidiado hay una relación de inferioridad del primero respecto al segundo, y ello explica la dependencia en ese mismo orden: el envidioso necesita de manera fundamental del envidiado.

La envidia se fragua no dirigiéndose hacia los bienes que ostenta el envidiado, sino hacia la imagen que proyecta de sí. Aun cuando muchas expresiones cotidianas dirigen el objeto de la envidia hacia cosas, estatus o situaciones, ello parece constituirse en un dispositivo discursivo de enmascaramiento: la envidia es siempre, envidia de y hacia alguien. Por ello, la estructura interaccional de la envidia es diádica, de ahí que muchas veces se suele confundir o expresar a través de la celotipia (los celos) y éstos siempre implican personas, pero a diferencia de la envidia, la estructura interaccional de los celos es triádica, pues incluye al celoso, al objeto de los celos (la persona amada) y al rival.<sup>7</sup>

A diferencia de Heller, Castilla afirma que la envidia es una pasión. Por mucho que se oculte, siempre emerge y es poco controlable. Llega a desplegar estrategias discursivas complejas, porque nunca la intención descarnada –la envidia sin más– debe mostrarse. El efecto perlocutivo del discurso de la envidia se proyecta a socavar la imagen, la posición social de que goza el envidiado. Por ello, como se verá más adelante, lo que incomoda de mi informante (el objeto del proceso de envidia que describo), no son sus bienes, ni su prosperidad, sino la imagen que ha construido de sí, que contrasta con el tipo común de gente que colabita a su lado en el mercado. El se ha situado para alguien –o algunos– como un blanco a envidiar.

#### **La parábola de los cangrejos:**

*inercias pasionales del comercio popular*

Un día en el mercado "De la Sierra", un locatario con quien había indagado sobre el tema de los conflictos internos y las relaciones interpersonales, resultó ser víctima de la envidia de ciertos colegas. Al menos la palabra *envidia* fue la que empleó al designar los problemas de los cuales era objeto. Parecía ser un locatario próspero, administraba una papelería dentro del mercado, pero además ostentaba una responsabilidad en el Ayuntamiento relacionada con los mercados. Tenía automóvil propio y era reconocido por todos como un jefe, al menos institucional. Su biografía aparentaba ser un clásico de cómo el esfuerzo personal lo había llevado de emigrar de su estado natal y ser un lavacarros frente a las oficinas de una importante emisora de radio local, a ser apadrinado por el dueño de la emisora y lograr con los años –sabiendo aprovechar las oportunidades– su propio negocio y colocarse en las estructuras del poder municipal. Pero le dolía que los demás no comprendieran eso. Y ser objeto de la "envidia" y los malos deseos de otros: le "levantaban fal-

sos". "porque [él] tenía dinero", le solían llamar "don P. el elegante" y por ello "caía gordo".

Para entonces, en una segunda o tercera conversación y para ilustrarme cómo él veía esa cuestión del trato entre ellos, es decir, la envidia que despertaba, me contó lo que después intitulé la parábola de los cangrejos:

...imaginate dos cubetas llenas de cangrejos, una de cangrejos yucatecos y otra de cangrejos tabasqueños. Los cangrejos saben que los pondrán en la cazuela y saldrán rosaditos, entonces, los cangrejos yucatecos intentan salir y uno le da la tenaza al otro y todos van saliendo ayudados por el que está adelante; por su parte, los cangrejos tabasqueños, al intentar salir de la cubeta, cuando alguno quiere salir, los otros lo jalan por las patas y lo regresan a donde estaba y ninguno puede avanzar... así es esto aquí...

Esta parábola habla por sí sola, pero no deja de ser una muestra elocuente de al menos dos cuestiones, a mi juicio, interesantes e importantes. Por un lado, la complejidad inherente a las relaciones humanas en cualquier organización, lo que muchas veces se sitúa en la base del buen o mal funcionamiento de las propias organizaciones o de cualquier proyecto de acción humana. Por otro lado, la forma en que este hombre me da razones de lo que él llama envidia y que se dedica a describir a través de una pequeña construcción narrativa, un botón metafórico de lo que él juzga y se representa como la atmósfera de trabajo entre sus colegas, empleando el gentilicio "tabasqueño" para denominarlos y englobarlos a todos en una etiqueta identificadora<sup>8</sup>.

En un artículo de Elinor Ochs (2000:271), ésta dice que "la forma más importante y universal de la narrativa no es el producto de la musa poética, sino de la conversación corriente". Más adelante, en el mismo texto, afirma que la "producción interactiva de la narración mantiene y transforma a personas y relaciones". Lo que pensamos de los otros, de nuestras circunstancias y de nosotros mismos está de algún modo influenciado por el modo en que lo narramos y estructuramos relatos para dar cuenta del mundo y de nuestra ubicación en él.

Por su parte, el psicólogo cultural Jerome Bruner (1998:69) plantea que las narraciones son sólo una manera de usar el lenguaje y que su efectividad depende de su <literalidad> y de la dependencia con el sorprendente poder de los tropos, i.e., metáfora, metonimia, sinécdoque, implicación y otras figuras retóricas.

Desde el punto de vista del análisis narrativo y metafórico, este breve relato de la situación de solidaridad o ausencia de ésta entre unos cangrejos, merece mi atención no sólo por su contundencia sociológica, sino narrativa.



Los cuatro principales mercados situados en la ciudad de Valladolid, 'España', enmarcados por un círculo rojo, con sus respectivos nombres.

En primer lugar, se trata de una analogía, es decir, un recurso discursivo y retórico para dar cuenta de un estado de cosas, describiéndolo en términos de otra. En otras palabras, lo que le sucede a los cangrejos, es lo que parece acontecer entre los locatarios, al menos desde la percepción del informante.

Esta analogía se produce a través de una articulación metafórica, la cual parece cumplir con los atributos –siguiendo las denominaciones de Lakoff y Johnson (1998)– correspondientes a una metáfora ontológica y una estructural. La primera, abarca “formas de considerar acontecimientos, actividades, emociones, ideas, etc., como entidades y sustancias”. La segunda, permite organizar un concepto estructurado (en este caso la envidia) en términos de otro. Cabría la pregunta: ¿en términos de qué otro concepto se descifra, en el caso que nos ocupa, el significado de la envidia? A mi juicio, precisamente toda la construcción narrativa, y su constitución parabólica, hablan de las probables consecuencias de la envidia para decir algo de la envidia en sí. El que los cangrejos de una de las cubetas no se salven a sí mismos depende de la ausencia de solidaridad intrínseca, porque cada cual envidia la situación del otro encarnada en la posibilidad de que pueda escapar en detrimento de la posición propia.

Visto desde otro ángulo, ninguna emoción se da sin el concurso de otras, como bien se definía en la revisión de las teorías de las emociones que reseñé anteriormente. Las emociones forman redes relacionales que sólo se reconstruyen merced a sus contextos de realización. Aquí se encuentran implicadas, aunque por negación, además de la envidia, la solidaridad, el respeto, la estima mutua, el miedo a quedar como último en la faena de escapar de la cubeta, lo que es equivalente a ser último, o del montón, en la cadena de distribución de privilegios o de posiciones de poder en el mercado, etcétera.

Siguiendo los argumentos de Lakoff y Johnson (1998:101-102) las metáforas estructurales permiten utilizar un concepto ya estructurado y claramente delineado para desarrollar la estructura de otro (y agregaría) sí, de un conjunto de otros conceptos vivencial y semánticamente relacionados en las correlaciones que nuestra experiencia realiza para situar nuestra posición en el mundo y en las interacciones con nuestros semejantes.

En segundo lugar, esta narración metaforizada funciona metonímicamente, porque describe la realidad de una entidad determinada (el mercado) –recuérdese la frase “...así es esto aquí...”; la cual contiene una evidente fuerza referencial–, al mismo tiempo que un estado personal afectivo (la envidia proyectada hacia él), refiriéndose a un estado de co-



sis que se representa con la relación de los cangrejos en la cubeta que se encuentra vinculada con lo anterior, haciendo explícita la situación –he intentado comprenderla–, para sí mismo y para su interlocutor, o sea, yo.

La metonimia da fuerza a la utilidad sociológica de esta analogía, pues con este breve artilugio narrativo se describe una situación intencional, afectiva, organizacional y cultural que afecta el lugar de trabajo de este informante, a su forma de ver el mundo social próximo, a su cultura local de adscripción y a su propia ubicación en él. Asimismo, permite al analista cultural llevarse una idea elocuente de la percepción que se construye en torno a unas relaciones de trabajo y, al mismo tiempo, acercarse a los modos en que estas percepciones son narradas y a los mapas mentales que organizan la experiencia individual y colectiva y las hacen expresables.

## **2. Pasiones ordinarias, narrativas de la envidia:**

### *breve incursión para fundamentar una hipótesis*

Lo que a continuación se narra fue sustruido de parte de las notas etnográficas que tomé en los mercados durante los años que duró la investigación de campo (1996-1998). En la medida en que mi trabajo fue acomodándose a la situación ordinaria de la vida en los mercados y mi presencia fue adoptando cada vez más un sentido inocuo para su vida e intereses inmediatos, me resultó relativamente más fácil acceder a las partes más oscuras –o menos agradables– de sus vidas diarias, a las relaciones entre los locatarios, con sus vecinos, con sus dirigentes, con el personal que los asistía (la mayoría familiares) en las tareas cotidianas de compra-venta y en el orden y mantenimiento de locales y puestos de trabajo.

De la variedad de relaciones entre ellos, privilegié aquellas interacciones, expresiones y narrativas que mostraran el lado desagradable y mezquino de sus convivencias. Decir que privilegié esto, pudiera llevar a considerar que se trata de una lectura impuesta por el etnógrafo sobre las realidades observadas y descritas. No es del todo así. Desde mis primeras visitas sistemáticas en febrero de 1996 intuí más allá de la coexistencia pacífica de todos los días, insinuaciones, detalles, alusiones a los otros –ya vecinos, dirigentes, autoridades o clientes– que mostraban un lado áspero e incómodo de sus interacciones ordinarias y de las percepciones que construían en medio de sus operaciones laborales.

Recuerdo que la idea sobrevino cuando una de mis primeras informantes<sup>9</sup> me relató que las desavenencias comunes no eran infrecuentes. La mayoría de las veces la sangre no llegaba al río, pero uno podía encontrar, ante un leve descuido o ausencia, las cosas de su local tiradas. O a veces se era blanco de pequeños robos que más tenían la intención de molestar que de causar una pérdida fuerte o pedir algún producto faltante al de al lado para satisfacer a un cliente y hacerse el desentendido con el transcurso de los días y no devolver nada, o no pagarlo. Algo así como "irse con todo y reata"<sup>10</sup>, pero no huir, sino hacerse el tonto y soportar con indiferencia la ruina del vecino.

Por otra parte, otro informante negó la existencia de conflictos. Y los que había los atribuía a la competencia entre ellos. Por ejemplo, J.C., locatario del área de productos místicos y plantas medicinales, contaba que algunos compraban las aguas espirituosas y las rellenaban con cincuenta por ciento de agua simple, obteniendo mayor cantidad de botellas con una inversión menor, pero timando al consumidor. A eso reducía los probables conflictos.

En cambio, con el tiempo, la observación y conversación en otros mercados, pude reunir más datos que se inclinaban a favor de la intuición original y del relato de mi primera informante. De algún modo pienso que J.C. sólo quiso mostrar la mejor cara de las relaciones humanas en un lugar donde ha trabajado y vivido por más de veinte años. Los lugares de trabajo generan a través de ciertos agentes sus propias narrativas de autocontrol y de articulación de su imagen hacia quien viene de fuera o resulta ajeno<sup>11</sup>. No obstante, en aras de un equilibrio argumental, habría que sostener que el problema de los conflictos internos es una cuestión de *puntos de vista*, sugeridos por las propias posiciones que se disputan los agentes en las redes de relaciones y por las biografías e idiosincrasias personales, amén de las habilidades de sociabilidad desplegadas.

Reuní una selección de conversaciones, relatos, frases sueltas, secuencias de acciones descritas e impresiones personales sobre conflictos y tensiones que muchas veces tomaron la forma —o se las di en un trabajo de edición de segmentos registrados— de narrativas pasionales en el interior de los mercados. Éstas muestran, por un lado, los rasgos de las mentalidades y reacciones propias de estos agentes de instituciones comerciales populares y, por el otro, permiten tejer una hipótesis en torno a por qué parece difícil que puedan soportar las presiones de otras modalidades y estilos organizacionales de articular el comercio de masas y popular y se resisten a intentos modernizadores, no sólo de las autoridades, sino de algunos de sus propios miembros. Esta hipótesis trata de

continuar un problema que trabajé en otro lugar<sup>12</sup> y que constituye una expresión de las tensiones simbólicas y culturales que encierran los fenómenos asociados a la economía y el comercio cotidiano, como temas de interés del análisis cultural.

**La envidia, el egoísmo, la maldad  
o "cada quien quiere hacer su santa voluntad"**

Lo que reúne este subtítulo y el siguiente es un conjunto de calificativos, descripciones y argumentos sobre cómo algunos administradores, funcionarios, líderes y locatarios veían, en los momentos que sostuve conversaciones con ellos(as), la vida en los mercados públicos. Desde el mercado "Diana Córdoba" del municipio de Teapa, con cuya administradora me entrevisté en los primeros meses de 1997 y a quien se debe la frase: "dentro de un mercado, toda la vida hay conflictos", la cual actuó como una suerte de frase potenciadora o sensibilizadora en mi proceso de búsqueda, hasta los "De la Sierra" y el propio "Pino Suárez", en las oficinas del Ayuntamiento del municipio Centro y en encuentros fortuitos donde afloraba el tema.

El "cada quien quiere hacer su santa voluntad" que abre este subtítulo, constituye una de esas frases hechas, frecuentes en la cultura oral cotidiana. Connota una tendencia a la cuasi anarquía organizativa de estas instituciones, o a la escasa cooperación que se obtiene de sus miembros para convocar a iniciativas colectivas donde se pone en juego ya sea dinero, recursos materiales, fuerza de trabajo o tiempo; también connota un síndrome de hiperindividualismo. Cualquiera de los recursos mencionados supone actitudes tanto de disposición, cooperación y solidaridad efectiva, como de suspicacia, resistencia, o socavamiento deliberado de la propuesta original o de las formas de movilización sugeridas.

Si bien —como afirmé antes—, el fenómeno de las tensiones y conflictos internos es una cuestión de puntos de vista, un breve análisis de la biografía laboral de J.C. (uno de los que defendía el punto de vista de que no hay conflictos), parece poner en entredicho su sostenido criterio. Me contó que durante su época de comerciante de frutas y legumbres (ahora comercia con productos místicos y plantas medicinales) llegó a tener un vehículo y compraba directo a las rancherías y ejidos; podía llegar a dar la papaya a 1.70 ctvs., mientras su vecino debía comprarle a intermediarios que practicaban el coyotaje, viéndose obligado a venderla a 4.30 ctvs., aproximadamente. Ello le llevó a sostener discusiones casi diarias con su vecino, el cual le reclamaba que "no fuera gacho",

que "no fregara". Él respondía que no podía hacer otra cosa, porque él buscaba con sus propios recursos y medios mejores precios para sus productos.

Más allá de un análisis clásico de actitudes racionales ante las condiciones de mercado y los procesos de oferta, demanda y fijación de precios, lo que me interesa destacar es cómo la propia tensión competitiva se convierte en una fuerza que induce a probables conflictos y a enemistades más o menos recurrentes, por situaciones relativamente ajenas a la propia personalidad de los actores en cuestión; pero de algún modo el potencial de estas tensiones funciona como un artefacto de contención y control de la tendencia a los conflictos. ¿Cómo explicar esto?

La mayoría de las secuencias de acciones con rasgos tensos que observé, o los relatos y frases registradas se mantuvieron en un nivel discursivo de "baja intensidad". Arguyendo razones idiosincrásicas, no suele imperar una subcultura del conflicto que se caracterice por la estridencia o una vocinglera actitud de provocación; pero ello no quiere decir que no exista o se mantenga en grado cero. Las pautas de conducta presenciadas e identificadas son propiciadoras y al mismo tiempo operan como una suerte de estrategias elusivas para evitar desencadenar pasiones sistemáticas y acciones que puedan conducir a la violencia, ora verbal ora física. El nivel del discurso es clave en este juego.

Ello puede apreciarse en el siguiente epígrafe, donde he querido reunir, con alguna coherencia, un conjunto de frases registradas en las condiciones y temas de plática más diversas, pero que describe lo que es, en realidad, además de un estado anímico, un modo de representarse a sí mismos, un modo de justificar y explicarse la inercia, atribuyéndola a otros, pero practicada por todos y tolerada como una manera de ser y estar.

**"Aquí somos muy chismosos":**

*entre la solidaridad gremial, la desconfianza y la incredulidad*

La autoconfesión colectiva que inicia el subtítulo, constituye una declaración que ilustra parte de la atmósfera social de la institución y de las intenciones personales que la distinguen. Pero, al mismo tiempo, habría que reconocer la existencia de cierta solidaridad gremial, al menos por parte de los viejos locatarios, de los dirigentes y de las uniones. Puede percibirse un cierto grado de autoreconocimiento como una comunidad con intereses y expectativas de vida mutua, así como de vulnerabilidades y fortalezas también compartidas. Continuaré, no obstante, inda-

gando sobre cómo operan los calificativos y representaciones pasionales sobre el lugar y las relaciones de trabajo.

Según opinión de un administrador que al mismo tiempo era comerciante en uno de los mercados urbanos, campea "la incredulidad entre los locatarios":

La forma de pensar de los locatarios impide la modernización: se muestran en la raya ganando de 10 a 15 pesos diarios, pero no quieren cambiar: no ven al mercado como un negocio.

La incredulidad y la desconfianza entre los propios locatarios se enfoca fundamentalmente hacia la voluntad gubernamental para emprender acciones modernizadoras: remodelaciones,<sup>13</sup> combate a los rezagos estructurales que aquejan las prácticas comerciales, apoyo político como sector diferenciado y vulnerable dentro de la actividad comercial al menudeo, etcétera.

Por su parte, un funcionario del Ayuntamiento —cual antropólogo espontáneo— justificaba la densidad de los conflictos apoyando sus argumentos en la variabilidad de culturas locales en cuanto a la procedencia de los locatarios, pues "aquí hay de todo: oaxaqueños, poblanos, yucatecos, michoacanos, mexiquenses, campechanos, chiapanecos, veracruzanos y tabasqueños". Además —sostenta—, si se intenta "enseñar mecanismos de venta más modernos, reaccionan en contra". Y remataba con una frase atribuida a la mentalidad del locatario: "bien podrido, bien vendido".

Parece que esa diversidad se justifica en la siguiente frase, pronunciada por un locatario y a la vez líder en el mercado central: "júntalos y hasta pña se echan", aludiendo a la diversidad de opiniones sobre qué hacer en el mercado y cómo salir de la crisis.

Refiriéndose a los que no quieren cambiar, alguien decía: "al final, unos cuantos cabrones, con pesos y mucho toro, no van a querer que se haga nada y que no le toquen sus puestos". Analizando esta frase registrada a vuela pluma, parece referirse especialmente al gremio de los tabajeros o expendedores de carne de res, sin duda de los más poderosos en el mercado, pues se encargan de comerciar la propia carne del ganado que poseen en sus ranchos, es decir, detentan tanto una parte del monopolio de la cría de ganado como de la comercialización de la carne, al menos en los centros de abasto al menudeo, o sea, los mercados públicos.

Todas estas impresiones, articuladas a partir del discurso de sus propios protagonistas, apoyan de algún modo la percepción general de la inercia que recorre el nervio organizacional de estas instituciones y sus resistencias al cambio frente a otras opciones.

Sin embargo, tras la vehemente desazón, el espíritu crítico sucumbe a un cierto conformismo básico siempre latente, el cual se ilustra con esta frase espléndidamente vernácula: "aquí no importa que nazcan chutos con tal de que respiren bien...".

### 3. Las pasiones y el etnógrafo:

#### *una muestra autoreflexiva. A manera de conclusión*

Intentaré explicar qué criterios guiaron la selección de los fragmentos y el modo de presentar su orden narrativo en la articulación de este texto factual, como lo es cualquier relato etnográfico y la pretensión de "decir algo de algo" (Geertz) en torno al tema de las pasiones ordinarias.

Sin proponérmelo desde un inicio de una manera explícita, creo que lo que comencé buscando fueron indicios de acciones donde se identificaran con alguna autenticidad y certeza conflictos, hostilidades, relaciones interpersonales tensas, etcétera. Finalmente di con ellas, pero no como acciones observables, sino como acciones expresables en forma de relatos y anécdotas cotidianas o confesiones más o menos íntimas.

Después de todo, clasificando y categorizando la información del diario de campo, encontré que las pasiones habían sido registradas no tanto como relatos coherentes y completos, sino como frases o expresiones capturadas al vuelo y de esa forma efímera y fortuita transfiguradas en anotaciones en el diario, sobre las cuales debía desplegar un trabajo de edición y enlace narrativo.

En aras de no desvirtuarlas demasiado de sus condiciones naturales de registro, decidí organizarlas como pequeñas viñetas y tratar de reconstruir el significado contextual con el que fueron enunciadas. No sé si haya sido una decisión atinada. Muchas veces me sentí preso de la impresión que me producía el material reunido: escaso, aparentemente intrascendente o irrelevante para el objeto o los objetos centrales de la pesquisa, disperso, cual un rompecabezas. Me parece que todo ello puede hacerse comunicable y comprensible de suyo si todo lo anterior se leyera teniendo como fondo una biografía social del mercado y una reconstrucción etnográfica general que es del todo imposible incluir en este espacio; pero también si se comprende en toda sus posibilidades la hipótesis que trato de probar a través de la lectura socioanalítica de las pasiones haciendo hincapié en su articulación narrativa y de cómo puede conocerse socialmente algo a partir de prestar suficiente atención a esas metáforas corrientes a través de las cuales se expresa la emocionalidad ordinaria.

A través de la envidia y de su relación con otros conceptos sociales y culturales, se comprende mejor el signo distintivo de las sociabilidades inherentes a las interacciones entre los agentes de estas instituciones del comercio urbano. De prestarse atención tanto al contenido socioantropológico de lo expresable emocionalmente, como a la forma que adopta espontáneamente la expresión emocional, puede comprenderse que las pasiones son obra de la "negociación consigo mismo, con los otros en uno mismo (...) resultante de una interpretación" realizada por el/los actor/es social/es y renegociada con y por el analista cultural (Le Breton, 1999:116), volviendo a hacerse expresable en el tipo de texto que uno decida construir para dialogar con una audiencia, es decir, lectores potenciales.

La reconstrucción, a través de la vivencia directa verbalizada, de los mundos organizativos, sociales, culturales y de poder de estos hombres y mujeres, me llevó al tema de las pasiones. En sentido inverso, la búsqueda de expresiones, frases, relatos, anécdotas, léxicos y experiencias narradas que involucraban sus mundos pasionales, me condujo a explorar sus organizaciones, sus relaciones sociales, sus vínculos culturales y sus estructuras de autoridad. Las pasiones han sido, además de un objetivo en sí mismo, un pretexto para desplegar el análisis narrativo y etnográfico como extensiones del análisis cultural y sociológico.

Debo agregar que también me ayudó a comprender la idiosincrasia de aquellos con quienes comparto mi vida cultural próxima desde hace ya casi una década en calidad ya no sólo de antropólogo, sino de migrante voluntario y coactor común –aunque no pocas veces crítico– en esa suerte de drama social que un ilustre polígrafo y político tabasqueño denominó "psicología del pantano".<sup>14</sup>

#### Agradecimientos

Parte de la investigación que permitió la redacción de este artículo fue financiado por el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), a través de su Programa de Proyectos y Coinversiones Culturales, en su undécima edición.

## Notas y referencias bibliográficas

1. [Es a través de los] "...aridos huesos del habla que los roles, pasiones, instituciones y estrategias privadas son incorporados y viven", en Michael Moerman *Talking Culture. Ethnography and Conversation Analysis*, 1990.
2. George Lakoff y Mark Johnson en *Metáforas de la vida cotidiana* (1980), sostienen que el estudio de las construcciones metafóricas permite comprender cierta coherencia inherente a las constelaciones culturales y sub-culturales. La coherencia puede constatarse en y a través de las correspondencias entre los sistemas de valores y las estructuras metafóricas de los conceptos fundamentales con que las culturas expresan a aquellos. La correspondencia no es necesariamente invariable y se encuentra a merced de los propios cambios culturales e incluso de las disposiciones y variaciones idiosincrásicas individuales.
3. Apréciase la reivindicación de este tema en el conocido texto de Renato Rosaldo, *Cultura y verdad. Nueva propuesta de análisis social*, CNCA-Orizaba, [1989] 1991.
4. Cf. de P. N. Johnson Laird y Keith Outley, "The language of emotions: An analysis of a semantic field", en *Cognition & Emotion*, 3, 2, pp. 81-124, 1989; de Andrew Ortony y Gerald L. Clore, "The semantics of the affective lexicon", en *Cognitive Perspectives on Emotion and Motivation*, texto dirigido por Vernon Hamilton, Gordon H. Bower y Nico H. Frijda, Kluwer Academic, 1988; de Algirdas J. Greimas y Jacques Fontanille, *Semiótica de las pasiones. De los estados de cosas a los estados de ánimo*. Siglo XXI-UAF, 1991; de Catherine Lutz, "Ethnopsychology compared to what? Explaining behavior and consciousness among the Iliuk", en *Person, Self, and Experience. Exploring Pacific Ethnopsychologies*, bajo la edición de Geoffrey M. White y John Kirkpatrick, University of California, 1985 y "Goals, events, and understanding in Iliuk emotion theory", en *Cultural Models in Language & Thought*, editado por Dorothy Holland y Naomi Quinn, Cambridge University, 1987; de Zoltan Kövecses, *Emotion Concepts*, Springer-Verlag, 1989; de Anna Wierzbicka, *Semantics: Primes and Universals*, Oxford University, 1996. Esta reconstrucción es deudora del epílogo del texto de José Antonio Marina (1999:379-417).
5. Cf. Steve Woolgar, *Ciencia: abriendo la caja negra*, 1988 (1991), *Anthropos*, pp. 104-106.
6. Cf. Wilhelm Dilthey, *Teoría de las concepciones del mundo*, Altaya, 1995.
7. También el psicólogo Richard S. Lazarus y su esposa Bernice N. Lazarus, en su libro *Pasión y razón. La comprensión de nuestras emociones*, Paidós, Barcelona, 2000, hablan de la semejanza aparente entre la envidia y los celos y de la constitución diádica y triádica de ambas como diferencia



que las constituye en cuanto a los actores que participan. Pero estos autores sostienen que la trama argumental de la envidia se reduce a "querer lo que otro tiene", es decir, proyectan la intencionalidad de esta emoción a las cosas que otro ostenta. Creo más bien que lo que se envidia es a la persona, su éxito y sus cosas, pero éstos últimos sólo como constitutivos de la imagen que proyecta de sí y que crea esa zozobra incontrolable en el envidioso.

8. Propuse a discusión en dos ocasiones este fragmento narrativo, ambas ante sendos públicos de estudiantes tabasqueños de licenciatura y posgrado en la universidad pública estatal. Las reacciones describieron la siguiente secuencia: de una leve sonrisa inicial —supongo que en espera de la picaresca de la anécdota—, a una leve turbación, seguida de carns largas. En las dos ocasiones tuve que restarle fuerza a la metáfora y a mi ejemplo diciendo que era un registro del trabajo de campo y que pensaran que ese mismo esquema narrativo podía adecuarse a cualquier lugar y su respectivo gentilicio. A algunos convencía, a otros no; pero siempre el público fue bastante ecuaníme y aducado, no dándose por ofendido y apreciando el asunto como un ejercicio académico. No obstante, a veces pasé ratos de cierta incomodidad ante el provocador fragmento. Estaba poniendo a prueba las pasiones locales y las mías propias.
9. Conversación con "Fabiola", 11 de febrero de 1996. Registro *Diario de campo*.
10. Expresión común en los estratos populares de Tabasco. Significa robar todo y huir o haber sido ayudado y además robarle o engañar a quien ofreció la ayuda. Gutiérrez Eskildsen (1978:69) la acredita como auténtica y original expresión tabasqueña.
11. Consúltense el trabajo de Marsha Witten "Narrativa y cultura de la obediencia en el lugar de trabajo", en *Narrativa y control social* (Dennis Mumby, compilador), pp. 132-160.
12. Me refiero al artículo de mi autoría "Mercados y supermercados: economías y culturas. Un ensayo de comprensión cultural de la economía cotidiana", el cual presenté en dos versiones, una en el texto *La aventura antropológica* (1997) y otra en la revista *Estudios sobre las culturas contemporáneas* Época II Volumen V Número 9 Junio de 1999; pp. 59-87. Se discutía cómo construir clasificaciones sociales a partir de las relaciones estructurales entre las formas de organización del comercio popular, de masas, de élites y marginal a través de tres dimensiones constitutivas: espacios, actores, cosas.
13. Al menos en cuanto a las remodelaciones, se emprendió durante la alcaldía de Georgina Trujillo (1998-2000) una reparación y embellecimiento arquitectónico integral del mercado central "José María Pino Suárez" y en menor medida de los otros mercados urbanos de la ciudad.
14. Me refiero al *Ensayo sociológico de Tabasco* del escritor y político tabasqueño Manuel R. Mora (1947); tal vez el último esfuerzo de autodefinition de la tabasqueñidad que registró el imaginario intelectual de este estado en el siglo XX.