

Repositório ISCTE-IUL

Deposited in *Repositório ISCTE-IUL*:

2017-12-22

Deposited version:

Publisher Version

Peer-review status of attached file:

Peer-reviewed

Citation for published item:

Cordeiro, G. I. (1998). Sociabilidade masculina y consumo de alcohol: un 'juego de vino' en Lisboa. *Trabajo Social y Salud*. 31, 99-106

Further information on publisher's website:

<http://www.aetrabajosocialysalud.es/>

Publisher's copyright statement:

This is the peer reviewed version of the following article: Cordeiro, G. I. (1998). Sociabilidade masculina y consumo de alcohol: un 'juego de vino' en Lisboa. *Trabajo Social y Salud*. 31, 99-106. This article may be used for non-commercial purposes in accordance with the Publisher's Terms and Conditions for self-archiving.

Use policy

Creative Commons CC BY 4.0

The full-text may be used and/or reproduced, and given to third parties in any format or medium, without prior permission or charge, for personal research or study, educational, or not-for-profit purposes provided that:

- a full bibliographic reference is made to the original source
- a link is made to the metadata record in the Repository
- the full-text is not changed in any way

The full-text must not be sold in any format or medium without the formal permission of the copyright holders.

SOCIABILIDAD MASCULINA Y CONSUMO DE ALCOHOL: UN “JUEGO DE VINO” EN LISBOA

**Graça Índias
Cordeiro**

I.C.S.T.E. Lisboa

La autora presenta el caso del *jogo da laranjinha* como una ilustración de la determinación cultural de los usos del alcohol en un contexto social concreto. En este caso el alcohol forma parte de un juego de hombres adultos, tradicional de los barrios populares de Lisboa, a través del cual se simbolizaría la iniciación, la virilidad, la solidaridad, el control social, la integración, etc.

Todo ello hay que entenderlo como formando parte de la circulación de un complejo “objeto cultural”, que expresa aquí un estilo de sociabilidad propio de determinados grupos sociales.

El consumo de bebidas alcohólicas es un fenómeno generalizado en casi todas las sociedades humanas. Sin embargo, la interacción entre el etanol y los seres humanos varía mucho culturalmente, pudiéndose afirmar que “las formas y medios de ingerir bebidas alcohó-

licas están definidas culturalmente y activadas por las situaciones” (D. Mandelbaum, en M. Singer 1988; 17). El consumo de alcohol es un hecho social y cultural y por consiguiente su uso es moldeado, regulado y aprendido de acuerdo con un contexto, en unas circunstancias y con unas compañías que lo delimitan.

El papel positivo y/o negativo que el alcohol desempeña en cualquier sociedad depende de factores exteriores a él y, por ello, un análisis de sus prácticas de consumo debe pasar por la comprensión del contexto sociocultural que le confiere un determinado significado colectivo. “El alcohol constituye un medio, un instrumento (...) que adquiere sus diversas características a través de las relaciones sociales que determinan no sólo su funcionalidad general y específica, sino las consecuencias que dicha sustancia genera. Son estas relaciones no homogéneas las que determinan un uso psicotrópico, potenciador o desinhibidor y no la condición química o las propiedades fisiológicas del alcohol en sí” (Cortés, 1988; 159)

En la sociedad moderna, el consumo cotidiano y regular de bebidas alcohólicas se asocia, de forma general, al disfrute del tiempo libre, de descanso de las obligaciones laborales. Después de cumplir con el horario de trabajo, de una tarea, de una obligación remunerada, todavía queda un tiempo de descanso “libre” y la decisión de “tomar una copa” ayuda a establecer la transición entre dos tiempos cualitativamente distintos: de trabajo y de ocio. Sin embargo, este tiempo libre puede ser ocupado de múltiples formas, no todas ellas equivalentes.

Este tiempo libre puede ser aprovechado para realizar actividades que contribuyan, de algún modo, al enriquecimiento personal, al desarrollo del “ego”, intentando conciliar funciones de distracción con objetivos de realización y/o promoción social (por ejemplo, el trabajador que aprovecha sus horas libres para estudiar). También, alternativamente, puede ser desperdiciado con actividades menos útiles, gratuitas, cuyo único objetivo visible sea el placer inherente a dicha actividad (por ejemplo, el trabajador que ocupa sus veladas jugando a cartas en el bar del barrio).

En el primer caso, podemos considerar que la actividad de ocio escogida, igual que la actitud subyacente, está en continuidad con el trabajo, mientras que en el segundo caso, el tipo de ocio ejemplificado constituye una especie de ruptura, una inversión de actitud en relación al mundo laboral, dadas sus características de espontaneidad, autonomía de horario, inutilidad, ausencia de objetivos exteriores a la actividad.

El alcohol se asocia a este segundo tipo de ocio (*play*), como elemento simbólico, sirviendo de hiato entre dos tiempos socialmente diferentes: tiempo de obligaciones y tiempo de “placer” (1).

Este tiempo libre y libertador, “no serio”, de la vida social se ocupa frecuentemente en la ciudad de Lisboa en actividades de juego, de forma colectiva y claramente visible en locales públicos o semipúblicos: cafés, bares, tabernas, jardines, asociaciones culturales y recreativas, etc. Dos rasgos caracterizan este tipo de “vicio”: sus protagonistas son hombres de estratos socioprofesionales bajos y, por otro lado, siempre acompañan el tiempo de juego con el consumo de bebidas alcohólicas, sobre todo vino o cerveza.

Además de los juegos más o menos banalizados, como las cartas o el dominó, existe uno, especialmente relevante, calificado por los propios practicantes como un “juego de vino”: se trata del *jogo da laranginha*. Su descripción como “complejo cultural”, que aquí presentamos, pretende resaltar el significado de la bebida dentro de este contexto, su papel positivo de integración social e ilustrar también con un ejemplo concreto la sobredeterminación sociocultural que preside el consumo de bebidas alcohólicas.

En palabras de uno de sus practicantes, el *jogo da laranginha* puede ser definido “como una especie de billar no sofisticado, un billar para otro tipo de gente”. Juego de puntería y de fuerza, se desarrolla en un campo rectangular, excavado en el suelo, con 9 metros de largo y 1,8 de anchura, dentro de un espacio específico: la *sala da laranginha*. Habitualmente se enfrentan dos equipos de 3 personas y el objetivo del juego es tocar por medio de pesadas bolas de madera maciza (de unos 2,5 kg.), golpeando el tablón que limita los laterales del

campo de juego, una pequeña bola de 100 g. de peso de unos 3 cm. de diámetro que es propiamente la *laranginba*.

Se trata de un juego colectivo que implica la participación, no sólo de los jugadores sino también de los espectadores que, sentados alrededor del campo de juego, participan ruidosamente de la partida. Tradicionalmente, la apuesta en el juego era una botella de vino, consumida por los jugadores durante el desarrollo de la partida. Actualmente este juego ha reducido su práctica al ámbito de algunas asociaciones recreativas y culturales, aunque continúe siendo una herencia de la vida de taberna. En los años treinta y cuarenta había en Lisboa unos 200 campos de juego, dispersos por las tabernas de algunos barrios populares, sobre todo barrios de obreros, pero con la desaparición progresiva de aquellas, el juego apenas sobrevivió en algunas de estas “colectividades” (asociaciones culturales y recreativas).

El juego de la *laranginba* es altamente socializado, con un aprendizaje largo (restringido a la edad adulta), exclusivamente masculino, de competición exacerbada y gestualidad exuberante; es un espectáculo y, sobre todo, constituye el centro de múltiples lazos sociales (de vecindad, de parentesco, de amistad). Sus participantes pertenecen a grupos ocupacionales semejantes (sobre todo relacionados con actividades artesanales). Son normalmente habitantes del mismo barrio y, además de vecinos, se sienten unidos por vínculos afectivos bastante fuertes: “Somos una gran familia”.

Forma de ocio más antigua que la memoria de sus practicantes la *laranginba* siempre fue jugado por vino, o por “dinero mojado” (de acuerdo con las antiguas reglamentaciones del juego en los espacios públicos) y su consumo se realizaba siempre en el local de juego. “La característica del juego era la del gasto del juego, una botella de vino. Era: “quien pierde, paga”, explica un jugador. Hoy, en el espacio controlado de las colectividades, este consumo de vino *in situ* no es tolerado. Aunque los jugadores consiguen siempre ir a beber su copa, a hurtadillas, fuera del recinto de juego, sienten que algo del *ethos* de este juego se perdió. “En la época de la *laranginba* antigua, que es como el juego de hoy pero a mí me parece distinto, se hacía traer una botella de vino de litro (había

un rincón en la pared donde estaba la botella con dos copas) y las personas iban bebiendo. Los tres que perdían pagaban la botella y el alquiler de la pista. Aquí es donde yo percibo la diferencia: ahora o se juega el alquiler solo, o cada uno paga su parte, pero nunca veo el vino incluido. En las sociedades recreativas no hay vino.”

A pesar de haberse adaptado a un nuevo entorno, este juego continúa siendo un “juego de taberna”, estigmatizado por sus orígenes y muy mal considerado por las directivas de estas asociaciones. De forma clara o subrepticia, el vino continúa siendo una pieza fundamental en la práctica del juego por la función dinamizadora de los vínculos calurosos de sus participantes.

El consumo de alcohol potencia y ayuda a crear las condiciones del propio juego: ayuda a disolver las jerarquías y/o las tensiones existentes y a crear una igualdad de efectos entre todos; favorece la exteriorización, a veces violenta, de la competencia entre los adversarios; forma parte de la iniciación de los jóvenes, siendo un elemento fundamental en el aprendizaje de “ser hombre”, en el control de la pericia y de las emociones, de saber hablar y convivir con y como un varón, y tanto más por ser capaz de mantener buena puntería bajo los efectos de la alcoholemia.

Todo ello favorece la proximidad y la comunicación entre los miembros, genera un mayor contacto interpersonal y contribuye al fortalecimiento de la solidaridad de esta “familia de la *laranginha*”. Además, constituye un símbolo de virilidad.

La sala de juego está cerrada a las mujeres y a los niños. Es sólo para hombres adultos. El desarrollo del juego y el consumo del vino, asociados, constituyen una imagen clara de la exteriorización de valores masculinos. La afirmación de una masculinidad centrada en valores que obligan a que las emociones sean controladas, se muestra claramente en este ritual de sociabilidad como un rasgo exclusivo de hombres, dentro de un espacio de socialización de género, centrado en el binomio vino/juego; ambos atributos masculinos por excelencia en nuestra sociedad.

La sociabilidad generada en torno a actividades lúdicas existe en un tiempo cualitativamente diferente del tiempo de trabajo. El tiempo del *play*, en este caso de juego, es un elemento transgresor en un mundo ordenado en torno a la actividad todopoderosa del trabajo, dominado por la idea de racionalidad. Se trata de un tiempo placentero, gratuito, no productivo: tiempo perdido, en definitiva. El consumo de alcohol se asocia a esta dimensión lúdica del juego y de la convivencia de determinadas poblaciones masculinas y ayuda a establecer la ruptura necesaria con el tiempo útil. Por otro lado, facilita las relaciones interpersonales, une a los individuos bajo un efecto semejante, constituye un símbolo identitario de género, reduce la ansiedad, desinhibe, calienta cuerpos y almas y, en fin, ayuda a “establecer permisividad allí donde la norma manifiesta prohíbe determinados comportamientos”(Cortés, 1988; 181).

Es una bebida social y se articula con importantes dimensiones de la vida cotidiana: socialización, construcción de identidades de género, diversión, fortalecimiento de vínculos microgrupales, actividades lúdicas, etc. El juego, el alcohol, la convivencia masculina forman parte de un “estilo de sociabilidad” y sólo poseen un valor en tanto que elementos interdependientes que se conjugan en un mensaje, en un complejo “objeto cultural” que se intercambia, se comunica y crea relaciones solidarias, provocando incluso la emergencia de grupos. En este caso, desempeña un importante papel de integración social. “El alcohol como sustancia no tiene propiedades ni buenas ni malas en términos de contenido moral de las mismas. Las condiciones morales son construidas y adjudicadas por las sociedades.” (Cortés 1988; 180).

O sea, las conductas que emergen en situaciones de alcoholización, no son generadas por el alcohol, sino por las condiciones socioculturales en el seno de las que se producen. Como cualquier otro comportamiento social, esta conducta es aprendida y se genera a partir de una socialización también referida a la bebida y articulada con el contexto social más vasto.

Agradecimiento

A Juan J. Pujadas por la traducción de este trabajo.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Cordeiro Gl. Laranginha, lazer, solidaridade: um ensaio de Antropologia Urbana. Tesis doctoral. Universidade Nova de Lisboa, 1986.

Cortés, B. La funcionalidad contradictoria del consumo de alcohol. Nueva Antropología, 1988; 34:157-185.

Gusfield JR. Passage to play: rituals of drinking time in American Society. En: Douglas M, ed. Constructive drinking, Cambridge, Paris, Cambridge University Press y Maison des Sciences de l'Homme, 1987;73-90.

Singer M. Hacia una economía política del alcoholismo. Nueva Antropología 1988;34:9-53.

NOTA BIBLIOGRÁFICA

- (1) Usamos el término *play* en el sentido usado por Gusfield (1987): "*Play is leisure characterized by spontaneity by unscheduled action, by a blurring of social boundaries, and by activity wich is chiefly unproductive form an economic viewpoint. It is «fun time» and opposite in quality and style to the serious activities of life*".

LOS RITOS DEL BEBER EN UN PUEBLO OBRERO DE BRETAÑA

Isabelle Bouard

Antropóloga Social,
París

Después de apuntar que su investigación está en la línea de contribuir al estudio de la práctica social y las funciones del alcohol en distintas sociedades, la autora nos presenta el caso de los obreros de la fábrica de pólvora de un pueblo bretón, en el que ciertas formas de beber -ya sea de manera abierta en las cantinas del pueblo, o clandestinamente en el interior de la fábrica- se nos ofrecen como elementos centrales de procesos de sociabilidad a través de los cuales se van construyendo mecanismos de identificación a distintos niveles: de sexo -hombres-, edad -adultos-, clase -trabajadores- y oficio -"los de la pólvora".

La literatura que aborda la cuestión del alcohol en Bretaña es numerosa. Sin embargo, el conjunto de los estudios sobre el tema permanece como una prerrogativa de los clínicos: psiquiatras, médicos, etc. A pesar de ello, el consumo de alcohol no disminuye y las idas y

venidas frecuentes entre la cura de desintoxicación y los bares inducen a preguntarse acerca de las raíces sociales y culturales del fenómeno del alcohol en distintas sociedades.

En el Finisterre -provincia del oeste de Bretaña- a los bares se les asigna una responsabilidad en la calamidad (*fléau*) y, al mismo tiempo, continúan siendo una institución como lugar obligado de sociabilidad masculina. Ahí, tomar una copa, invitar a una copa, a pesar de parecer actitudes libres, constituyen actos que cristalizan en el individuo su estatus social, su posición sexual en la comunidad, así como en los grupos de edad. Igualmente, la bebida que suele tomar el individuo forma parte de una serie de representaciones sociales de las cuales parece difícil abstraerse.

En el pueblo obrero del Finisterre en donde se llevó a cabo el estudio que ha servido de base a este artículo, los bares desarrollaban un papel esencial como lugares y modos de pertenencia a un grupo profesional específico. Allí el consumo de alcohol cumplía una función de identidad por su ritualización, por el conjunto de reglas que controlaban su uso.

LOS ORIGENES DEL MUNICIPIO: PONT DE BUIS

Edificada a lo largo de un periodo de dos siglos alrededor de una fábrica de pólvora, durante las guerras (1870, 1914-1918 y 1939-1940) la localidad crece y acoge lo esencial de la población que la compone hoy. Implantada sobre el territorio de dos aldeas rurales (St. Ségal Quimerc'h), la fábrica de pólvora recluta dentro del mundo campesino a aquellos que entrevén, en el trabajo regular y asalariado que ofrece, una manera de sostener la gestión de la explotación agrícola.

Pero la mano de obra agrícola, vecina en los primeros tiempos, se emancipa de su medio de origen y va instalándose poco a poco alrededor de la fábrica, a merced de los vínculos familiares y aldeanos. Los barrios de la localidad se organizan progresivamente según esos criterios y pronto cristalizan alrededor de su bar.

Este proceso de poblamiento culmina con la autonomía de la localidad, a pesar de las aldeas “madres” sobre las que se edificó. El conflicto social y cultural que ha llevado a esta escisión progresiva, se expresa tempranamente por una modificación en las costumbres alimenticias y en los modos de sociabilidad, tal como se manifiesta en los discursos que provienen de los dos grupos desde ahora antagonistas, obreros/campesinos: “Comedores de pan blanco”, “bebedores de vino tinto”, “holgazanes”... así trata el mundo agrícola que rodea el nuevo municipio a los que huyeron de su sino, esperando reprimir de esta manera el éxodo rural que le afecta.

En efecto, entre los campesinos el consumo de vino tinto continúa siendo una bebida festiva, de las romerías, mientras que la sidra es una bebida diaria para los menos pobres. En cuanto al pan hecho en la finca es de una factura tosca. Por medio de un consumo más rico, manufacturado y ya no autoproducido, los obreros se alejan del medio social en donde han nacido, y así expresan su estatus superior, mientras que los campesinos presienten en este cambio el signo de la degeneración ciudadana de la cual hay que preservarse.

Desde entonces el punto de oposición entre obreros y campesinos se elabora alrededor del consumo, sea la incapacidad de los unos para producir los alimentos esenciales, sea la repugnancia de los otros para comprar productos alimenticios. Esas señales visibles de la diferencia vienen a ser, poco a poco, una apuesta cultural para los obreros de la pólvora, cuando la localidad aún está por construir, y los modos de sociabilidad por definir.

EL BAR DEL “POLVORERO”

Los bares, ya esenciales en la sociabilidad masculina rural, llegan a ser el lugar privilegiado de encuentro de los trabajadores que fabrican la pólvora (que en adelante llamaremos “polvoreros”), antes y después del trabajo. Las calles principales que llevan a la fábrica están jalonadas de bodegones, donde los obreros entran para fumar el cigarrillo prohibido dentro de la fábrica y para beber una copa de vino, líquido distintivo del trabajador. La salida, a las cinco de la tarde, la viven como una verdadera escapatoria. Poco antes de que suene la sire-

na, los obreros esperan amontonados detrás de la barrera. El vaso de vino que beben de pie, apresuradamente, les permite “sacarse la fábrica de encima, salir del hoyo”, según dicen. Paralelamente, encontrarse en el bodegón por la mañana, antes de pasar las barreras, es una manera de ponerse el traje de polvorero, cambiando así la identidad individual para la identidad del grupo.

En el prolongamiento de los gestos repetidos en la fábrica, otros gestos, mecánicos también, permiten operar el paso del trabajo al hogar. Mientras tanto los ingenieros, los encargados (militares hasta 1971) regresan a casa caminando por su lado, sin más procedimiento ritual. En esos lugares, los obreros -guardianes simbólicos de una identidad colectiva- oponen su hegemonía a la presión jerárquica existente dentro de la fábrica. Este tiempo de vacío entre trabajo y descanso, entre hogar y fábrica, significa un momento de revancha, en el que se hacen bromas a los encargados.

Entonces, ir al bar demuestra al polvorero su pertenencia al grupo obrero, cuya manifestación de solidaridad suele expresarse en un consumo único y unificador: el vino tinto. Al contrario, sustraerse a la obligación de tomar una copa equivale a desolidarizarse del grupo de trabajo, comportarse como un perjurio. En el espacio social del bodegón, las maneras de beber formalizan al grupo obrero: hay que beber como los demás, lo mismo que los demás. Esta identificación es más perentoria cuando uno es novato. Un polvorero cuenta su iniciación al trabajo en la fábrica así como al código obrero: “Cuando entré en la fábrica, me dijeron bueno: tú vas a trabajar con fulano y mengano. Eramos cuatro, y yo, el más joven, el último; eran todos mayores que yo, me llevaban más de 30 años. Fueron ellos los que me enseñaron el trabajo. Primero no, no iba con ellos a tomar una copa. Desconfiaban, no me conocían. Al cabo de cierto tiempo, hice como todo el mundo, fui con ellos a la cantina, y S. me dijo: te lo digo de antemano, no te vamos a invitar a Ricard -anisete, aperitivo. Los ancianos suelen pensar que los jóvenes, cuando van de bares, beben aperitivos caros-. Yo les dije que conmigo no había que preocuparse, que bebería como ellos, vino tinto.”

Lo que cuenta este polvorero a propósito de su incorporación a la fábrica, tanto por su forma como por su contenido, es una manera de expresar su per-

tenencia al equipo obrero, al gremio, y de reiterarla con su presencia en el bar. Avisar a alguien que no se le va a invitar si no bebe lo mismo que los demás es notificarle su exclusión potencial del grupo de trabajo, o por lo menos de lo que formaliza el grupo, es decir, la ronda en la cantina. El que no bebe como los demás, como sus compañeros de trabajo, siempre quedará un poco al margen. La iniciación de los jóvenes por los ancianos a la identidad obrera se efectúa de diversas maneras: obligación de beber con ellos al salir del trabajo, obligación de beber como ellos. La integración efectiva del joven obrero se realiza a través del consumo común de vino tinto.

El líquido unificador, símbolo de la ruptura con el mundo rural, viene a ser la bebida ideológica de los polvoreros. Sin embargo, detrás de esta voluntad corporativa, podemos encontrar una expresión del mecanismo de intercambio recíproco. Bebiendo todos el mismo vino, las rondas que efectúan los equipos de trabajo quedan igualitarias, preservando así la relación de paridad que ha de existir entre los obreros. En efecto, la realización de la ronda, heredada de la cultura campesina, exige que haya tantas rondas como individuos. Cualquier invitado ha de invitar, so pena de rebajarse pública y socialmente. No invitar significa excluirse, mientras que invitar demasiado está visto como una manera ostentatoria, ya de demostrar un estatus social, ya de ganarse la amistad de alguien. Por lo mismo, rehusar una invitación constituye una ruptura en el intercambio -intercambio de tiempo, de palabras, de líquidos-. Al contrario, abusar de la obligación de reciprocidad es una falta grave.

En concreto, en los bares llamados de “polvoreros”, hasta cerca de 1975 había tres tamaños de vasos de vino: el “pequeño”, el “mediano” y el más grande llamado la “maceta de flores”. El “pequeño” y el “mediano” se distinguían entre sí, no tanto por el tamaño, que era casi el mismo sino por una diferencia de precio de 5 céntimos (5 pesetas). Esos 5 céntimos tenían mucha importancia: cuándo por separado un cliente tomaba un “pequeño” por ejemplo, y otro un “mediano”, mientras bebiesen solos no importaba; pero si uno invitaba al otro, era necesario cambiar los vasos para que los bebedores estuvieran igualados. Por supuesto, era un tipo de acuerdo implícito.

De esa manera beben juntos los que beben lo mismo, garantizando así la

igualdad alabada por los polvoreros. Ir a la cantina es una manifestación de solidaridad cuya señal es el consumo idéntico de alcohol. Entre el interior de la fábrica donde trabaja el polvorero y el exterior donde cumple el deber social para con sus iguales, el consumo de alcohol parece ser el lazo simbólico que une los dos espacios.

En efecto, para fabricar la pólvora, hay dos sustancias que son imprescindibles: el éter y el alcohol de 98°, o sea, casi puro. En su trabajo, los polvoreros manejan los dos productos, uno líquido y el otro volátil, que son depositados en cubas. Los dos son motivos para bromear, para chistes que se cuentan entre ellos en la localidad, y que se refieren a un uso clandestino. El alcohol, llamado en bretón *chan'ig* -o sea, Juanito-, abunda por toda la fábrica y era consumido puro o con vino. Si el *chan'ig* permanece como un tema recurrente en las conversaciones de los ciudadanos, los hechos que se cuentan en relación a él son situados siempre en el pasado. Mientras que los polvoreros confiesan “haberse mojado alguna vez los labios con el *chan'ig*”, ninguno declara haber bebido este alcohol, y sólo los obreros ya muertos pueden ser acusados de haber usado demasiado este líquido. Entre la experiencia y la práctica repetida se interrumpe el discurso. El *chan'ig* reviste un carácter casi mítico: tema que se alude cada vez que se trata, y que aparece en todas las discusiones de los bares, es el argumento que asienta la mala fama del pueblo, pero que lo distingue. Sin embargo, “haberse mojado los labios” parece ser la experiencia mínima compartida entre todos los polvoreros, y hace la función de iniciación.

Así nos cuenta su experiencia un joven obrero que dejó de trabajar en 1975: “Habían decidido dar té caliente a los obreros durante las pausas. Cuando yo iba a tomar el té que daban para el equipo de la mañana, los miembros del equipo tomaban el *chan'ig* que mezclaban con el té, y la primera vez que me dijeron ¡pruéballo! yo les dije que no, que no me interesaba beber aquello. Entonces me dijeron: pero es que vas a contarlo todo. No hay problema, les dije, soy el hijo de R., podéis fiaros de mí. Pensaron unos minutos y por fin me dejaron tranquilo. A partir de este momento, me adoptaron.” Hacer probar el *chan'ig* al joven polvorero para que comparta el secreto de su equipo sella su pertenencia profesional. El polvorero puede rehusar la invitación para beber si puede reivindicar una ascendencia que legitima su rechazo. Tener antepasados polvoreros equivale a

una pertenencia de hecho, y constituye un elemento de prestigio. Desde entonces, el iniciado está adoptado, está en el secreto que consolida al equipo. Se puede entender más fácilmente la confesión de los polvoreros cuando dicen “haberse mojado los labios”.

Abundante, gratuito pero clandestino, el consumo del *chan'ig* se configura más o menos con las reglas de solidaridad que rigen el consumo de vino en las cantinas. Entre lo ilícito secreto, y lo lícito público, la cohesión del grupo se manifiesta cuando se trata por ejemplo de sacar una botella de alcohol. R. recuerda que una vez “S. había logrado esconder una botella en su abrigo; en el momento de pasar por delante de los guardianes, estrechándose todos para ayudarlo, se cayó la botella y todo el mundo continuó andando; la botella se rompió dentro de la fábrica, aún no estaba fuera; ¡entonces no había infracción!” Desde este punto de vista, mucho más que por su naturaleza, el *chan'ig* es un factor importante de la definición de la identidad obrera y la sociabilidad que engendra. Mientras que dentro de la fábrica, los tratos sociales se rigen por el secreto y la transgresión compartida de las prohibiciones, fuera de la fábrica las maneras de beber y de invitar son las que definen el estatus del polvorero.

El ejemplo etnográfico que acabamos de ver demuestra la profundidad del anclaje cultural del acto de beber. Ahí la identificación entre el aprendizaje del oficio y de las maneras de beber es conjunta, sobre todo teniendo en cuenta que el trabajo efectuado en la fábrica no requiere una gran preparación técnica. Lo esencial, que se transmite a lo largo de las generaciones, en lugar de ser gestos de trabajo glorificados, se resume en ritos sociales elaborados entre sí y para sí; en este contexto, el alcohol sirve de herramienta cuyo manejo califica al individuo, al buen obrero.