

IV Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Santiago de Chile, 2001.

Del Beber y el Tomar en Juchitán, Oax. Cultura Local y Globalización del Beber: El Caso de la Cerveza.

Sergio Lerin Piñón. y Marinella Miano Borruso.

Cita:

Sergio Lerin Piñón. y Marinella Miano Borruso. (2001). *Del Beber y el Tomar en Juchitán, Oax. Cultura Local y Globalización del Beber: El Caso de la Cerveza. IV Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Santiago de Chile.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/iv.congreso.chileno.de.antropologia/19>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ef8V/kks>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Cesac N°15. 1992-2001. Documentos varios de trabajo de circulación interna.
 Diario La Nación. -"Los virus se globalizan", 14/4/99.
 Farmer, P. 1996. "Desigualdades sociales y enfermedades infecciosas emergentes", *Emerging Infectious Diseases*, octubre-diciembre
 Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. 2000. Buenos Aires sin *Aedes Aegypti*
 Heimann, L. Et al. 1992. O municipio e a saúde, San Pablo, Hucitec.
 Inhorn, M.; Brown, P. 1990. The anthropology of infectious disease, *Anna. Rev. Anthropol.*, 19 89 117.
 Laurell, A. 1992. "Proyectos políticos y opciones de salud en América Latina (ideología, discurso y realidades)", V Congreso Latinoamericano de Medicina Social, Caracas, Universidad Central de Venezuela.
 Liambías Wolf, J. 1997. "La globalización y las nuevas epidemias", VII Congreso Latinoamericano de Medicina Social", Bs. As., 17-21 de mayo.
 López, A. 1996. El mapa de la pobreza porteña 1, Idep Cuaderno 41, Bs. As.
 Martínez Torres, E. 1998. Dengue y dengue hemorrágico, Bs. As., Universidad Nacional de Quilmes, Lab. Elea.
 Morse, S. -1995. "Factors in the emergence of infectious diseases", *Emerging infectious diseases*, vol. 1, N°1, Ene-mar.
 -1991. "Emerging viruses: defining the rules for viral traffic", *Perspect. Biol. Med.*, N° 34: 387-409

OPS. 1998. Dengue y dengue hemorrágico en las Américas: guías para su prevención y control, Publicación científica n° 548, Washington.
 Singer, M. 1990. "Reinventando la antropología médica: hacia un realineamiento crítico" (traducción Clara Lourido), *Soc. Sci. Med.*, Vol. 30 N°2, pp179-187.
 Stella, M.; Tissera, E.; Zárata, C. 2000. "Prevención del dengue en el barrio de San Telmo", III Jornadas Científicas Interdisciplinarias del Hospital Dr. Cosme Argerich, Bs. As., Noviembre.
 Stella, M.; Zárata, C.; Grupo Mosquito (Facultad de Ciencias Exactas y Naturales-Universidad de Buenos Aires). 2000. ¿Es posible una epidemia de dengue en la ciudad de Buenos Aires? Presencia de *Aedes Aegypti* y conocimientos preventivos en la población del barrio de San Telmo, III Jornadas Científicas Interdisciplinarias del Hospital Dr. Cosme Argerich, Bs. As.
 Stella, M. (en colaboración con Mazzone G., Albioni G., Zárata C., et al.) 2001. *Aedes aegypti* (L.) en una zona de Buenos Aires de bajo nivel de infestación, III Congreso Argentino de Zoonosis y II Latinoamericano de Zoonosis, Bs. As.
 Tognoni, G. 2000. "Neoliberalismo: ¿Genocidio por planificación de la desigualdad?", *Salud. Problema y Debate*, Año XI, N° 22, otoño-invierno de 2000.
 WHO. 2001. Special theme-Globalization, *Bulletin of the World Health Organization*, vol. 79, N°9, september

Del Beber y el Tomar en Juchitan, Oax. Cultura Local y Globalización del Beber: El Caso de la Cerveza

Sergio Lerin Piñón* y Marinella Miano Borruso**

En memoria de Manuela León
 Que no se emborrache el santo
 que a lo mejor nos la quita
 ya que cuando iremos pa'l camposanto
 será con las botellitas

Introducción

El propósito del artículo es el de recuperar la dimensión sociocultural de uno de los temas más importantes en la antropología, como es el del uso y abuso de bebidas alcohólicas en comunidades indias, mestizas o de campesinado tradicional, aunque no solamente. La producción antropológica mexicana sobre este tema-problema generó alrededor de los 30 importantes estu-

* Profesor Investigador del CIESAS, México. Docente en el Programa de Maestría, Fac. de Medicina, UNAM.

** CIESAS México y ENAH, México.

dios, en tanto que para los 60 y 70 los trabajos son prolíficos para nuestro medio pero se realiza por antropólogos no nacionales, disminuyendo notoriamente en las últimas tres décadas. (Menéndez, 1991:17). Después de los 70, en donde se daba cuenta de las funciones rituales, festivas, alimenticias, curativas, deshinibitorias, anestésicas, afrodisíacas, energéticas o narcotizantes en distintos ámbitos y culturas en América Latina; la producción per cápita de alcohol ha ido en aumento. Ya Menéndez lo reseña para los 80, argumentando que el incremento del consumo se da básicamente a través de la producción y comercialización de la cerveza y las bebidas destiladas de grano, (1982:9), desplazando a las bebidas tradicionales incluyendo al pulque, no sólo en zonas urbanas sino incluso en zonas rurales de difícil acceso. Su frecuente uso y abuso, ha acompañado el incremento de accidentes, la violencia hacia los hijos y las mujeres, los frecuentes homicidios entre hombres, la destrucción familiar y los conflictos en la comunidad, así como pérdidas económicas considerables por las horas hombre perdidas a causa del alcohol.

"En Juchitan hay muchas fiestas, mucha cerveza y a diario tiene uno que tomar".

Las primeras pláticas que escuché en el camión que me llevaba por primera vez rumbo a Juchitan se asociaban al consumo frecuente de bebidas alcohólicas, a las frecuentes fiestas y celebraciones y sobre todo a una idea de gran positividad y permisividad para el consumo de bebidas alcohólicas. Pude comprobar muy rápidamente la representación de lo festivo de los juchitecos y no juchitecos que viven en Juchitan. Se trate de una fiesta o de una sencilla reunión entre amigos, ésta no se concibe sin cerveza y los rituales de la botana, acompañada de música. Cualquier ocasión o compromiso social es una oportunidad para mandar a comprar un "cartón", con cerveza de por medio se conversa mejor, y entrando en un estado eufórico o parcialmente etilizado uno puede comunicarse más a gusto y entrar en complicidad e identificación con el otro, con los otros.

Beber, tomar, alcoholizarse puede ser connotado como algo positivo o del todo negativo según el momento, las circunstancias, el contexto, el grupo, los sujetos, su estado de ánimo, si se es hombre, mujer, niño, adolescente o anciano. Sin embargo, una orientación antropológica que no se sitúa en ninguno de los extremos, sea positivo o negativo, nos permite indagar la significación de los factores socioculturales antes que calificar los hechos, las acciones y las consecuencias de la alcoholización.

En este trabajo se parte y comparte la posición de Heath (1974), que recupera la orientación sociocultural como fundante en los estudios de los hechos sociales en donde tiene un papel institucionalizado el instrumento alcohol, dado que los factores socioculturales afectan "no sólo la decisión de sí un individuo beberá o no alcohol, sino también, que clase de alcohol beberá (o no), dónde, cuándo, cómo, en compañía de quién, con qué utensilios, y en asociación con qué palabras, gestos, actitudes, etc., y - con evidencia creciente- aún (en grado significativo) cómo será afectado por el alcohol" (1974:99).

"Si vas a la fiesta y no tomas tu cervecita que te ofrece la señora, ¿pa' que vas entoncés?, es aburrido, no vas a estar alegre".

En la fiesta, por supuesto, no debe ni puede faltar cerveza, si esta escasea el anfitrión que en muchos casos es el mayordomo es sancionado por la comunidad, se le considera por lo menos tacaño y puede ver disminuido su prestigio. En la fiesta no hay ambiente si no está bien dotada de cerveza y aquel que en estas ocasiones no bebe, es mal visto y tal vez más sancionado que el alcohólico, también el que no bebe al ritmo de la "costumbre" es visto con desconfianza y conmisericordia. En Juchitan los mecanismos de control para beber son muy explícitos y tal vez menos regulados de los que se describen en el excelente trabajo de Pozas (1952) para las comunidades chamulas a través del rol de niño copero, quien respeta la ronda, el tiempo y la cantidad de bebida conforme al estatus y jerarquía; similar hallazgo lo describe Bunzel ().

En cuanto a la norma de beber podemos afirmar que es tan mal visto el que no bebe como el que bebe en exceso, entre estos estados transita la norma del beber en Juchitan, a la cual es muy difícil substraerse, por lo cual es un deber apreciar a los sujetos que logran dejar de tomar en estos contextos. En muchas localidades del México indio la cruel realidad plasmada por Juan Pérez Colote en el relato de vida, se observa el drama del bebedor que cumple con la regla:

"A mi casa vienen a beber todos los días mis compañeros que llegan a comprar; me dan de lo que toman, y con todos tomo yo. 'Ya no tomes más', me dice mi Lorenzo y mi Dominga; pero yo no puedo dejar de tomar. Hace días que ya no como ... así murió mi papá, pero yo no quiero morirme. Yo quiero vivir" (Pozas, 1952:113). De parte de un lugareño y más de un fuereño, la ofensa mayor es rechazar lo que se le ofrece, se establece inmediatamente un impedimento o desconfianza en la interacción, que puede llegar a franco rechazo de la

persona acompañado de comentarios irónicos y burla en zapoteco, sobre todo si el sujeto no tiene manejo de la lengua. Esto no siempre es tan drástico, a las personas que expresan motivos válidos socialmente para no tomar se les respeta su compañía, pero no se establece tan fácilmente la relación, no se le sanciona pero tampoco se le hace mucho caso. Como expresó una mujer que aún siendo juchiteca no se le acepta del todo su abstinencia:

"Yo casi nunca voy a las fiestas porque no tomo, me dicen aguada, las señoras, no me hacen caso".

En un cierto nivel de generalidad la imagen que uno se forma desde afuera es la acuñada por la corriente de cultura y personalidad, que ve a las comunidades como etilizadas, sus habitantes frecuentemente peleoneros, con grados de tensión tan alto que son muy frecuentes la violencia y los homicidios. No es poco común que incluso los investigadores incurran en valoraciones apresuradas, provocando fricciones con la comunidad, como cuando se califica a Juchitan como "chupitlán", refiriéndose al gran consumo de alcohol, los juchitecos obviamente se ofenden por el "apodo" considerándolo inadecuado, más aún si proviene de personas de fuera de la comunidad, del grupo, de la etnia. El antropólogo no debe operar en la calificación, ni ironizar a la comunidad y menos públicamente, pues los cuestionamientos no sólo tienen que ver con la forma, la manera y los distintos modos de beber sino que tienen relaciones muy sólidas con la cultura local. Bunzel (1940) orienta una perspectiva socioantropológica en la que describe relaciones entre pautas de uso y consumo y la organización social, entre el uso de bebidas alcohólicas y la educación infantil, la religión y las actividades económicas en San Juan Chamula (México) y en Chichicastenango (Guatemala).

Con sus excepciones, como los convertidos a las sectas, los protestantes y los pocos abstemios que puedan existir, el beber es más que una costumbre generalizada; en las fiestas se toma parejo, o casi, igual hombres que mujeres, pero existen regulaciones porque nunca toman juntos, ya que los espacios de socialización, aún en reuniones familiares, son distintos y separados para los dos sexos. Los varones toman por un lado y las mujeres toman y bailan incluso entre ellas. Bunzel (19) describe esta práctica para Chichicastenango y pero también encontramos reportes para los otomies y los mazahuas, todos ellos de la familia otomiana, en la que están separados los espacios en que beben unos y otros, las mujeres en espacios abiertos, generalmente en tienditas que les ven-

den pulque, llegando a dormir la "mona" a plena luz del día sin recibir sanciones del grupo.

Las mujeres no están exentas, por esto, de seguir cumpliendo su rol en la reproducción familiar. Lo que pasa con las mujeres juchitecas llama la atención, no pudiéndose entender de dónde sacan tantas energías y con tanta duración en el tiempo, para preparar alimentos, atender a los invitados, vigilar la casa y toda la organización de la fiesta, conversar, bailar sin parar, tomar cantidades asombrosas de cerveza y eventualmente emborracharse. Todo al mismo tiempo y sin perder en ningún momento el control de sí misma o de la situación. Al día siguiente, desafiando cualquier resaca, ya están en el mercado a primera hora para vender. Los hombres tienen una mayor permisibilidad social, en Juchitan tienden a tomar casi todos los días; al terminar de trabajar, después del medio día ya están entre amigos en la cantina, en las que trabajan muchachas del mismo pueblo o de los poblados cercanos. Algunas cantinas están bien arregladas y son agradables, otras son sencillas enramadas construidas en el patio, entre algo familiar y algo de negocio, algunas más definitivamente son de malamuerte. Las mujeres nunca toman en la cantina, reservada para los hombres, sólo las prostitutas que casi siempre son de otros pueblos toman en esos espacios. Las mujeres cuando van a la cantina es para recuperar a un marido, un padre, un tío, un sobrino o un hijo, que está en problemas o ya no puede llegar por su propio pie a la casa, en estos casos sólo llegan a la puerta y mandan adentro algún hombre, familiar o conocido para que saque al desafortunado bebedor, pues el imaginario del bebedor es saber tomar, no tomar hasta emborracharse o caer, aunque más de las veces en la realidad suceda lo contrario.

Las mujeres toman sólo en las fiestas y en las reuniones, pero dada la frecuencia de éstas y la intensa vida social que acostumbran, no son pocas las ocasiones de beber también para las mujeres. Sin embargo, la observación y los datos estadísticos han revelado que el número de mujeres que se dedican a ingerir cerveza en forma individual o acompañadas por una pariente o amiga, ha ido en franco aumento, misma tendencia que se ha notado en la población femenina que asiste a Alcohólicos Anónimos, institución que ha proliferado en Juchitan.

Esta tendencia es la misma que se observa para distintas sociedades y grupos; son las mujeres y los jóvenes quienes engrosan las cifras de bebedores sociales, llegando a ser la relación del 2 a 1 para algunos grupos,

como en el caso de Inglaterra. En México, si bien es cierto que el consumo femenino es más bajo, algunos datos reportados por Menéndez en su texto "El alcoholismo I", provenientes de fuentes hospitalarias reportan que el incremento en la patología femenina pasaría de 9 hombres por cada mujer a 9 hombres cada 5 mujeres en los 80. (1987:107). Este hecho también implica la iniciación temprana al consumo de bebidas alcohólicas por la población infantil, como documentan para la Ciudad de México Lerín y Ravelo en 1985.

La costumbre de tomar en situaciones de socialización, de ninguna manera significa tomar para emborracharse y caer al suelo sin sentido, lo cual está muy mal considerado; quien se emborracha rápidamente o hasta perder el sentido es alguien que no sabe tomar, que es sinónimo de no saber convivir con los otros, cosa altamente reprobada. Se toma cerveza para entrar y permanecer constantemente en un estado más cercano al eufórico que al etílico. Una persona puede alcanzar cierta ebriedad, inclusive emborracharse, pero las reglas de convalidación exigen que el bebedor no pierda el control de sí mismo y de sus acciones, como faltar el respeto a una mujer, agredir con expresiones fuertes, salirse de la plática con tonterías, quebrantar las reglas y faltar a los modales.

En una fiesta, al principio, todos están un buen rato sentados de manera muy formal, casi no se conversa ni se baila, aunque la cumbia retumba a todo volumen. Sólo después de cierto número de cervezas el ambiente se vuelve cálido y festivo. La fiesta, la cantina, la taberna son espacios de socialización en donde se contienen las transgresiones, en donde se permite y tolera la desinhibición, e incluso se permite beber y beber por días enteros. Como afirma V. Flanet (1977-1986), las fiestas son espacios en donde se "habla", donde se está acompañado, pero es también en donde se puede morir. En Jamiltepec (Oaxaca), en las fiestas existe la posibilidad y necesidad (implícita) de muertos, la fiesta puede fracasar, si no hay muertos. (Citado por Menéndez, 1991:23.)

El tomar tiene que ver con la evasión de una realidad desesperante o negativa, como es el caso de personas o grupos marginados, desviados o desestructurados sentimentalmente o la clásica figura del borracho. Sin embargo, el espacio de lo festivo es todo lo contrario, es la sublimación vital de una realidad y un presente intensamente vivido en lo individual y lo colectivo. Es una atención compulsiva dedicada a la situación presente, a todo lo que ocurre alrededor hasta los detalles. Cuando uno ya no está en condición de poder te-

ner la situación bajo control, y ya se ha hablado más de la cuenta ha llegado el momento de alejarse, pues no puede compartir su experiencia imaginaria o real con los otros.

El incremento de fiestas de corte comunitario y familiar, así como la proliferación de tabernas y cantinas, ha ocasionado, en los últimos diez años, un aumento de los problemas de salud. Las cifras semi oficiales dicen que en Juchitán hay 500 cantinas de la Corona y 250 de la Carta Blanca. Juchitán está dividido en 8 barrios a los que llaman secciones. Existe una cuadra - entre la primera y séptima sección- que luce 16 cantinas en tan sólo dos de las calles que la delimitan.

Respecto de los problemas de salud y mortalidad ligados a la ingesta de alcohol, según una evaluación somera de la Jurisdicción Sanitaria No.2 "Istmo", de la Secretaría de Salud del Estado de Oaxaca, la mortalidad, las enfermedades y los problemas asociados o causados por el alcohol, como los accidentes, riñas, homicidios, diabetes y cirrosis tienen una incidencia de casi el 60% sobre el total de las situaciones médicas en la población masculina adulta y los hombres tienen una expectativa de vida diez años menor que las mujeres. Y esto va en incremento ya que, si anteriormente los hombres tomaban mucho en ocasiones de fiesta, ahora la bebida alcohólica forma parte de la vida diaria. Es muy importante mencionar que los problemas asociados al consumo de alcohol en el estado de Oaxaca no aparecen relevantes en la Encuesta Nacional de Adicciones de 1990. Lo cual no quiere decir que el problema no existe, tal vez se debe a carencia de captura de la información o al subregistro de información regional y puntual; sin embargo, la mortalidad por cirrosis ha ido en aumento desde la década de los 20 cuando su letalidad estaba en el lugar número 12; para los 50 ya se ubica entre las 10 primeras causas de muerte, en tanto que para el 94 y 95 alcanzó el sexto lugar como causa de mortalidad general y por estados Oaxaca ocupa junto con otros el cuarto lugar en el grupo etéreo de 15 a 64 años, siendo los hombres en edad productiva y avanzada los más afectados (Narro Robles, 1999:93). La tendencia actual, tanto de las mujeres como de los hombres, es tomar con una frecuencia y con excesos tales que la misma convivencia se ve afectada. La población juchiteca admite que el consumo desproporcionado de cerveza y el alcoholismo en la comunidad está alcanzando niveles alarmantes.

Muchos pobladores se quejan de que "las fiestas no son como antes, ya son pura borrachera", que la capacidad de trabajo y producción se va mermando por la

exagerada ingestión de alcohol y que han aumentado los delitos y la violencia a causa del alcohol.

Las mujeres se sienten en primera persona afectadas por este problema, ya que la frecuente alcoholización y borrachera de sus hombres, esposo e hijos, crea serios problemas familiares, falta dinero en el núcleo familiar, aumentan los pleitos y la agresividad de los hombres hacia los hijos y sus mujeres. Recordemos el excelente trabajo etnográfico de Lewis, "Una muerte en la familia Sánchez", en el que describe como la tía Guadalupe, vivió, festejó, lloro, rió y murió en contacto permanente con el alcohol, ella bebía, sus maridos bebían, la golpeaban, la invitaban a tomar e incluso algunos murieron a causa o consecuencia del alcohol.

Otro dato más, casi al 90% de los casos que se ventilan diariamente en el Juzgado Familiar o Municipal están relacionados de alguna manera con el alcohol.

Si se pregunta a un/a juchiteco/a por qué toma tanto, las respuestas más o menos giran alrededor de algunos temas "me pone alegre, me siento mejor con mi gente" "me relaja, me da gana de hablar" "es la costumbre, siempre los juchitecos hemos tomado". Prescindiendo de la explicación simple de que la cerveza es una bebida sabrosa y fresca muy adecuada al clima, queda la inquietud de saber por qué ha tenido tanto éxito en el Istmo y por qué los juchitecos sienten la necesidad de que sus relaciones sociales se desarrollen alrededor del "cartón". ¿A cambio de qué se pagan precios tan altos como los daños a la salud y los frecuentes accidentes mortales a causa del alcohol?

Aquí, esto del tomar es una locura, pero quien no lo entiende, no entiende nada ni de Juchitán ni de los zapotecos.

La aproximación etnográfica clásica busca permanentemente las funciones integradoras del alcohol omitiendo sus costos negativos, en lo social y lo individual sin dimensionar lo económico-político del alcohol. Esta tendencia de la disciplina la expresa claramente Menéndez en su texto "Alcoholismo II": "La práctica antropológica al focalizar la funcionalidad del alcohol y los patrones dominantes de bebida no sólo ha orientado sus interpretaciones hacia la integración cultural, no sólo no ha percibido el alcoholismo como enfermedad, sino que ha secundarizado sus consecuencias" (1987:47).

Lo positivo, lo negativo y lo contradictorio se perciben en los comentarios, de lo visto y vivido en la comunidad juchiteca. La hipótesis de trabajo es que tanta bebida corresponde esencialmente a dos factores que se manifiestan positiva y negativamente, uno por supuesto ligado al valor social y cultural que el grupo le otorga y

otro a la política mercantil de las empresas cerveceras en donde las mujeres son las más afectadas por la alcoholización de sus hombres y a la vez, cumplen un rol imprescindible en la comercialización y circulación del alcohol.

Taberteras, cantineras y la Corona.

Repitan la tanda
de Corona extra,
Corona coronita
ya lo dice el dicho:
tan buena es la grande
lo mismo que la chiquita.

Las compañías cerveceras establecieron sus depósitos en el Istmo -al inicio en Tehuantepec- a principio de los años cincuenta, justamente en el período de su gran expansión económica así como del aumento en los hábitos de consumo (el consumo per cápita de 1925 que era de 3.5 lt. salta a 14.4 lts para los 50 (Bernal, 1983:16). De ese período a la fecha las compañías rápidamente han sabido muy bien aprovecharse de la "costumbre", desarrollando una política comercial muy eficaz además de agresiva que ha creado nuevas figuras sociales y difundido de manera importante sus hábitos. La política de penetración más inteligente ha sido recrear una figura tradicional femenina ya presente en el panorama de las actividades socioeconómicas del Istmo: la taberna.

Antes de la penetración masiva de la cerveza en los hábitos alimenticios de los istmeños, los hombres acostumbraban tomar mezcal, traído del valle de Oaxaca y vendido por mujeres ancianas en su misma casa o a la entrada de las fiestas.

Antes eran puras viejitas que vendían mezcal. Como no había luz, iban con su linterna. Cualquier fiesta iban con su mesita, su garrafón y su linterna y vendían ahí un cuarto, medio cuarto y eran puras viejitas.

Otra bebida alcohólica tradicional, de baja gradación y de producción regional, es la "taberna" - obtenida de una palmera que se da en la región - cuya producción y venta era y es todavía tarea de las mujeres.

Para introducir el uso de la cerveza, las empresas reclutaron como agentes de venta a jóvenes mujeres solas, viudas o abandonadas, es decir las más necesitadas y desamparadas socialmente, las que posiblemente eran destinadas a la prostitución. A ellas se les dio facilidades de todo tipo, que se incrementaron a raíz de la competencia comercial entre las compañías a partir de los sesenta: comisiones, regalías, bonos de

2x1, mesas, sillas, hielo, neveras. Además las empresas contribuían a acondicionar espacios para cantinas, construir una palapa en el patio, pagar el gasto de la electricidad consumida o un alquiler. Varios son los arreglos recíprocamente convenientes que se manejaban y se manejan, pero es la Corona o la Carta Blanca a pedir los permisos y gestionar los trámites correspondientes con las agencias prepuestas.

Las viejitas, que cumplen un rol importante descrito por R. Pozas (1952), O. Lewis (1960) y R. Bunzel (1940) entre otros entonces fueron substituidas por jóvenes mujeres guapas y agresivas comercialmente. Se formó una moderna categoría social de las tabernereras, es decir mujeres que se dedican a vender cerveza en puestos que ellas mismas montan con una hielera, unas sillas o bancas para los clientes y su capital de cartones a la entrada de las Velas, o cuando hay celebraciones tanto religiosas como civiles. También se incrementaron las cantinas con relativas cantineras.

Ser tabernera tiene su encanto, además ser un oficio, la mayoría no tiene a que ver con la prostitución, aunque llegue a presentarse, a estas mujeres les está socialmente permitido tener una sexualidad más libre pero siempre bajo normas sociales, lo que se aprovecha para hacerse de un capital. Una buena tabernera debe tener la gracia necesaria para entretener y atender a sus clientes creando un ambiente de alegría y compañerismo, son mujeres con una gran capacidad de deleitar con su forma de ser, de contar chistes, albures, platicar y hasta saber escuchar las penas de sus clientes cuando bajo los efectos del alcohol se abandonan a confidencias personales. Debe tener además la capacidad de beber junto con sus clientes sin perder nunca el control de la situación y sobre todo del dinero. Una buena tabernera conversa, cuenta chistes cachondos, habla en doble sentido, ríe y provoca las risas, en fin, construye un ambiente alegre y suelto sin desbordar nunca en la vulgaridad o en lo que en Juchitán está considerado vulgar, ya que en otros ambientes más sofisticados las alusiones sexuales son vulgares. Los hombres les tienen cierto respeto cuando no miedo porque que ellas saben muchos de sus "secretos", voluntariamente confesados a veces, y que con su lengua filosa pueden acabar con la reputación de uno.

Hay tabernereras famosas por su personalidad como mi entrañable amiga Manuela León o la finada Rosa Pina "que tenía un lunar a un lado de la boca pero puesto quién sabe cómo que se veía muy chula, muy coqueta". La Gringa, otro mito viviente, cuenta:

Era una mujer sola como yo, muy guapa, hablaba así como hablas, gruesa su palabra y también no se expresaba bien en español, casi puro zapoteco hablaba. Había muchos hombres que le gusta como ella platica, era muy espléndida, tenía muchos amigos, era de arranque esta señora. Viene un amigo: dame una cerveza. Rosa destapa de una vez cuatro, tres para el señor y una para ella y todo lo que tomaba se lo cobraba a ellos. Cuando hacía la cuenta, ella decía: "4 x 8, es 98 y 2 de chicle", ahí murió la cuenta de los mil pesos, ya no daba cambio. Ella hacía así, pero ya te dije que a toda la gente le gustaba, era muy platicadora, contaba chistes, era muy platicadora, ella no tenía mirada para una sola persona, tenía mirada con todas. Manuela León es como ella.

Actualmente las tabernereras se han conformado como gremio regulado por un sindicato propio y celebran su propia Vela en mayo. Hay que tener bien clara la diferencia entre tabernereras y cantineras. Estas últimas son dueñas de cantinas, mientras que las tabernereras son mujeres que venden la cerveza desplazándose a las fiestas y las ferias, frecuentemente también en otras comunidades de la región.

Pero la actividad comercial de las empresas cerveceras ahora es decisiva en gran parte de la economía familiar y comunitaria, en muchas familias el principal ingreso es por la actividad de la mujer tabernera. En las Velas, por ejemplo, la compañía ofrece gratis el montaje del toldo y de las maderas que delimitan el área de la fiesta - trabajo que anteriormente realizaban los hombres de la comunidad construyendo la enramada con pencas de palma - asimismo proporcionan neveras, hielo y sillas a todos los socios, y además paga uno de los conjuntos de música o de las bandas y regala una cantidad de cartones a la sociedad de la Vela, a veces participa a los gastos de los mayordomos con dinero en efectivo. En las comunidades pequeñas y pueblitos circunvecinos también da una cuota anual en efectivo al municipio para la realización de obras públicas, a cambio de la exclusiva o del incremento de la venta en los establecimientos locales, ya desde los 80 la cerveza ocupa el primer lugar en el PIB, pues del total recaudado más de la mitad de ingresos provienen de ella según la Secretaría de Programación y Presupuesto (M. Bernal 1983:48)

Las fiestas particulares se han incrementado notablemente en los últimos años, ya que una gran parte de los gastos necesarios para montar una fiesta es sufragada por las agencias cerveceras. "Mamá" Corona y "tía" Carta Blanca intervienen oportuna y abundantemente.

mente en el patrocinio de la fiesta, con el préstamo y montaje de la "ramada", las sillas, las neveras, el hielo, la publicidad a través de la televisión y radio local, regalías en dinero, cartones o el pago de actividades o de los músicos. Por ejemplo, en ocasión de los festejos del décimo aniversario de un famoso bar de Juchitán, la Corona pagó parte del redecoración del espacio, la impresión de las invitaciones, el catálogo de las obras pictóricas que se expusieron en esta ocasión y el conjunto de música. Además regaló un discreto número de cartones para ofrecer a los invitados. Es evidente que esta inversión le regresa con creces. En una fiesta familiar por lo menos el montaje de la lona, el préstamo y transporte de sillas, neveras y hielo son de rigor. Esto da cuenta clara de cómo la economía familiar y comunitaria está indisolublemente enlazada con la política comercial y las motivaciones económicas de las agencias cerveceras.

Uno de los comercios que más se ha difundido entre las mujeres es el de vender cerveza en su casa, ya por que son mujeres solas, madres solteras o únicas proveedoras del hogar o no tienen puesto en el mercado local o por su edad, y comercian alrededor del instrumento alcohol y las relaciones que éste puede generar, diríamos un tipo de vida que también encierra dramatismo. Como lo describe O. Lewis en los relatos de las familias, "La pobre Antonia Luego se fue a trabajar a un cabaret donde le pagaban por bailar con los hombres y hacerlos beber. A Martha le había dicho que nunca pasó la noche con ninguno Después de un año Francisco vio a Antonia bebiendo con hombres en el cabaret, y cuando ellos la dejaron sola se llegó hasta ella para decirle: Ahora tomas conmigo, te voy a pagar también.

La pura vista de Francisco hizo que Antonia se serenara. El se embriagó y golpeó a Antonia cuando ya no quería tomar. "Pero él tiene derecho a pegarme, es mi viejo". Dijo Antonia a Martha. Se fueron a un hotel donde ambos se golpearon" (1959:228)

Las compañías cerveceras y la Coca Cola que tienen grandes depósitos a la entrada de la ciudad, con mucha facilidad dan en consignación un refrigerador o, en el peor de los casos, una nevera y los cartones de "caguamas". Estos minidepósitos familiares se han incrementado notablemente en los últimos cinco o seis años, al punto que es difícil encontrar una cuadra, sobre todo en las secciones más populares, donde no haya una señora que no venda cerveza. Siendo parte del sector informal del comercio, no existe un censo exacto de estas reventas, sin embargo una evaluación somera de la Regiduría de Salud nos puede dar una

idea de la cantidad y del volumen de este rubro comercial. Se calcula que existen 500 depósitos de la Corona y 250 de la Carta Blanca de los cuales solo el 20% está registrado. La sola Corona distribuye cotidianamente un promedio de 5000 cartones en los días feriales y en temporadas no festivas. El incremento "desmesurado" de este comercio informal se constató empíricamente durante ocho años de trabajo que se han realizado en la comunidad. En todos estos años se incrementó la presencia, de tal forma que es muy común encontrar en las casas actividad comercial y publicitaria de las compañías cerveceras o refresqueras: medias y sillas de metal o de plástico con el logotipo de la Corona, de la Carta Blanca o de la Coca Cola, platos y bandejas, neveras, vasos, carteles. Lo cual indica hasta qué punto estas empresas estén imbricadas en la estructura familiar sobre todo a través del valor económico de las mujeres y cómo este tipo de venta informal se vuelve estructurante para las unidades familiares (y probablemente para el municipio mismo, por los impuestos que generan). También ejemplifica el rol que las mujeres juegan en la distribución y circulación del alcohol. Arma de doble filo, ya que si es cierto que la venta de cerveza es una importante contribución a la economía familiar, por otra parte su ingesta desmedida es un elemento que favorece los procesos de violencia hacia los hijos y mujeres y las frecuentes riñas e incluso homicidios entre hombres.

Hombres y cantinas.

Corona de la Modelo
la hermana de coronita,
famosa llegó hasta el cielo
y echó San Pedro su probadita.

Las formas del beber y sus significaciones son diferentes en las fiestas y en las cantinas, unas son ocasiones comunitarias integrativas donde participan hombres y mujeres, mientras la cantina es un espacio de socialización intragénero masculina, al cual tiene acceso con un rol significativo (en virtud de su "masculinidad") el homosexual zapoteco. Este - que en la sociedad zapoteca tiene un estatus social valorado en relación a las funciones familiares y sociales que desempeña - puede ser el dueño de la cantina, en este caso será un muxe adulto, o en el caso de ser un joven muxe: camarero, cocinero o trabajador sexual. Las mujeres que trabajan como camareras en las cantinas pueden ser al mismo tiempo trabajadoras sexuales. No se ve bien que una mujer sirva en un

bar o una cantina, la mayor parte son centroamericanas o muchachas de otras comunidades.

Algunas cantinas del centro ofrecen algo más que cerveza y botana y se han vuelto lugares, de producción cultural - en primer lugar de música - pero también de difusión cultural. En el Rabacheeza por ejemplo se han hecho exposiciones de pintura y escultura, presentaciones de libros, de poetas y narradores, conciertos de música local. El Bar Jardín sigue el ejemplo con exposiciones periódicas de pinturas. La Flor de Cheghigo, muy cerca de la Casa de la Cultura, es lugar de encuentro de los artistas y de quien se dedica a la vida bohemia. Coincido en ideas y cantinas con Campbell cuando afirma: "For local intellectuals they are place to test their political ideas, read poems, give musical performances, learn about local history, recite folklore, and affirm their ethnic identity". Este tipo de cantina es donde los políticos e intelectuales locales llevan a los turistas (sobre todo las turistas) a tomar, saborear las numerosas botanas tradicionales y asistir a la exhibición de las artes locales: música, poemas, artes plásticas. Estos hombres han creado inconscientemente un discurso estereotipado de exaltación de la cultura zapoteca, en su versión local, y de la "historia de lucha" de Juchitán que viene repetido en todas las ocasiones en que están presentes fuereños. La misma arenga sobre la historia, la lengua y la identidad juchiteca se repite incansablemente. Nos llamó la atención lo estereotipado y reiterativo del discurso que percibíamos también innecesario desde nuestros intereses etnográfico, pero necesario si los consideramos como un código ritualizado de cortejo e productor de una imagen identitaria.

Por supuesto la cantina es el lugar donde se arreglan los negocios comerciales y políticos entre hombres. Algunas son las preferidas del Ayuntamiento y en ellas hay cuenta abierta para los políticos de más influencia. También es el lugar por excelencia - aquí como en el Far West - de iniciación y de variadas prácticas sexuales de los hombres, ya sea con una trabajadora sexual o un muxe.

En el caso de los jóvenes es también el lugar donde se "vuelven adultos" a través de la ingesta de alcohol; la primera borrachera - en compañía de un tío, de los primos y amigos - es de rigor y es el ritual obligatorio para legitimar el paso de la adolescencia a la adultez. Alcohol, música y sexo son los ingredientes necesarios e indispensables. Al joven u hombre muy tomado se le cuida, se le acompaña, se le escucha con paciencia, se le

lleva hasta su casa y su hamaca, es suficiente que el acompañador sea apenas un poco menos tomado.

Es el lugar donde los hombres pueden dar espacio a la emotividad, a las lágrimas, a dolor y la nostalgia, que viene siempre acompañada y enfatizada por una guitarra y el canto de las canciones zapotecas. Los músicos son itinerantes, van de cantina en cantina todo el día así que es posible tener un panorama bastante amplio de la música del Istmo quedando tranquilamente sentado en una mesa frente a una cerveza helada, tarde o temprano por ahí pasan el Trío Xabizende, Pancho Tina (otra institución cultural viviente e inventor del único instrumento que toca: una palo con una cuerda apoyado en una tina de aluminio), Eriberto López, Ta Baxa, y otros innumerables autores y cantores.

Como todas las cantinas de México es el lugar de invención y florecimiento del albur y de los chismes sobre las mujeres y de las competencias lingüísticas entre compañeros, es el espacio privilegiado de la interacción social entre hombres. Los estudios de cantina son muy importantes no solo por describir, los roles, los hábitos, los mecanismos de transacción, etc., sino también por estudiar la estructuración de los espacios, uno de los trabajos más importantes es el de B. Stross (1967) "La cantina mexicana como un lugar para la interacción" que es de la opinión, "El problema reside en encontrar y emplear un marco de referencia adecuado para la descripción de la estructura de la situación de la cantina focalizando, al mismo tiempo, el proceso de interacción social" (E. Menéndez 1991:285).

Al amigo se le dicen cosas en doble sentido, se le vacila, se le "cotorrea". Es hábil, inteligente y sobre todo es dueño del lenguaje zapoteco quien logra zafarse rápidamente de esta "atención" de los otros sobre su persona y pasar la bola a otro compañero, y así siguiendo. Es el lugar de la complicidad masculina, de los cuentos, los chismes y los sueños sobre las mujeres, sobre todo del ejercicio privado de la palabra y de la creatividad, como veremos en el último apartado. La borrachera no solo es individual sino ante todo un hecho social, M. Kearney (1970) en su estudio "El rol del borracho en un pueblo oaxaqueño", nos dice que con suma frecuencia la que define a el rol del borracho es la borrachera social, en el poblado de Amilpas lo que sucede en realidad es que los borrachos no lo son tanto, sino que aparentan con el fin de realizar acciones que de otra manera serían aceptadas.

Las cantinas son lugares donde los hombres pasan buena parte de su vida cotidiana, donde construyen, desarrollan y expresan, con otros hombres y los muxe,

su masculinidad adulta y una sociabilidad separada, privada, vedada a las mujeres. La cantina parece desempeñar las mismas funciones de la "casa de los hombres" que se encuentran en las sociedades primitivas, o de interés etnológico, como ahora se definen, en el sentido de que todo lo que ahí pasa es parte de una cultura masculina "secreta" "privada" "separada", a la cual las mujeres "decentes" no tienen entrada.

A manera de síntesis

Nos parece entender entonces, que el beber, además de ser parte integrante de la forma comunitaria de socialización, representa espacios de identificación y autorreconocimiento comunitario donde se anulan hasta cierto punto las diferencias de clase y de sexo, es como algo distintivo respecto a otras formas de socialización, por ejemplo la de los vallistas, los capitalinos o los extranjeros; funciona como un medio masificado y ritualizado para dar más espacio y libertad de expresión al alucine, a la dimensión imaginativa, a la palabra, a lo inesperado, a la convivencia en reciprocidad y probablemente a otros elementos que no alcanzo a captar y que representan una dimensión cultural distintiva de lo zapoteco y del grupo; en ocasiones, puede funcionar como un mecanismo de identificación con los otros no zapotecos, símbolo de fraternidad y hospitalidad, alguien que le entra al ritual es más aceptado.

La forma de beber, por qué se bebe y cómo se bebe entre juchitecos busca un estado de ebriedad alegre permanente y controlada por tiempos bastante prolongado, al contrario de otros grupos en los que la borrachera es permanentemente buscada, en Juchoital al beber se le otorga todo el tiempo necesario al desarrollo de la socialización comunitaria entre e intragérica.

Bibliografía

Bernal Sahagún, Víctor M. et al. (1993). El alcoholismo en México. Negocio y manipulación. Ed. Nuestro Tiempo, México.

Bunzel, R. (1981). Chichicastenango. Ed. José de Pineda Ibarra. Ministerio de Educación, Guatemala.

Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS) (1988). Teoría e investigación en la antropología social mexicana. CIESAS-Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, Cuadernos de la Casa Chata 160, México.

Heath, D. B. (1974). Perspectivas socioculturales del alcohol en América Latina. En: Acta psiquiát. psicol. Amér. Lat., 20, p. 99-111.

Instituto Nacional Indigenista (INI) (1990). Programa Nacional de Desarrollo de los Pueblos Indígenas, 1991-1994. INI, México.

Mariátegui, J. (1974). Investigación epidemiológica del alcoholismo en América Latina. Enfoque general. En: Acta psiquiát. psicol. Amér. Lat., 20, p. 86-97.

Lewis, O. (1989). Antropología de la pobreza. Cinco familias. Fondo de Cultura Económica, México.

Menéndez, E. L. (1987). Alcoholismo II. La alcoholización, un proceso olvidado ... patología, integración funcional o representación cultural. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Cuadernos de la Casa Chata 150, México.

Menéndez, E. L. (ed.) (1991). Antropología del alcoholismo en México. Los límites culturales de la economía política 1930-1979. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. Ediciones de la Casa Chata 36, México.

Menéndez, E. L. y R. B. Di Pardo (1982). Alcoholismo I. Características y funciones del proceso de alcoholización. Alienación, enfermedad o cuestionamiento. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Cuadernos de la Casa Chata 56, México.

Narro Robles, José R. et al. (1999). Cirrosis hepática. En: de la Fuente, Juan R. y J. Sepúlveda Amor (comp.). Diez problemas relevantes de salud pública en México, Instituto Nacional de Salud Pública-Academia Mexicana de Ciencias- Fondo de Cultura Económica, México.

Pozas, R. (1998). Juan Pérez Jolote. Biografía de un tzotzil. Fondo de Cultura Económica, México-Buenos Aires.

Quiróz Cuarón, A. (1960). Alcoholismo y criminalidad. En: Revista de la Facultad de Medicina. Año II, vol. 2, núm. 8, agosto de 1960, p. 549-559, México.

Sánchez, H. (1974). La lucha en México contra las enfermedades mentales. Fondo de Cultura Económica, México.

Secretaría de Salud (SSA) (1988). Encuesta Nacional de Salud, Oaxaca. SSA, Subsecretaría de Servicios de Salud-Dirección General de Epidemiología, Sistema Nacional de Encuestas de Salud, México.

Secretaría de Salud (SSA) (1990). Encuesta Nacional de Adicciones, Alcohol. SSA, Dirección General de Epidemiología, Sistema Nacional de Encuestas - Instituto Mexicano de Psiquiatría, México.

Velasco Fernández, R. (1981). Esa enfermedad llamada alcoholismo. Trillas, México.

Viqueira, C. y A. Palerm (1954). Alcoholismo, brujería y homicidio en dos comunidades rurales de México. En: América Indígena, vol. XIV, núm. 1, enero, p. 6-36, México.