

Entrevista a David Ramos Castro, Antropólogo social

David Ramos Castro (Caracas, 1979) es antropólogo social y licenciado en Humanidades. Doctorando en Sociología y Antropología en la Universidad Complutense de Madrid (UCM), ha impartido clases sobre temas de antropología, filosofía y humanidades, y escrito artículos al respecto en diversas revistas y libros. Asimismo, ha sido Colaborador Honorífico del Departamento de Antropología Social de la UCM, escribe para la revista digital mexicana *El-artefacto* y colabora con la radio pública del Estado de Michoacán (México). Su tema de tesis se centra en la construcción mediática de la fama y sus transformaciones en el contexto de las sociedades actuales. Paralelamente, se muestra interesado por las implicaciones simbólico-culturales que entrañan la corporalidad, las artes y el transhumanismo.

* * * *



Pregunta (P): ¿Dónde reside el interés de la antropología por la fama?

David Ramos Castro (DRC): Lo que en occidente se ha dado en llamar fama supone un vasto fenómeno cultural que nos habla de diversos aspectos de nuestra vida en grupo. Así pues, por medio de la fama penetramos en espacios muy significativos para el estudio de los animales humanos: la imitación, el estatus, el prestigio, el

honor o el poder. Ello hace que su presencia –pienso– sea de un gran valor para el antropólogo. Incluso, puede plantearse –aunque no sea mi abordaje del asunto– un nexo entre la fama y el estudio de los humanos, vistos desde la antropología evolutiva y en comparación con lo que observamos en otras especies. La fama es una gran metáfora. Allí donde hay metáfora, existe lenguaje y cultura; y, donde hay lenguaje y cultura, encontraremos siempre a un antropólogo, puede que excéntrico o hasta inocente, pero sobre todo curioso.

“Lo que en occidente se ha dado en llamar fama supone un vasto fenómeno cultural que nos habla de diversos aspectos de nuestra vida en grupo”.

P.: En su estudio doctoral sobre la fama, ¿cuáles han sido las principales dificultades, prejuicios y obstáculos con los que ha tenido que enfrentarse?

DRC.: Bueno, la principal dificultad no ha sido, sino que será el día en que defienda mi tesis doctoral (risas). Tal vez cuando se publique esta entrevista ya habré superado ese pasaje, pero, en este momento, aunque ya he depositado la tesis,

estoy todavía en los trámites de su defensa. Debo aclarar, antes de nada, que mi tesis se ha centrado en un campo muy concreto: el de la información especializada en el relato sobre la vida de los personajes “famosos” en la actualidad. Lo que ocurre es que la llamada “prensa del corazón” –tal como se la conoce popularmente en España– es un pequeño sector del ámbito informativo que, sin embargo, está relacionado con un tema de mucha mayor amplitud: el de la fama como fenómeno cultural. Por este motivo, a través de un producto específico, me vi embarcado en un viaje histórico más amplio y no exento de motivos apasionantes para la reflexión antropológica. Una vez aclarado esto, puedo decir que las mayores dificultades han venido de dos frentes: primero, del descrédito

“La llamada ‘prensa del corazón’ —tal como se la conoce popularmente en España— es un pequeño campo del ámbito informativo que, sin embargo, está relacionado con un tema de mucha mayor amplitud: el de la fama como fenómeno cultural”.

general que ha habido hasta la fecha en España por la investigación seria de tales asuntos desde las ciencias humanas y sociales (salvo algunas excepciones); y segundo, del desinterés simultáneo que suele mostrar el negocio mediático frente a todo deseo de saber que no le reporte un beneficio económico inmediato.

P.: ¿Existe alguna relación entre fama e identidad?

DRC.: Sí, si pensamos ya en una fama propia del periodo que hemos dado en llamar modernidad. Esta pregunta me mueve a hacer un inciso y mencionar mis conversaciones con la doctora Liliana David, quien se doctoró recientemente en filosofía con una tesis sobre algunos aspectos de la obra de Milan Kundera: uno de ellos, la identidad, precisamente. Esa sincronía en nuestras reflexiones nos dio la oportunidad de pasar horas conversando sobre nuestros respectivos temas, viendo cómo era posible encontrar pasadizos secretos entre ellos. De hecho, Kundera es un escritor que tiene un pensamiento elaborado sobre la fama: un descubrimiento este que le debo a Liliana. Pues bien, si un escritor contemporáneo como el gran Milan Kundera introduce en su pensamiento un tema como la fama, ligado a la imagen, es porque este asunto tiene que ver con

la concepción del individuo que se ha gestado en la cultura occidental desde finales de la Edad Media y que ha tenido en la intimidad una consecuencia derivada. Es en la forja de ese nuevo espacio íntimo, en su relación con los demás ámbitos de la experiencia moderna del individuo (el público y el privado) donde se van a dirimir las relaciones entra la fama y la identidad, a título individual.

“ Si un escritor contemporáneo como el gran Milan Kundera introduce en su pensamiento un tema como la fama, ligado a la imagen, es porque este asunto tiene que ver con la concepción del individuo que se ha gestado en la cultura occidental desde finales de la Edad Media y que ha tenido en la intimidad una consecuencia derivada ”.

Por otra parte, a título social, no cabe duda de que también la pregunta por la identidad es una cuestión fundamental. Es decir: las

sociedades sueñan con tener una identidad, buscan representaciones que puedan dar cuenta de ella y, generalmente, al final, acaban engañándose con la falsa moneda de ese sueño, parafraseando a Marcel Mauss. En este sentido, esa búsqueda sin término me parece tan necesaria como engañosa. En ella, la fama de ciertos individuos y sus acciones viene a hablarnos, sin duda, del tipo de sociedad que los produce y los consume.

P.: ¿Dónde reside la dinamicidad, la capacidad reproductiva de la fama?

DRC.: En griego, de donde proviene la palabra “fama”, dicha categoría servía tanto para referirse a un reconocimiento social conspicuo, como a la habladuría que lo hacía posible. Así pues, el rumor es desde el comienzo un elemento fundamental de esa dinamización, pues supone el murmullo constante que rellena el abismo del anonimato. Ahora bien, a este material primario se sumaron todos los elementos del artificio técnico que han servido hasta la fecha, y con todas sus variantes históricas concretas –desde la oralidad hasta el palimpsesto digital– para transformar la fama en un atributo que cosificar, primero, y que reproducir, después.

“El rumor es desde el comienzo un elemento fundamental [...] pues supone el murmullo constante que rellena el abismo del anonimato”.

P.: ¿En qué medida la percepción de la fama difiere o no entre hombres y mujeres?

DRC.: Pues, sobre todo, en la medida en que las representaciones que se ofrecen como modelos de identificación cultural difieren para unos y otros; pero, también con arreglo a los distintos ámbitos en que hombres y mujeres –ciñéndome en este caso a la cultura de occidente– han encontrado caminos distintos hacia la fama, dentro de un mundo social en constante cambio. En el terreno que he estudiado, el consumo de productos periodísticos relacionados con la fama indica, con claridad, esa diferencia.

P.: ¿Qué relación existe, si es que la hay, entre la fama y el concepto de capital social sobre el que teorizara Pierre Bourdieu?

DRC.: A mi juicio, dicho capital puede llegar a ser importante como coadyuvante del reconocimiento social, ya que puede aumentar las posibilidades que tiene

un individuo de atesorar alguna clase de fama (excluyendo, claro está, la mala). Es obvio que el proceso inverso también es posible y una carencia de capital social podría, asimismo, impedir que la fama de un individuo cristalice o se libre de la infamia. En cualquier caso, esta incidencia del capital social dependerá del contexto: las relaciones sociales no son las mismas en una sociedad cortesana, pongamos por caso, y en otra definida por la ideología mercantilista. Con todo, el reconocimiento social tan particular que brinda la fama parece más cercano a otro capital del que también habló Bourdieu: me refiero al capital simbólico.

“El reconocimiento social tan particular que brinda la fama parece más cercano a otro capital del que también habló Bourdieu: me refiero al capital simbólico”.

P.: ¿Hay o no, en la fama, un componente de clase?

DRC.: Puede haberlo, tanto para la buena como para la mala fama. Pero lo importante es tomar esa noción como algo condicionante –según el caso, contexto y momento históricos– pero no como algo determinante. Aún así, será

un elemento fundamental en la narrativa del ascenso social creada en torno a la fama.

P.: En terminología económica marxiana y dentro de la cosmogonía capitalista, ¿cabría o no definir la fama como el valor de cambio de una persona, colectivo o institución?

DRC.: Efectivamente, la fama supone un cambio y, en su acepción contemporánea occidental, tiene mucho que ver con el capitalismo. También podría ser vista en relación con el fetiche. El problema que le veo, sin embargo, a una interpretación basada sólo en conceptos marxistas, tomados dogmáticamente, es que pronto quedan a merced de una perspectiva exclusivamente economicista y, por lo tanto, culturalmente estrecha, como también le ocurre al liberalismo económico. La fama es una metáfora y, como tal, implica una relación entre términos y la posibilidad de trocar significados. Ahora bien, esos cambios no son privativos del capitalismo. Han existido en otros lugares y tiempos expresiones de la fama que han vivido ajenas, mientras pudieron, a las imposiciones ideológicas del capitalismo. Considero que a los dogmas que rodean el capitalismo no se les debe responder con otros de sentido contrario, sino con nue-

“La fama es una metáfora y, como tal, implica una relación entre términos y la posibilidad de trocar significados”.

vas interpretaciones que dejen en claro sus falencias e hipocresías.

P.: ¿Qué papel desempeña, para qué sirve, la nombradía en el mercado de bienes simbólicos?

DRC.: Es uno de los elementos constitutivos de la fama, entendida como bien simbólico. El sociólogo Charles Wright Mills, de hecho, se refirió al nombre como el elemento definitorio de los famosos, a los que vio, además, como una nueva tipología de personajes dentro de la cultura norteamericana de los años 50, que él analizó con mirada profética.

P.: ¿En qué medida y en qué condiciones la fama es o no hereditaria? ¿Qué papel cumple la genealogía en su reproducción?

DRC.: Todo dependerá del tipo de fama al que nos refiramos. Partiendo de que hablemos de la fama de los animales humanos y no de aquella inscrita en lugares, cosas, animales no humanos o hasta humanoides digitales (una última vertiente de la fama, a mi juicio, inquietante), debemos dife-

renciar, a su vez, entre la fama de cualidades intransferibles (como puedan ser, en la cultura occidental, la belleza, el talento, el genio, etc.) o transferibles (todas aquellas que, como decía antes, tienen que ver con un proceso de producción y una lista de “técnicos” de los que ahora llaman “expertos” y, antes, especialistas, en esa fabricación). Todo esto fue cambiando mucho a partir del siglo XVIII, momento en que surgieron nuevas formas de fama que alterarían, asimismo, esas ideas sobre la herencia. En todo caso, si bien el reconocimiento mundano se da en una relación social con los otros y puede afamar lugares (un templo famoso) o hazañas colectivas (una comunidad irredenta), cuando la fama que arrastra el rumor de los hombres se detiene en otro ser humano, es difícil separarla –aunque no imposible– de un rasgo de legitimación individual. Pensemos en Alejandro Magno y en su trato semidivino tras las conquistas militares y políticas que lo llevaron hasta la India.

P.: ¿Qué papel ha desempeñado la fama en la acreditación de instituciones, como, por ejemplo, la monarquía?

DRC.: En este caso, la fama ha funcionado como un elemento que puede añadirse a un dispositivo simbólico de mayor envergadura,

y que puede tomar diversas expresiones metafóricas. Es decir, se puede exigir a un rey o reina que cultiven una buena fama, pero esa exigencia no resume su investidura simbólica, pues esta apela a una comunicación diferente a la de la mera fama. El “doble cuerpo del rey”, del que habló magistralmente Kantorowicz, no es simplemente el de la fama: es el de la comunión (de ahí, su “comunicación”) con un orden trascendente que puede ser moral, cósmico o energético, según una tripartición que estableció el antropólogo Clifford Geertz.

“La fama ha funcionado como un elemento que puede añadirse a un dispositivo simbólico de mayor envergadura, y que puede tomar diversas expresiones metafóricas”.

P.: ¿Cabría o no considerar la heráldica como la manifestación de una pulsión trascendental ínsita en la idea de fama?

DRC.: Bueno, puede considerarse como una manifestación más de la importancia cultural de la fama; pero, desde luego, no la única. A ella hay que sumar muchas más: la mítico-narrativa (donde incluyo la his-

toria), la escultórica, la pictórica, la numismática, la literaria, etc. Ahora bien, lo interesante de la heráldica, a mi modo de ver, viene de algo que expresé antes: la dificultad de separar la fama humana de algún tipo de rudimentaria individualidad. La heráldica ofrece un contrapunto, ya que supone la desaparición del rostro del caballero como elemento individualizador del prestigio y la fama, algo que, sin embargo, será típico de la fama moderna. Vemos, pues, que la lógica cultural que opera en ella es diferente; una que, como ocurre en otras creaciones medievales, se rige por la representación de ideales alegóricos.

“La heráldica ofrece un contrapunto, ya que supone la desaparición del rostro del caballero como elemento individualizador del prestigio y la fama, algo que, sin embargo, será típico de la fama moderna”.

P.: ¿Adopta hoy alguna forma actualizada la damnatio memoriae, aquella suerte de contra-fama aplicada por el Senado romano a quienes consideraba réprobos?

DRC.: Considero que sí. Hoy en día, por motivos que escapan a mi

capacidad de síntesis, vivimos rodeados de un espectáculo donde esa figura se arroja a la mesa política como se arroja un naipe de triunfo en una mesa de tahúres. No obstante, mi interés como antropólogo es interpretar qué significados se entreveran en actos de legitimación o deslegitimación histórica. Es en este punto que se concita la fama. El “donoso escrutinio” cervantino para elegir nombres, linajes, cuerpos u obras que recordar, honrar o arrojar a las llamas nunca es un tema ni social ni culturalmente baladí, pues encubre una escandalosa e íntima injusticia. Son, por ello, actos muy serios que nos encaran con la heroica demanda de justicia de Antígona o con el grito radical de la lamentación profética. Desde luego, no ganamos nada si los reducimos a simples gestos de una actualidad mediática que los olvidará en pocos días, o a discusiones políticas más pendientes de la cotización de sus palabras que del valor real de sus ideas. Todos esos actos están afiliados a nuestras concepciones de la historia y su relación con el recuerdo y el olvido; pero también con la oralidad y el registro escrito. En ese sentido, fama e historia se conocen, pero no se asimilan recíprocamente; la fama es obtusa, caprichosa y es capaz de volar de boca en boca o de “boca a oído” (como dicen en Francia), antes que

de ojo en ojo, para adelantar la lentitud que arrastran nuestros históricos pasos. ¿No llegó acaso hasta nosotros la fama de Eróstrato, a pesar de las órdenes de Artajerjes de aniquilar todo recuerdo suyo sobre la tierra?

“El ‘donoso escrutinio’ cervantino para elegir nombres, linajes, cuerpos u obras que recordar, honrar o arrojar a las llamas nunca es un tema ni social ni culturalmente baladí, pues encubre una escandalosa e íntima injusticia”.

P.: ¿Qué relación existe entre la fama y el Poder?

DRC.: Por lo que he ido diciendo en las respuestas anteriores, creo que queda claro que se puede encontrar alguna relación entre una cosa, sin llegar a identificar fama y poder completamente. Es decir, el poder es mucho más que la fama. Dicho lo cual, el poder tiene un gran problema: qué hacer para que lo obedezcan y para que no se convierta, en caso de que nadie lo haga, en un puro simulacro, como diría el pensador Jean Baudrillard. Estoy de acuerdo con Max Weber en que el poder precisa de una

capacidad de dominación efectiva. Cabe tomar la fama como un recurso simbólico que le asista a tales afectos, de manera análoga a lo que ocurre con el carisma.

P.: ¿Es o no el secreto la antítesis de la fama?

DRC.: Son, sin duda, diferentes y, en gran medida, contrarios, pero no creo que una sea la antítesis del otro. La negación de guardar un secreto es, a mi juicio, desvelarlo. Creo que con el secreto estamos ante un buen ejemplo de lo que decía en la pregunta anterior. El secreto entraña un tipo de poder: el poder de revelar o mostrar algo que me reservo. Lo único que yo puedo decir es que, con la revelación, el secreto pierde el poder que albergaba. Ahora bien, no todo secreto traicionado por la revelación acaba siendo, ni mucho menos, un famoso secreto. Digamos que la fama –como sucede en su relación con la historia– también aquí va por otro lado y guarda sus propios secretos, al igual que toda la afamada existencia del todopoderoso Kane, en la película *Ciudadano Kane*, guardaba el secreto misterio de su vida en un humilde trineo llamado Rosebud.

P.: ¿Hay o no nexos entre la fama y la muerte?

DRC.: Los hay, sin duda. El descubrimiento de que, por haber naci-

do, estamos excluidos de la posibilidad de experimentar nuestra propia muerte, es un límite radical que ha dejado en filosofía pensamientos de gran fuerza, en autores como Heidegger o Derrida. Pero, en antropología, no podemos prescindir de las maneras convencionales del morir social. Una cosa es considerar la fama como una forma inauténtica de existir (o como pura vanidad, que diría el *Eclesiastés*) y otra olvidar que también ella forma parte del elenco de experiencias culturales que, históricamente, han pretendido vencer la catástrofe de la muerte singular y consciente.

Volvemos, así, al tema fundamental del recuerdo y la memoria. Los lugares de la fama no son los mismos que los lugares de la memoria (que analizó el historiador Pierre Nora), pero ambos han sido recorridos infinidad de veces por el mismo escalofrío antes del fin. Ese “temor y temblor” ante la muerte los une, pero también los separa. Han muerto muchos más de los que la fama reclama y es justo que la historia y los sistemas religiosos lleven adelante la gesta de cuidar el recuerdo de los seres sin gloria. Aquí es que cobran importancia las paradojas histórico-culturales de la fama contemporánea en el seno de la secularización, pues, por un lado, esta ha limitado el re-

cuerdo imaginario a la reproducción incesante de un mercado de imágenes (en detrimento, insisto, de sistemas culturales de otra índole, como el religioso) y, por el otro, ha ido despojando a la fama comercializada de todo anhelo de supervivencia allende la muerte. ■

“Una cosa es considerar la fama como una forma inauténtica de existir (o como pura vanidad, que diría el Eclesiastés) y otra olvidar que también ella forma parte del elenco de experiencias culturales que, históricamente, han pretendido vencer la catástrofe de la muerte singular y consciente”.