

**LICOR  
¿CULTURA? O ¿VICIO?  
"Concepciones y Permisividades Acerca del Consumo  
del Licor, en tres tabernas de la ciudad de Popayán  
(Motivos Video-Bar; Arkano Bar; Taberna Anarkos)"**

**CARLOS JULIÁN MUÑOZ GAÓN**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES  
POPAYÁN – CAUCA  
2013**

LICOR  
¿CULTURA? O ¿VICIO?  
“Concepciones y Permisividades Acerca del Consumo del Licor, en tres  
tabernas de la ciudad de Popayán  
(Motivos Video-Bar; Arkano Bar; Taberna Anarkos)”

CARLOS JULIÁN MUÑOZ GAÓN  
Código: 08071040

TRABAJO DE GRADO REQUISITO PARA OPTAR EL TITULO DE  
ANTROPÓLOGO

DIRECTORA:  
PHD. ROSA ELIZABETH TABARES T.  
Profesora titular del departamento de antropología

UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES  
POPAYÁN – CAUCA  
2013

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

---

Firma de jurado

---

Firma de jurado

---

Firma de jurado

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	4
• OBJETIVO GENERAL	4
• OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
CAPITULO 1	5
1. ESTRATEGIA ANALÍTICA	5
1.1. Marco Teorico-Conceptual	5
1.2. PERSPECTIVAS SOCIOCULTURALES	8
1.2.1. Epidemiologia e investigaciones (internas de cada país)	9
1.2.2. Faces Del Alcoholismo	11
1.2.3. El Alcohol En Relación Con Otras Drogas	11
1.2.4. Prehistoria E Historia.	12
1.2.5. La Bebida En Diferentes Poblaciones	13
1.2.6. El Alcohol Y Otros Aspectos De La Cultura	15
1.2.7. Lo Ideológico	18
1.2.8. Lo Económico	20
1.2.9. Lo Político (Parámetros Legales	23

1.2.10.	Lo religioso	27
1.2.11.	Otros Aspectos Sociales Y Culturales	31
1.3.	ANTECEDENTES INMEDIATOS	39
1.3.1.	William Rolando Arteaga Patiño (2010)	39
1.3.2.	Italo Alberto Pinto Ocampo (2009)	40
1.3.3.	Carolina Volveras Hernandez (2008)	42
1.3.4.	Paula Andrea Quilindo Salazar (2005)	43
1.3.5.	Enfoque del Proyecto	44
1.4.	METODOLOGÍA	46
1.4.1.	Fase I: El Inicio	46
1.4.2.	Fase II: Trabajo De Campo	46
1.4.3.	Fase III: Análisis, Recolección y Sistematización de la Información	47
1.4.4.	Fase IV: Socialización de los Resultados	47
1.5.	LOS ASPECTOS ÉTICOS Y DIFICULTADES EN LA ETNOGRAFÍA	48
1.5.1.	Proceso de Acercamiento	48
1.5.2.	Observación	49
1.5.2.1.	Observación Simple	49
1.5.2.2.	Observación Participante	49
1.5.3.	Entrevistas Informales	50
1.5.4.	Entrevistas Formales	51

CAPITULO 2	53
2.1. POPAYÁN Y LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	54
2.2. CONTEXTO DEL BAR	56
2.3. DESCRIPCIÓN DEL BAR	58
2.3.1. “MOTIVOS” Video-Bar	58
2.3.2. “ARKANO” Bar	67
2.3.3. “ANARKOS” Bar	73
2.4. CARACTERIZACIÓN COMPARATIVA ENTRE LOS BARES	76
2.4.1. Similitudes Entre Los Bares (“Motivos”, “Anarkos”, “Arkano”)	76
2.4.2. Distinciones Entre Los Bares (“Motivos”, “Anarkos”, “Arkano”)	77
CAPITULO 3.	79
3.1. CONSUMO	79
3.1.1. “MOTIVOS” Video-Bar	80
3.1.2. “ARKANO” Bar	80
3.1.3. “ANARKOS” Bar	80
3.2. CONCEPCIONES EMIC DEL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS AL INTERIOR DE LOS BARES	81
3.2.1. El ¿por qué? Del consumo de licor (según el tipo y/o marca)	81

3.2.2.	Aspectos socioculturales del inicio del consumo de licor	86
3.2.3.	Nivel de inversión económica mensual en el consumo de licores	89
3.2.4.	Consumo e identidad cultural	90
3.3.	EL LICOR Y EL BAR COMO ELEMENTOS DE DESAHOGO	92
3.3.1.	El ciudadano común, el bar y el licor	92
3.3.2.	El policía en descanso, el bar y el licor	93
3.3.3.	El militar en descanso, el bar y el licor	98
3.3.4.	Los posicionamientos sociales	100
3.4.	EL LICOR, EL BAR Y PARTIDOS DE FÚTBOL	102
3.5.	LOS TIEMPOS DE BEBER	103
3.5.1.	Vacaciones Y El Bar	103
3.5.2.	Diciembre Y El Bar	104
CAPITULO 4		106
4.1.	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA ENCUESTA	106
•	Pregunta 1	107
•	Pregunta 2	108
•	Pregunta 3	109
•	Pregunta 4	110
•	Pregunta 5	111
•	Pregunta 6	112

• Pregunta 7	113
• Pregunta 8	116
• Pregunta 9	117
• Pregunta 10	118
• Pregunta 11	120
• Pregunta 12	121
• Pregunta 13	124
• Pregunta 14	125
• Pregunta 15	126
• Pregunta 16	128
• Pregunta 17	129
• Pregunta 18	131
• Pregunta 19	132
• Pregunta 20	132
• Pregunta 21	133
• Pregunta 22	134
• Pregunta 23	135
• Pregunta 24	137
REFLEXIONES FINALES	139
FUTURAS INVESTIGACIONES	144
BIBLIOGRAFÍA	145
ANEXO	166



## RESUMEN

Las inquietudes básicas que motivaron la presente investigación están dirigidas a un razonamiento bastante viciado por las concepciones de moralidad que acarrea el crecer como persona dentro de una ciudad pequeña y con tradición católica como lo es Popayán, pero ¿Cómo llegar a percibir algo como una problemática?, esta realidad se termina estrellando a la vista de las personas que por una u otra razón se desenvuelven en el medio del consumo de licor, cosa que por circunstancia ajenas a la academia se dio ante mi desde muy temprana edad, a pesar que el consumo de bebidas virtuosas sea una constante los cambios que he logrado percibir y analizar desde una perspectiva antropológica me llevaron a pensar las razones del consumo de licor, contrapuestas con la visión y los discursos de los que pertenecen a la generación de mis padres, en la cual, el actual consumo de licores es visto como una problemática que aqueja jóvenes adultos dentro de la ciudad; es por esto que las motivaciones terminan convirtiéndose en preguntas personales vistas de una perspectiva mas general.

El licor y los establecimientos que se dedican a la venta y consumo de este, son un elemento que se encuentra presente en casi todas las ciudades y poblaciones del mundo, esto indica de forma directa que las sociedades buscan y gustan de estos espacios como elementos adheridos a la cotidianidad de las urbes, en el caso de Popayán se encuentra una ambivalencia moral que esta cambiando en forma desbordante hacia los excesos, pero esta doble moral en compenetración con las cohibiciones naturales de la sociedad patoja están creando nuevos márgenes de comportamiento que son considerados como normales, es por esto que el presente texto busca realizar una mirada somera de los procesos que se dan en el contexto del bar, en compañía, por supuesto, del licor como elemento desinhibitorio que permite, tanto a hombres como mujeres,

alcanzar estados de relajación poco normales en el contexto de la cotidianidad en la ciudad; pero esta situación, a pesar de su rutina, aun posee los estigmas normales de las personas de mayor edad, es por esto que para lograr percibir el cambio actual la investigación se realizo con personas adultas consideradas jóvenes (de 25 a 35 años de edad), que son participes en el proceso y consumidores habituales de licor dentro de los bares tomados para el estudio.

## INTRODUCCIÓN

En todas las culturas del mundo y de forma tradicional se han dado distintas formas de acercamiento a estados desinhibitorios, por distintos medios (físicos y metafísicos), pero las formas más comunes y tradicionales se dan por medio de compuestos o plantas que gracias a su ingestión producen estados alterados en la psiquis (conciencia) y el cuerpo en general; el alcohol o las bebidas que poseen un alto grado del mismo son una de las formas más tradicionales de alcanzar este estado en los grupos humanos, pero la dificultad con respecto al tema se empezó a dar por la popularización y masificación de la producción de las bebidas con contenido de alcohol, en las que se dio una ampliación acerca de la permisividad con respecto a las razones -excusas- que permitían su consumo ampliando de forma geométrica las normas dictadas por cada cultura para la producción y consumo de bebidas con alcohol. Este fenómeno es casi tan antiguo como el hombre mismo y la preocupación por entenderlo y contener sus efectos también existe desde hace mucho tiempo. Sin embargo las concepciones con respecto al consumo pasaron por varios procesos, a mediados del siglo XIX un investigador inglés considero por primera vez los efectos del alcohol y el abuso del mismo como una enfermedad (Velasco, 1980; 1997) y de esta forma se convirtió en objeto de estudio médico; a mediados del siglo XX paso a ser reconocida como un problema de índole psicológico y se produjeron estudios por parte de investigadores de la mente (Barr, 1999); años más tarde, se decidió que esta enfermedad no sólo era de índole psicológico sino también social, por lo cual, casi a finales de la década de los sesenta, aparecen por primera vez los estudios sociales y culturales acerca del consumo del alcohol (Medina Mora, 1988; Berruecos, 1988).

La aceptación y la permisividad cultural que se da con respecto a la ingesta de las bebidas ya mencionadas esta acarreado un posible problema que abarca a un amplio margen de la comunidad de modo directo y que se amplía de modo

geométrico con el paso del tiempo pero, con este desdibujamiento de los márgenes que limitaban cultural y socialmente el consumo de alcohol, nace en mí una pregunta que es la base de esta investigación, el licor y su respectivo consumo con tendencia al abuso es ¿un aspecto cultural que la sociedad urbana de Popayán esta apropiando cada vez más? o ¿un problema que crece de manera desmedida?, con estas preguntas como base se me facilita la identificación de los sujetos, limitar el margen de consumo que se considera o se consideraba normal en nuestra sociedad y separar en tres grupos (estratos por edades) los posibles sujetos que me colaboraran en mi investigación para identificar hibridaciones culturales que son desconocidas.

El consumo de licores destilados con alto grado de alcohol es casi tradicional en Colombia, ya que inicialmente, en lo que actualmente se considera territorio Colombiano, se consumían otras formas de productos con características desinhibitorias y con alcohol, los productos destilados que se iniciaron a producir en el país de forma semi-industrial se realizaron a mediados del siglo XVII en destilerías y alambiques, algunos de estos de forma licita, produciendo así aguardiente, pero la realidad con respecto al producto es que, se popularizó a tal medida que desplazó otros productos con inferiores e iguales características pero no muy bien vistos por la sociedad. Esto significa, una apropiación del producto y conversión del mismo para adherirlo a las costumbres, festividades, ritos, etcétera, además que, el consumo de estas bebidas se encuentra ligado a casi todos los aspectos de la cotidianidad de las personas; ante la complejidad del tema me centraré solo en dos tipos específicos de licores con alto grado de alcohol, ron y aguardiente, la pertinencia específica de esta investigación radica en la distinción acerca del papel que juegan los licores ya mencionados y su consumo en una comunidad urbana en tres establecimientos específicos de la ciudad de Popayán, ya que son el punto de conjunción de múltiples formas culturales y sociales, en las que las tradiciones y razones para consumir licor se mezclan hasta el punto en que, todas las razones son buenas para ingerir alcohol, además que, estos establecimientos se encuentran muy cercanos entre sí en la ciudad (el centro), se

distinguen claramente los niveles de consumo, el tipo de población que los frecuenta y la predilección de licores que se ingieren (en cada establecimiento el consumo se caracteriza por centrarse en un tipo de licor, ya sea ron o aguardiente; y en uno de estos el consumo varia), por lo tanto los objetivos de esta investigación son:

## OBJETIVOS

### Objetivo General

- Identificar las concepciones socio-culturales que poseen adultos jóvenes (**De 25 a 35 años de edad**) acerca de, el alcohol como bebida con efectos desinhibitorios y su posterior consumo en espacios cerrados.

### Objetivos Específicos

- Identificar los aspectos socioculturales del uso de licores virtuosos, o con alto grado de alcohol, como medio de cohesión social, tomando específicamente consumidores frecuentes de tres establecimientos (**Motivos Video-Bar; Arkano Bar; Taberna Anarkos**) que se encuentren entre una edad promedio de 25 a 35 años de edad.
- Determinar las razones sociales y culturales específicas expresadas por los individuos –excusas- para el consumo de licores fuertes de manera frecuente.
- Identificar de modo cuantitativo y caracterizar socio-demográficamente las distinciones de variables en el consumo de licor (**genero, edad, poder adquisitivo, contexto**).

# CAPÍTULO I

## 1. ESTRATEGIA ANALÍTICA

En este capítulo se desarrollan los elementos analíticos correspondientes a la investigación, realizando brevemente un recorrido por las pautas que han dado paso al análisis desde la perspectiva social sobre el consumo de licores en poblaciones humanas; se tiene la tendencia a centrar dicho comportamiento a comunidades latinoamericanas por sus múltiples similitudes tanto al momento del consumo, como al contexto que rodea el mismo.

### 1.1. Marco Teórico-Conceptual

El presente texto está enmarcado de manera directa a dos tendencias antropológicas, antropología médica y antropología urbana; los conceptos antropológicos primordiales que resaltaré en la investigación son: costumbres, como práctica social arraigada y con aceptación social; modernidad, como cambio ontológico del modo de regulación de la reproducción social basado en una transformación del sentido temporal de la legitimidad; y cambio, como detonación de transición entre estados. En realidad el tema puede poseer múltiples tendencias pero lo relacionare y direccionaré hacia estas; teniendo lo anterior en cuenta, el propósito de este texto es proveer una revisión resumida que trata la perspectiva sociocultural del alcohol en América Latina. Se cita una lista de libros y artículos, tanto de divulgación general como científicos, referentes a los temas que se reúnen en este trabajo, que tratan específicamente, sobre sociedades Latinas.

Dentro de ésta, se incluye a América Central, Sudamérica, México y las islas del Caribe. Respecto de las "*perspectivas socioculturales*", al contexto que abarca lo ideológico, lo evaluativo, lo económico, lo político, lo religioso y otros aspectos sociales y culturales que diferencian a las poblaciones por edades bajo un solo contexto unas de otras, en términos de creencias y de conductas.

Nadie podría poner en duda que el alcohol es la droga más empleada a lo largo de toda la historia de la humanidad con propósitos de "*alterar la conciencia*"<sup>1</sup>. Es, probablemente, la droga más antigua usada para tal fin, la más ampliamente distribuida y, también, la más versátil, sirviendo a veces tanto como anestésico, afrodisíaco, energético, alimento, medicamento y narcótico, en varios contextos, durante milenios.

Es elemental, pero importante, reconocer que el etanol (que por conveniencia, aquí denominaré "*alcohol*"), es un producto natural. La fermentación es un proceso que tiene lugar, en la mayor parte del mundo habitado, en frutas, vegetales, cereales, miel, leche y otras sustancias comunes, sin necesidad de intervención humana. Por tal razón, el alcohol se produce en forma relativamente simple y a bajo costo. Además, se produce a menudo en asociación con alimentos muy nutritivos. Debido a que es rápidamente oxidado en el organismo humano, no es pernicioso cuando se lo emplea con moderación. Por todas estas razones, no es sorprendente que haya sido, a través de la historia, la droga más popular del mundo.

Existe un sentido en el cual uno puede referirse legítimamente a "*estudios sobre alcohol*" como un campo de importante interés para científicos, investigadores, terapeutas, educadores y otros, en una variedad de profesiones y disciplinas académicas. Pero no hay duda que el punto de interés en la mayoría de los "*estudios sobre alcohol*" no es justamente el alcohol en sí, sino que el enfoque está en la conducta relacionada anterior y posterior al consumo.

---

<sup>1</sup> Hipótesis construida desde el desarrollo histórico de la farmacología y retomado en múltiples estudios para delimitar los posibles estados de la psiquis del ser humano.



En vista de la indispensable necesidad de considerar tanto la conducta normal como la anormal, con relación al alcohol, prefiero prestar mayor atención al alcohol y no al alcoholismo. Es cierto que el alcoholismo es un tema muy importante, pero me parece más fructífero considerar el alcoholismo como solamente un aspecto de un campo más amplio que es merecedor de estudio en su totalidad, el alcoholismo puede enfocarse como un aspecto que se relaciona con problemas resultantes del abuso del alcohol.

Mi propósito principal, en parte de este texto, es proveer una revisión resumida de los trabajos que tratan de la perspectiva sociocultural del alcohol en América Latina. Como ya exprese, podría citarse una lista de libros y artículos tanto de divulgación general como científicos, referentes a cualquiera de los temas que se reúnen en este estudio, pero para interés personal, resulta apropiado mencionar solo aquellos que tratan específicamente sobre América Latina.

## 1.2. PERSPECTIVAS SOCIOCULTURALES

Es obvio que los diversos alcoholes pueden analizarse en términos de su composición química ya que, el alcohol etílico, o etanol, es el compuesto activo esencial de las bebidas alcohólicas (su fórmula química es  $C_2H_5OH$ ). Es un líquido aromático y combustible cuya variedad depende sobre todo del tipo de fruta o cereal y del proceso del que se obtiene: fermentación o destilación. Es también importante reconocer que ciertas propiedades físicas de esta sustancia merecen diversos análisis técnicos; además, el alcohol ejerce una amplia gama de efectos sobre cualquier organismo viviente, de modo que otro aspecto del estudio sobre alcohol, trata con bioquímica, fisiología, etcétera. En los últimos años, sin embargo, los investigadores en el campo general de estudios sobre alcohol han anotado, con creciente frecuencia, la importancia de ocuparse de aspectos socioculturales junto con las perspectivas ofrecidas por otras ciencias.

La principal razón para la incorporación de las ciencias sociales a los estudios sobre el alcohol, es el reconocimiento de un hecho que tiene crucial importancia: entre los seres humanos, las actitudes y los valores afectan fuertemente todas las conductas. Esto puede significar que los elementos que componen el complejo sistema social-cultural se ve afectado, no sólo por la decisión de si un individuo beberá o no licor, sino también, por el tipo de licor y que nivel de alcohol poseerá (o no), dónde, cuándo, cómo, en compañía de quién, con qué utensilios y en asociación con qué palabras, gestos, actitudes, etcétera. y -con evidencia creciente- aún -en un grado significativo- cómo será afectado por el alcohol, esto radica en la forma "*simbólica*" de como el consumo de alcohol es percibido y permitido dentro de la sociedad, como aspecto cultural ambivalente –realizando un centramiento forzoso hacia la cultura latinoamericana y específicamente

colombiana-, ya que, se integra a la sociedad como elemento de control social y al mismo tiempo como generador de violencia, puesto que si bien por un lado la antropología ha investigado y descrito positivamente la función de integrador ideológico cumplida por el alcohol y los comportamientos que ello conlleva como la cohesión, la identidad y continuidad del grupo. Por otro lado se puede observar el comportamiento social hacia el alcohol, que generalmente dista mucho de percibirse como positivo por los propios sujetos sociales.

Es interesante que, durante la década de los 90's, este tema haya sido difundido por sociólogos y antropólogos, hasta tal punto que ahora es generalmente aceptado como una de las perspectivas -entre muchas-, que deben tenerse en cuenta en cualquier análisis global o cualquier evaluación sobre el alcohol o el alcoholismo, con referencia a cualquier comunidad, clase, grupo social u otra población humana. La importancia general de las perspectivas socioculturales fue estudiada con especial referencia a América Latina, por Mariátegui (1967), Efron (1969), Bozzoli (1973) y Negrete (1973), entre otros.

Es conveniente, al resumir todo lo que ha sido escrito acerca de las perspectivas socioculturales sobre alcohol en Latinoamérica, tratar las vastas y dispersas fuentes bajo los siguientes rótulos: Epidemiología e investigaciones nacionales. Fases del alcoholismo. Alcoholismo en relación con otras drogas. Prehistoria e historia. La bebida entre diferentes poblaciones. Alcohol y otros aspectos de la cultura.

### **1.2.1. Epidemiología E Investigaciones (internas, de cada país)**

La historia investigativa con respecto al consumo de alcohol cubre un amplísimo espectro, desde la abstinencia a la dependencia, pasando por el uso moderado, excesivo o abusivo; esto, ya que, se trata de comportamientos sociales

generalmente aprendidos –ya que, no puedo englobar dentro de una misma esfera a toda la población-, que habitualmente se inician con experiencias juveniles. El alcohol en su condición de droga (catalogado así según la OMS), está fuertemente enraizado en la cultura y en la economía de numerosos países, como es el caso de Colombia.

Los extensivos métodos epidemiológicos difieren en algunos aspectos significativos de los métodos de investigación más intensivos, que son típicos de la mayoría de los trabajos antropológicos, etnológicos y sociológicos. No obstante, los datos recolectados, son pertinentes para la comprensión de los modelos de conducta y creencias con referencia al alcohol. Sobre la base de tales estudios, a menudo es posible estimar, en términos generales, no sólo normas morales de conducta, sino también la amplitud de la variación en ambos lados de la moda estadística, variación entre sub-grupos dentro de una población (por edad, sexo y a veces, otras categorías socialmente significativas) y varias otras informaciones valiosas.

Una destacada introducción a la importancia de los estudios epidemiológicos, es la de Horwitz (1967); ese trabajo aparece en un importante libro (Horwitz et al. 1967), un compendio del tema, que incluye una serie de breves investigaciones nacionales y también contribuciones temáticas, constituyendo, en conjunto, un verdadero punto de referencia en el desarrollo de los estudios sobre alcohol en América Latina.

Algunos estudios más detallados han sido conducidos posteriormente en varios países: Costa Rica (Chassoul et al. 1970, 1973; Morales et al., 1972); Brasil Owen, (1965); estudios anteriores constituyen presumiblemente, valiosas fuentes para comparación histórica por ejemplo, Almeida (1959) sobre Perú; Araujo (1955) sobre Venezuela.

### **1.2.2. Fases Del Alcoholismo**

Tal como los estudios estadísticos pueden proporcionar información que tiene inesperado valor en términos de perspectivas socioculturales, a veces sucede también que los esfuerzos clínicos con respecto al alcoholismo en los individuos pueden también proveer interrogantes o respuestas imprevistas que son importantes en términos de perspectivas sociológicas. Un buen ejemplo de esto es el análisis de "*estadios*" o "*fases*" del alcoholismo como enfermedad progresiva. Basándose en las autobiografías de una larga lista de miembros de Alcohólicos Anónimos; E. M. Jellinek, postuló una secuencia más o menos uniforme de síntomas en el desarrollo del alcoholismo (citado por Horwitz 1967). Una de las pruebas más convincentes de la importancia de los factores socioculturales con respecto al alcohol, es el hecho de que esta "*secuencia típica*" no ocurre ecuánimemente en la trayectoria vital de los alcoholistas en otras partes del mundo. Es necesario mucho mayor número de evidencias de otras poblaciones, y comparaciones sistemáticas de esos datos. En la actualidad, es digno de mencionar que la evolución del alcoholismo no mantiene la misma frecuencia, o la misma duración de sus etapas, entre los pacientes alcohólicos que fueron estudiados en el Perú (Almeida, 1962) o en Chile (Várela y Marconi, 1952).

### **1.2.3. El Alcohol En Relación Con Otras Drogas**

En el comienzo de este escrito enfatizo que, el alcohol es una de las tantas drogas que han sido usadas por los seres humanos con el propósito de modificar sus estados de conciencia. Durante las siguientes generaciones de pregrado, veremos un gran cambio en la costumbre predominante entre las futuras investigaciones,

de estudiar únicamente el alcohol o únicamente algunas otras drogas en particular. Los problemas que atraen la atención pública son notablemente similares, sea por su naturaleza económica, psicológica, legal, moral, social, u otra naturaleza, con respecto a la gran mayoría de drogas que se usan para modificar los estados de conciencia.

Algunos de los pioneros (clásicos) que realizaron tal investigación integrada, merecen mención. Aunque los detalles de sus interpretaciones farmacológicas y fisiológicas ahora puedan haber perdido actualidad, esos investigadores, al enfatizar la similitud entre adicción alcohólica y otras formas de adicción, han estado básicamente acertados (por ejemplo, Mardones 1957, Liberman 1959, Herrera 1962). Baldus (1950) proporcionó una lista de preguntas como una guía para la investigación sobre alcohol y otras drogas entre la población india, y Cooper (1949), reseñó la literatura etnográfica pertinente para todas las tribus de Sudamérica y el Caribe juntos. Un nuevo intento para tratar las diversas clases de adicciones desde una perspectiva sociocultural coherente, es ejemplificado en el trabajo de Beaubrun (1971), Yawney (1969) y otros, incluyendo investigaciones populares como la realizada en Costa Rica, por William True (et al.).

#### **1.2.4. Prehistoria e Historia**

Es siempre importante, cuando se consideran las perspectivas, tener presente que los modelos actuales, que son en grado sumamente importante, los resultados y productos de un largo proceso evolutivo. Este hecho es igualmente cierto tanto con referencia a la relativamente homogénea, aislada y "*primitiva*" tribu de indígenas. La naturaleza y escala de la historia pueden ser diferentes para cada población humana, pero la importancia de la historia de ciertos grupos para entender el ambiente sociocultural de dicho grupo es incuestionable.

Con respecto a la población de América latina, existen varias fuentes de datos valiosos, tal parece que el proceso de destilación era desconocido a lo largo

de las Américas en la época precolombina (Cooper 1949; Bruman 1944). Las bebidas fermentadas, sin embargo, eran variadas e importantes. Una voluminosa literatura referente a los modelos nativos prehistóricos trata principalmente de América Central y la "zona andina", los dos centros de "alta civilización" en la América precolombina. México ha sido el tema de numerosos estudios (por ejemplo, Beals 1932; Calderón 1968; Genin 1924; Martín 1938); algunos autores han prestado especial atención a los mayas (por ejemplo, Barrera 1941) o a los aztecas (por ejemplo, Gonçalves, s.f.). El antiguo Perú fue estudiado por Bejarano (1950) y Herrero (1940), entre otros.

Durante la época colonial, las fuentes de documentación se multiplicaron, los pueblos nativos eran sometidos a una variedad de nuevas presiones, y los misioneros de Europa traían al Nuevo Mundo sus perspectivas socioculturales extranjeras. Los resultados fueron un nuevo conjunto de "*problemas*" en relación a los licores de los cuales ninguno se había manifestado previamente. Entre algunos útiles y perspicaces resúmenes de información sobre alcohol en América Latina, están los de Mesa (1959), Piga (1942), F. Rojas (1942), U. Rojas (1960) y Ruiz (1939).

### **1.2.5. La Bebida En Diferentes Poblaciones**

A lo largo de la historia moderna (se podría expresar postcolonial) la cantidad y variedad de publicaciones que se refieren a modelos de creencias y conductas con respecto al alcohol se expandieron poderosamente. En ese contexto, parece apropiado mencionar sólo aquellas que tienen al alcohol como su foco de estudio, aun cuando un significativo número de trabajos, más generales, podría también revestir importancia para el tema.

Entre los autores cuyas contribuciones ofrecen valiosas revelaciones con referencia a las perspectivas culturales sobre alcohol en América latina, se pueden

encontrar no sólo antropólogos y sociólogos, sino también dietistas, psiquiatras, geógrafos, etcétera. Obviamente, es importante para profesionales de diferentes disciplinas incluir al alcohol dentro de un contexto más amplio que el previsto por cualquier tratamiento tradicional de cualquier disciplina o profesión singularmente. Algunos estudios sobre modalidades de bebida tienen como límites específicos, jurisdicciones políticas tales como estados, provincias, departamentos, etcétera; tales estudios a menudo proveen información valiosa de naturaleza epidemiológica, pero raramente dan ideas provechosas que puedan ser consideradas en el campo.

En contraste, algunos estudios de la clase trabajadora (como los de: J. Gómez 1914-15; Gutiérrez 1956; Rosenblat et al. 1955), de poblaciones femeninas (Kattan et al. 1973), de los miembros de determinados cultos religiosos (por ejemplo, Leacoc 1964; Bourgignon 1964) o de minorías étnicas tales como los de las Indias Orientales (Angrosino s.f.), nos ofrecen ricas anotaciones sobre valores, actitudes, estratificación, y una variedad de otras perspectivas socioculturales. Este tipo de estudio demuestra cuanta variación puede hallarse con respecto al "rol" del licor con grado moderado y alto en la conducta humana aun dentro de poblaciones urbanas que comparten la mayor parte de sus rasgos distintivos y tienen un mismo espíritu comunitario.

Una variación aun más pronunciada puede hallarse con respecto a creencias y conductas referentes al alcohol cuando se considera otra población que no comparte muchos de los supuestos cosmológicos y tradiciones, tanto históricas como intelectuales. En relación con esto, la literatura etnográfica sobre varias poblaciones indígenas -denominadas comúnmente "*indios*"- es excepcionalmente rica.

Uno de los primeros estudios sistemáticos sobre alcohol en perspectiva sociocultural es aun uno de los más completos. Bunzel (1940) no sólo descubrió los usos y abusos de alcohol en Chamula - México y Chichicastenango - Guatemala, sino que también estableció relaciones entre aquellas pautas y las de



organización social, educación infantil, creencias religiosas, actividades económicas, tensiones psicológicas y otros aspectos del contexto.

Desde entonces, varios estudiosos hicieron trabajos importantes para incluir situaciones locales específicas. Una serie de artículos de Simmons (1959-1968), se ocupan de aprendizaje, ambivalencia, y otros temas en una comunidad peruana, siempre enfocando el alcohol. Lomnitz (1969) continúa analizando la bebida de los mapuches, desde diferentes puntos de vista. La chicha es tratada como un punto crucial de las relaciones interpersonales entre los tarahumara (Kennedy 1963, Zingg 1942), y como un importante componente en la nutrición en los Otomi, también de México (Anderson et al. 1946). Algunos autores enfatizan los problemas que el alcohol ocasiona a los “*indios*” (por ejemplo, Maynard et al. 1965) en Colombia, Rodríguez (1945) en Ecuador, Marroquín (1943) en Perú, y, con referencia a todas las Américas América Indígena (1954) y Oficina Internacional del Trabajo (1953). En contraste, algunos otros autores están convencidos en igual grado del valor positivo de la bebida entre otras poblaciones indígenas (por ejemplo, Mangin 1957-58, Heath 1958-62). Unos pocos esfuerzos ambiciosos para compilar datos de diferentes orígenes, han producido estudios que ilustran la distribución de varias bebidas alcohólicas y costumbres a ellas asociadas (por ejemplo, Cooper 1949, Hartmann 1958-68, Webe s.f.).

Indudablemente, hay otros numerosos y detallados estudios etnográficos que ofrecen valiosas perspectivas en la sociedad sobre el alcohol. Algunas de ellas se mencionan aquí con el objeto de ilustrar la amplitud de las fuentes.

### **1.2.6. El Alcohol Y Otros Aspectos De La Cultura**

Unas de las principales preocupaciones a lo largo de este estudio, ha sido acentuar la importancia que tiene el observar otros aspectos de una cultura, con el deseo de entender el “*rol*” que juega en ella el alcohol, dentro de un cierto ámbito.

Varios autores han tratado, en esos términos, diversos aspectos culturales. A lo largo de una discusión sobre psicología en Perú, Caravedo et al., por ejemplo (1963) hacen frecuente referencia al alcohol y al alcoholismo; y al examinar diferentes comunidades peruanas, varios autores han tomado al alcohol como el centro de estudio (por ejemplo, Simmons, 1959-68 Holmberg 1971; Doughty 1971). El alcohol provee de un valioso medio para una mejor comprensión de las relaciones interétnicas en algunas regiones (por ejemplo Heath, 1971, en Bolivia; Sayres, 1956 en Colombia). Las interrelaciones con el folklore están enfatizadas entre otros, por Mariani (1964); los vínculos con el lenguaje son vívidamente demostrados por Bambaren (1973) y la relación con otras formas de comunicación por Adis Castro (1973) y Marconi (1969). Hasta las diferencias entre los modelos típicos de brujería y asesinato en dos comunidades "indias" mexicanas han sido correlacionadas de manera muy convincente con las diferencias en las pautas de bebidas de ambas (Viqueira y Palerm 1954). La religión y la cosmología también están íntimamente vinculadas con las creencias y conductas acerca del alcohol (por ejemplo, Madsen y Madsen 1969; Kearney 1970; Leacock 1964).

Sería incorrecto imaginar que las culturas "*primitivas*" no sufren cambios, aun cuando tal creencia es popular. Por el contrario, es importante reconocer que la historia de cualquier pueblo es una crónica de los cambios que han sufrido, y ninguna población humana carece de su propia historia. En años recientes, una de las preocupaciones de las ciencias sociales era describir y comprender esos cambios en menor escala. Con respecto a las pautas de bebida, los cambios han sido descritos y analizados en varias situaciones. En Chile, Lomnitz (1969) estudió la migración mapuche a las ciudades; en Bolivia, Heath (1965-71) estudió el impacto que una "*revolución*" tenía con respecto al alcohol en diferentes pequeñas comunidades.

La importancia de las perspectivas culturales y sociales ha sido reconocida durante muchos años por muchos de quienes consagraron su atención a estudios sobre el alcohol en relación con el comportamiento humano. Desde mediados del

siglo XX tales perspectivas han sido aplicadas, con creciente frecuencia, a investigaciones emprendidas en América Latina por profesionales de diversas disciplinas, incluyendo no sólo las ciencias sociales.

Las investigaciones epidemiológicas de las distintas naciones a menudo ofrecen resultados sobre las perspectivas social-culturales, aunque tales conclusiones no son más que accesorias para sus fines. De manera similar, los trabajos clínicos demuestran a menudo, la importancia del contexto sociocultural, como puede verse en las discusiones acerca de los "*estadios*" o "*fases*" en el desarrollo del alcoholismo como una enfermedad. Sea cual fuere el valor que tenga el tratar de entender la amplitud de la conducta humana en lo que ella afecta al alcohol y en lo que es afectada por el mismo, el valor del conocimiento científico aumenta en la medida en que se hace posible considerar al alcohol en relación con otras drogas, que son usadas a menudo para propósitos similares.

Los estudios modernos que enfatizan las perspectivas socioculturales, normalmente incluyen estudios de varias poblaciones que ilustran pautas contrastantes. Ejemplo de ello es, algunos grupos religiosos, como grupos de inmigrantes y, en algunas naciones, comunidades aisladas con características distintivas indígenas o de otros tipos. En tales poblaciones minoritarias, es dramáticamente evidente que, no sólo los poderes de ingestión y uso alcohólico varían, sino que las variadas formas, funciones, sentidos, usos e interpretaciones de los licores están íntimamente unidos con otros aspectos de la cultura, tales como la organización social, la filosofía, la psicología, la economía, la tecnología, la comunicación, el folklore y aun la brujería.

Los trabajos acerca de perspectivas socioculturales sobre el alcohol han aumentado rápidamente y también han madurado en unas pocas décadas. Es de desear que una apreciación de la importancia fundamental de las perspectivas socioculturales sea actualmente reconocida por todos aquellos que trabajan en el campo del alcohol y el alcoholismo. Y también es de esperar que todos los procesos investigativos que logren nueva información en ese sentido contribuyan

con su aporte a este relativamente nuevo, pero importante e interesante, cuerpo de teoría y dato.

### **1.2.7. Lo ideológico**

Para dilucidar los elementos que pueden comprender la parte ideológica, con respecto al consumo de licor en la población, considerare una ideología como un sistema social, puesto que es compartida por los miembros de un grupo o sub-cultura, esto, ya que su conducta puede controlarse por dicha ideología, y además, porque según lo observado, las ideologías se adquieren y se cambian, de manera característica, dentro de contextos sociales (tan simple como un grupo de amigos, hasta, familia, iglesia, partido político, etcétera).

De forma tradicional, un sistema ideológico está relacionado con las cuestiones socialmente relevantes (institucionales), tales como lo político, la religión, arte o educación. Por lo general, no decimos que tenemos una ideología acerca de la cerveza, el aguardiente, el ron o los bares, sin embargo, indirectamente, tales insignificancias pueden estar afectadas por creencias ideológicamente relevantes. En otras palabras, las ideologías están relacionadas con amplios dominios de nuestra vida social, por lo tanto organizan muchas de nuestras actividades y muchos de nuestros pensamientos. Más específicamente, afectan los aspectos socioeconómicos de la vida en comunidad, como el poder, los intereses, e inclusive, el trabajo. Del mismo modo que otros aspectos de los sistemas sociales, una ideología está organizada con una formación jerárquica; no es simplemente una serie arbitraria de propuestas reales –como el licor le gusta a la gente-, sino de proposiciones que están asociadas de varios modos: de lo general a lo particular en cuestiones de grupos, en tanto que esas secuencias pueden, ellas mismas estar relacionadas, por ejemplo, condicionalmente. Hablando en términos cognitivos, o dicho de una forma mas simple, de experiencia, una ideología es también compleja: no sólo consiste en conocimientos y creencias sino también en

opiniones y actitudes, y si a esto le añadimos los ordenes sociales, se complejiza aun más. Por esto, se podría expresar que, es un sistema de actitudes con una formación lógica para la sociedad, o grupo, en la que se encuentra presente, el conocimiento, las creencias y las opiniones, estando organizadas de una forma coherente.

Un sistema ideológico basado en el consumo del licor, se relaciona de forma directa a las actitudes de la población, debido a su naturaleza general, puesto que no sólo organiza las creencias y opiniones, existentes sino que al mismo tiempo es un instrumento para generarlas. En otras palabras, una ideología es una herramienta, para interpretar el mundo por un lado y para actuar en posibles elementos de la vida social llamados moda.

Ahora y por lo consiguiente las apreciaciones se logran realizar desde la dualidad básica de la sociedad hacia bebedores/borrachos y abstemios, lo malo y lo bueno, el resultado es que no hay una relación directa entre el que un personaje sea borracho y se tenga una valoración negativa del mismo, o que la abstinencia siempre vaya paralela de elementos positivos; con esto, una perspectiva inversa demuestra que no se elogia a un ebrio o se habla mal de un abstemio en la sociedad considerada joven actualmente. Es verdad que en algunas ocasiones puede inferirse una opinión positiva del licor, apoyada, según algunas consideraciones, en concepciones populares que evidencian sus cualidades como correctivo o de que un uso moderado es un estimulante hacia elementos, por sobremanera, sociales (licor como lubricante social), aunque también se recoge la perentoriedad de sus efectos.

Y por otro lado, la interpretación negativa con respecto a los atributos asignados a la abstinencia. Así, el licor es malo porque no se identifica con la virtud en general, porque no permite el control de las pasiones, ni la moderación del mismo, ni el respeto de la ley, ni la rectitud, porque no eleva el espíritu, porque elimina el temor de Dios –esto teniendo en cuenta las posiciones religiosas de la sociedad- y favorece la frivolidad; realizando un análisis somero luego las deducciones efectuadas sobre los episodios de crítica con respecto al licor, como producto de

consumo, se comprobó que, de forma racional, éste se opone a la existencia de una vida recta, a espiritualidad, a orden social y político, a seriedad, a castidad, a gobierno, a control personal. La posición ideológicamente negativa hacia el producto en cuestión es coincidente a la opinión negativa del mismo: el licor sin importar su cantidad es malo intrínsecamente, porque cualquier forma en que sea consumido, se produzcan o no excesos, tiene consecuencias sobre la moral, sobre su capacidad de reacción y de gobierno del ser. Si todo lo reducimos a pocas palabras, beber es pecado bajo la ideología conservadora de la población porque desobedece una prohibición religiosa, y no está permitido porque es la ruina de la persona.

En conclusión –y para no ahondar mucho mas en el tema-, la ideología hacia el consumo del licor y sus respectivas repercusiones, se encuentra viciadas por los pormenores que la sociedad arraiga hacia los elementos descriptivos, por ende, la dualidad del producto (el licor) da como resultado la manifestación de componentes en contraposición; por un lado, los elementos asociados de forma directa a la ingesta del licor y sus repercusiones positivas, tanto para para la persona como para el medio social, o contexto, en el que se da este hecho; y por otro, la posición ideológica estructurada por elementos tradicionalistas de la misma sociedad, que asocian el consumo de licor con una serie de consideraciones negativas, mientras que el abstemio es una forma modélica desde el punto de vista moral e inclusive religioso.

### **1.2.8. Lo económico**

En el ámbito económico general, el consumo de licor es una de las industrias más importantes, a nivel global, aunque resulte paradójico, puesto que en la actualidad no existe una línea demarcada que distinga entre consumo de licor a nivel

comercial local y/o global. El mundo es visto por la economía como un gran mercado de negocios, en el que abiertamente, en casi todas las naciones del mundo, la venta y el consumo de licor es completamente legal –es una de las pocas drogas legales-; el proceso acelerado de dispersión de mercancías a lo largo y ancho de los territorios, deja la clara muestra en el que la eficiencia del comercio a des-exotizado gran parte de productos, entre ellos los licores, que antes eran vistos como elementos foráneos y convirtiéndolos en, productos simplemente globales, ejemplo simple de ello es: el champagne, el wiski, el vodka, el tequila, la cerveza, etcétera. No obstante todos y cada uno de los productos que circulan llevan consigo nuevas cargas de significado, ya sea que se distinguen por sus atribuciones étnicas, regionales, o de clase social; o bien hay una suerte de identidad descontextualizada y universalista en algunas de las bebidas, por ende la sociedad tiende a darle un valor de acuerdo con la moda, la innovación, los nuevos sabores, el movimiento de los productos en la comunidad consumidora global termina creando y recreando nuevas y diversas identidades, dando por consiguiente y para la comunidad, un valor social-económico extrínseco al licor, dependiendo de la percepción del consumidor y del producto ante la comunidad.

La antropología económica ha prestado atención especial al consumo como la base de muchos procesos sociales, el licor como uno de los elementos más preponderantes dentro de los medios. Se ha formulado diversas preguntas sobre los bienes de consumo y drogas, tanto legales como ilegales, entre ellas destacan las siguientes: Bajo qué condiciones se producen los bienes categorizados como globales, quiénes son los agentes sociales encargados de distribuirlos, cómo se estructura la relación entre la producción, la distribución y el consumo, cuál es el valor y significado que les atribuye el consumidor, cómo esto ha cambiado con el tiempo, puede el consumo de dichos productos incidir en la generación de nuevas identidades, pueden los individuos mantener prácticas de consumo que no hayan sido inducidas por los medios masivos de comunicación y las migraciones internacionales; con esto, la antropología ha dado cuenta de la formación de un número no determinado de relaciones y sistemas sociales, de sus múltiples

asimetrías, de la incorporación de diversas redes de relaciones y procesos, así como de los elementos culturales que acompañan a la acción social del consumo. El centrar la atención en este tema aplica ante la afirmación que expresa: “*las actividades y las relaciones en el mercado en la cuales la sociedad adquiere y consume, son más importantes que sus actividades y relaciones en las empresas en las que trabajan y producen.*” Carrier y Herman (1997)

El interés naciente a los elementos de consumo en la antropología puede dirigirse de forma directa al siglo XX, y –con cierto recato- ligarse al texto “*La Distinción*” de Pierre Bourdieu (1984), en el que existe un centramiento hacia la construcción de significados en el ámbito específico del consumo, además de las redes de producción-distribución-consumo, pero ¿todo lo anterior como aplica para el proceso de la investigación?, la lógica del consumo, esta ligada de forma implícita a las transformaciones en el comportamiento del consumo, ya sea de productos habituales, o de bebidas alcohólicas –que ya prácticamente es un producto habitual para la sociedad en estudio- desligando los aspectos culturales de la sociedad y ubicándolos, por medio de nuevas articulaciones, hacia el proceso de consumo básico, como necesidad para la aceptación dentro de la misma, y por ende, adentrando a la sociedad –valga la redundancia- dentro de una suerte de capitalismo local, que realiza una desestructuración social paulatina y agudiza el fenómeno de consumo de licor dejándolo inmerso de la categoría de problema social, que afecta en gran medida el carácter de estabilización de la economía interna de cada sociedad, realizando una re-estructuración y convirtiendo el consumo de licor en “*un estilo de vida*” formado por preferencias de los sujetos dentro de una economía de mercado.



### 1.2.9. Lo político (parámetros legales)

En la categoría de lo político sobre el alcohol, se puede deducir, teniendo en cuenta el proceso constitucional de la nación colombiana como las decisiones tomadas por los gobiernos y sus legisladores, mediante leyes, reglas y reglamentaciones relacionadas con el alcohol, la salud y el bienestar social,

*“El propósito de las políticas sobre alcohol es servir a los intereses de la salud pública y el bienestar social, a través de su impacto sobre determinantes sociales y de salud, como los patrones de consumo, los entornos de ingesta y los servicios de salud disponibles para tratar a los bebedores con problemas.”* (Babor., 2007);

pero este tipo de políticas, además de efectivas, se supone que deben de servir al bien publico, reduciendo los grandes costos y sufrimientos relacionados con el uso del alcohol, pero ¿bajo esta perspectiva no se estigmatiza las bebidas alcohólicas y su consumo?, la respuesta simple, es positiva con respecto a la visión política de consumo y la categorización de los licores como problema; a continuación realizare una listado breve con los paliativos que buscan mitigar y objetivizar el producto como un elemento, de venta y producción en la nación.

- Edad mínima legal para comprar y consumir alcohol: en todo el territorio nacional colombiano se aplica la ley 124 de 1994 de la C.N.C (Constitución Política de Colombia), que a su vez deroga la ley 30 de 1986, capitulo tercero (3), articulo 14 de la C.N.C, el cual expresaba que *“Las bebidas alcohólicas y los cigarrillos o tabacos sólo podrán expendirse a personas mayores de catorce (14) años”*, y fue cambiada por, *“Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad”* (articulo 1°), la cual además añade en su articulo segundo (2°), *“El menor que sea hallado consumiendo bebidas embriagantes o en estado de beodez, deberá asistir con sus padres o acudientes a*

*un curso sobre prevención del alcoholismo al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar o a la entidad que haga sus veces.”; con esto dejando explícito que la edad mínima para la compra y consumo de bebidas embriagantes tanto en Popayán, como zona urbana, como en el resto del territorio nacional es, y será mientras la ley este vigente, de dieciocho (18) años de edad como mínimo, pero, y como se ha demostrado, estas leyes no siempre son aplicadas a la población civil por parte de las entidades encargadas de hacerlas cumplir y mucho menos por familias o comunidades, en donde los elementos tradicionales dicta el inicio del consumo de licor a una edad temprana, como elemento simbólico o ritual de paso<sup>2</sup>.*

- Restricciones sobre la disponibilidad de bebidas alcohólicas: en Colombia las restricciones a nivel nacional se dan por medio de monopolios estatales para licores destilados, esto se da forma mas precisa al observar que cada departamento (como el Cauca) posee una industria licorera, pero a su vez, no posee ningún impedimento para expender y/o almacenar sus productos dentro de otros departamentos (como la industria licorera de caldas que vende y almacena licores en distintos departamentos, como el Cauca), esto da un abastecimiento continuo e incontenible en cuestiones de licores; por otra parte, los licenciamientos para la producción, almacenamiento y venta, también poseen unas características nacionales, pero los condicionamientos de los mismos son departamentales y se adecuan a lo que establece el alcalde y/o gobernador, ya sea por ciudades o departamentos, esto claro esta para establecimientos legales.

Además, se puede –aunque no es el caso para esta investigación, pero si se debe tener en cuenta- expresar abiertamente que las producciones y/o destilerías también se dan de forma ilegal, pero este ámbito posee la característica de tradición en poblaciones aisladas y/o en periferias por sobremanera.

---

<sup>2</sup> Para ampliar esta información con datos más precisos sobre la presente investigación, ver tabulación de pregunta 1 y 2 de la encuesta realizada, pagina 107 y 108.

- Restricciones sobre la venta al por menor: este elemento esta mas dirigido a los gobiernos departamentales que pueden restringir los días, las horas y los lugares en donde se puede vender licores, mientras no este en contra de las leyes que rigen al país; las restricciones básicas que, según la ley, aplican al departamento del Cauca son, horario de atención, dependiendo de la razón social del establecimiento, como tienda, estanco, taberna, granero, etcétera; restricciones en fechas especiales, ejemplo de ello: semana santa, elecciones de gobernantes, etcétera; tipos de licores permitidos para la venta, esto solo se da en eventos especiales patrocinados, en donde el patrocinador es alguna empresa licorera; razones de orden publico, esto se da tanto es zonas rurales como urbanas; edad para el ingreso y la venta de licores, edad establecida en la C.N.C. Todas las restricciones ya mencionadas, y otras que varían según el representante electo democráticamente, dependen de las entidades encargadas del orden publico para su cumplimiento.
- Precios e impuestos: Los licores en Colombia son sometidos a una tributación que consiste en tres modalidades de impuestos indirectos: ventas, consumo y arancel.

*Las tarifas de estos impuestos dependen de un amplio número de variables, tales como:*

- *Procedencia geográfica en general (nacional o importado),*
- *Procedencia por tipo de país (existencia o no de acuerdos bilaterales – ALADI y Perú- o multilaterales -ALADI, G3, Comunidad Andina de Naciones, CARICOM),*
- *Grado alcoholímetro,*
- *Calidad de la bebida (whisky añejo versus whisky estándar),*
- *Tipo de bebida (ron versus sabajón, por ejemplo),*
- *Nivel de valor agregado (mosto de uvas versus vino de uvas, por ejemplo),*

- Si se importa o no a granel,
- Si se vende en el territorio propio donde se ejerce el monopolio o se vende en otros territorios,
- Si se cobra el impuesto de ley o la participación porcentual del monopolio, entre las principales consideraciones.

(Fuente: <http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/LOS-IMPUESTO-A-LOS-LICORES-EN-COLOMBIA-TEXTO-FINAL.pdf>)

Por ende, los precios a la comunidad en general se encuentran en una variable constante, puesto que y como es histórico, el precio de venta está ligado a factores externos al producto, como el medio, la moda, nivel de consumo; y las festividades o rituales relacionados de forma directa a la ingesta de bebidas alcohólicas.

- Publicidad y patrocinio: como es muy bien sabido, la publicidad y el licor, como producto, están unidos y presentes en muchos de los eventos considerados populares, pero ¿las medidas coercitivas ante la publicidad y el patrocinio tienen algún efecto?, para poder responder, debo remitir el texto de forma directa hacia las leyes que aplican a la nación, las cuales, por medios constitucionales dejan un vacío legal para el tema -interesante-, puesto que la única ley que regulaba esto era, el artículo 19 ley 30 de 1986 de la C.N.C. que expresaba textualmente lo siguiente:

*“Las estaciones de radiodifusión sonora, las programadoras de Televisión y los cinematógrafos, sólo podrán transmitir propaganda de bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabaco en los horarios y con la intensidad que determine el Consejo Nacional de Estupefacientes, previo concepto de su Comité Técnico Asesor. El Ministerio de Comunicaciones velará por el cumplimiento de esta disposición.”*

Como se observa en el texto citado, no existe inclusión legal para los elementos escritos, tales como periódicos, revistas, vallas, pasacalles, etcétera, y aplica una forma parcializada de ley, pero al ser este artículo

derogado en el 2005, se dejó un vacío, el cual intentó llenar la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión (C.N.T.V) que reguló la publicidad de cigarrillo, tabaco y licores, a horarios y programas específicos, esto –y para no alargar más el tema- fue seguido por las radiodifusoras y demás medios para la comunidad, pero la parcialidad siguió siendo una constante, no solo por cuestiones de productos, sino para las empresas como elementos corporativos.

El patrocinar eventos es algo benéfico para la industria de los licores y por razones múltiples: mueve intereses políticos y la industria es vista como un “*buen ciudadano*” corporativo; salva diferencias culturales en el mercado local y nacional (invierte en, o capitaliza, los eventos y marcas locales favoritas); formula alianzas estratégicas (con proveedores, distribuidores y otros grupos importantes); permite la explotación de mercados poco desarrollados (que responden a las técnicas de desarrollo departamental); y deja afuera a otros competidores; por ende y visto desde esta perspectiva, la publicidad del alcohol –distintos licores con características embriagantes- es una constante que prevalece dentro de la sociedad y es vista con buenos ojos por los elementos políticos departamentales y nacionales.

#### **1.2.10. Lo religioso**

La religión de forma trascendental a estado presente en la historia de las comunidades desde tiempos inmemoriales, por ende, la influencia de la misma se da desde diversos puntos hacia las decisiones que una comunidad lleva con respecto a su vida social, produciendo, muchas veces, desviaciones con relación a los deseos de las sociedades, como individuos con características instintivas de

complacer sus deseos, en este punto es en donde se entrelaza el licor, el deseo y la religión, este ultimo como agente regulador del orden social, pero ¿Cómo afecta esto a la ciudad de Popayán, su cultura y sus tradiciones?, intentare responder de forma breve –aunque esto será complicado- a esta interrogante.

La ciudad de Popayán desde su fundación, certificada por el escribano Francisco Polanco en 1605 (cultura general de los que crecimos en esta ciudad), expresa de forma directa la fe católica como elemento regidor del pueblo que allí habita, siendo así una población, desde sus inicios como ciudad, católica, que se tutela bajo los mandatos que la religión y los representantes de la iglesia católica, dictan hacia el *“deber ser”* de los ciudadanos; los elementos prohibicionistas se encontraban en apogeo para la época, puesto que los nuevos regidores debían imponer como ser un verdadero católico, fiel sirviente de la iglesia y de Dios, conllevando por consiguiente que todo aquello que produjese estados desinhibitorios en el ser, alma y cuerpo, estuviesen vetados para la población del *“común”*, esto por ser visto y catalogado por la iglesia como, *“un atentado contra la moral e integridad del ser”*, percepción que continuo y trascendió por la historia de la ciudad que además, con el transcurrir del tiempo sumo comunidades religiosas – como los salesianos, jesuitas, franciscanos, betlehemitas, etcétera- y como resultado, hoy en día Popayán posee el mayor numero de templos católicos por habitante y por consiguiente, un poder imponente de la iglesia católica y sus representantes.

La iglesia católica es un elemento representativo de la ciudad de Popayán hacia el mundo, puesto que uno de los símbolos que más se destaca en la ciudad es su *“semana santa”* que, por tradición -se supone- recuerda al mundo y los feligreses católicos la pascua, el recogimiento, la humildad que debemos tener ante Dios y su hijo, por esto, y mas cosas, la ciudad de Popayán conmemora una vez al año este evento que atrae a un sin-numero de personas, tanto del país como extranjeros que buscan no solo el atractivo de la ciudad, sino también, encontrarse con la fe, pero ¿estos elementos cumplen con su propósito?, según lo observado –yo Carlos Julián Muñoz G.- la semana santa en Popayán es una

tradicional fecha de comercio, de interacción social, símbolo que reúne a las personas alrededor de eso llamado procesión, en donde los jóvenes sobresalen por llevar sus mejores galas, para atraer al sexo opuesto, o al mismo sexo según sea el caso, donde los ladrones buscan una buena víctima, y los bares, estancos y demás establecimientos, reportan un aumento en las ventas<sup>3</sup>.



Fotografía 1: Guía de semana santa 2013.  
Tomada el: miércoles 13 de marzo, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.

Las calles del centro de la ciudad de Popayán se convierten en el espacio predilecto para integrar relaciones, en donde por supuesto, el licor se encuentra presente en todos los eventos de la semana, siendo inclusive, la industria licorera del cauca uno de los patrocinadores oficiales y principales de las actividades de la semana santa, estando de forma muy directa en la cartilla de actividades donde se muestran los horarios e imágenes de los pasos de Jesús, así que ¿actualmente la iglesia católica y su semana mayor ya no ejercen el control social que se daba antes?, la verdad no, la desintegración de los elementos sagrados en la religión demuestran que los procesos sociales continúan su desarrollo y evolución, dejando sin división las consideraciones de sagrado y profano –siendo el licor un elemento profano-, convirtiendo a los elementos desinhibitorios legales en una

<sup>3</sup> Para ampliar esta información con datos más precisos sobre la presente investigación, ver tabulación de pregunta 10 de la encuesta realizada, pagina 118.

amalgama de la sociedad, la religión y las tradiciones, dejando claro que el licor, es un elemento mas que se proclama como vencedor dentro de una cultura, como un “*buen ciudadano*”; no obstante no se puede negar por completo la incidencia que la religión católica posee frente al consumo de licor en los jóvenes adultos, puesto que es una característica aprendida el autocontrol con respecto al consumo de licor, la intensidad religiosa y la frecuencia en que la persona como elemento de una comunidad-contexto social, se encuentra de forma directa con las tradiciones católicas en fechas no especiales, siendo esto una relación positiva para la persona entre licor y religión católica, pero, teniendo en cuenta la parte que ocupa la religión dentro de la cotidianidad de la persona y de la comunidad que frecuenta.

Las perspectivas con respecto a la religión no solo abarcan los elementos del catolicismo, puesto que en la ciudad actualmente la multiplicidad de expresiones religiosas son un elemento del diario vivir, los nuevos controladores sociales son las ramificaciones del catolicismo, (como las iglesias evangélicas, los pentecostés, los mormones, los testigos de jehová y demás) siendo sus feligreses los mas adeptos a consagrar y delimitar lo prohibido de lo permitido por las leyes de la biblia, mi atención se centra en la percepción exteriorizada de los limites que se deben tener en cuestiones como el consumo de licor, puesto que la consagración de la religión y la fe es muchas veces vista como la panacea de los males y las tentaciones del ser, pero ¿Cómo la influencia de la religión evangélica afecta mas a la sociedad?, la respuesta a este interrogante es simple, la continuidad y la frecuencia de la población hacia la religión consagra de forma mas precisa los valores y las reglamentaciones que deben seguir, dejando como elemento trascendental el aprendizaje social y el desarrollo de los valores en contextos controlados, regulados y autorregulados.



### 1.2.11. Otros aspectos sociales y culturales

El contexto actual del mundo, de Colombia y de la ciudad de Popayán –para ser específico- esta compuesto por un compendio de elementos y rasgos culturales que forman, y deforman, continuamente lo que habitualmente se considera “cultura”, para la importancia del texto tomare dos definiciones ampliamente aceptadas del concepto cultura, como base para la creación de un concepto aplicable a la ciudad de Popayán y que sea aceptado por la población patoja, inicialmente tomare la enunciación de Taylor publicada en el texto “*Primitive Culture*” que expresa lo siguiente, con respecto al concepto:

*“...aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre. La situación de la cultura en las diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre.”* (Tylor, 1977: 29)

Y la segunda definición que consignare en este texto viene por parte de la religión católica, que como elemento de tradición en la ciudad de Popayán es tomada muy en cuenta, aunque en realidad no se sepa de su existencia de forma precisa, parafraseando una entrevista informal –mas una charla- realizada al padre Amado en la iglesia la milagrosa en agosto del 2007 expreso que:

*“...esta se dio en el concilio vaticano II, convocado por el papa Juan XXIII y anunciado el año 1959, en el que una de sus prioridades era, adaptar a la iglesia católica a los cambios sucedidos en el mundo”, por ende para cumplir con uno de sus objetivos “se convoco a la mayor cantidad de curas para uno de estos actos, teniendo en cuenta la diversidad...”*

De esta forma se dio una de las definiciones de cultura, la cual expresa:

*“Con la palabra cultura se indica, en sentido general, todo aquello con lo que el hombre afina y desarrolla sus innumerables cualidades espirituales y corporales; procura someter el mismo orbe terrestre con su conocimiento y trabajo; hace más humana la vida social, tanto en la familia como en toda la sociedad civil, mediante el progreso de las costumbres e instituciones; finalmente, a través del tiempo expresa, comunica y conserva en sus obras grandes experiencias espirituales y aspiraciones para que sirvan de provecho a muchos, e incluso a todo el género humano.” (Constitución dogmática Gaudium et spes, 1965: 53)*

Con estas dos definiciones como base, se puede expresar que, en Popayán la “cultura patoja” se compone por el compendio de tradiciones, un proceso de aculturación en sus inicios, una tendencia de dirección postfigurativa, y con un orden entre lo estructural y lo tópico; pero ¿Qué quiero decir con esto?, que la “cultura patoja” esta basada en, la tradición católica, con un orden de estructura europea que se ha mantenido por medio de la adaptación, que además tiene la tendencia a repetirse en el transcurso de la historia de la ciudad, con una consistencia en ideas, símbolos y/o comportamientos, modelados o pautados e inter-relacionados, dando una identificación a la ciudad dentro de las poblaciones de Colombia, por su historia y no por su presente. Entonces ¿Cuáles son los otros aspectos sociales y culturales que influyen en el orden de la investigación?, simple, son todos aquellos elementos de las tradiciones culturales que se encuentran acompañados por el licor, tales como, ritos de paso, las muestras simbólicas de estatus, ferias y fiestas, pasando por el licor como lubricante social, como elemento representativo-identitario del género masculino –heredado de padres a hijos-, hasta llegar a los modismos actuales en los cuales la rutinización y la ritualización del consumo del licor, son elementos aceptados e inclusive necesarios, no para todos los componentes de la sociedad, pero si para gran parte de ella, por sobremanera para los jóvenes adultos (entre 25 y 35 años de edad) y esto sin importar enfrentar un “autismo social” al cual se pueden exponer, pero si tenemos en cuenta la ambivalencia del licor, también se puede expresar la doble

moral del consumo, en donde la comunidad adulta joven consumidora propugna por un lado valores sociales (defensa de los derechos humanos, tolerancia, solidaridad, etcétera) y los real y personalmente perseguidos (búsqueda de bienestar, éxito social, seguridad, diversión, mantenerse y ser, o parecer, joven) por medio del consumo, inclusive desmedido, de licor, buscando una felicidad que muchas veces termina siendo un colmo de la misma.

A continuación realizare un breve listado con respecto a los elementos sociales y culturales mencionados en el anterior párrafo y aceptados por la sociedad patoja, que a su vez, son elementos de la identidad y cohesión de la población local.

- Ritos de paso: los ritos de paso mas representativos dentro de la sociedad patoja son; generalmente los cumpleaños, pero en los que se nota mayor consumo de licor por tener una trascendencia mas elevada para la sociedad son, el primer año de vida de un hijo o hija, el cumpleaños numero 15 de las hijas, el cumpleaños 50 en los adultos y en algunos casos, el cumpleaños 70; los bautizos, por lo general estos eventos están acompañados de una celebración, o fiesta, en la cual se ofrece licor a los adultos –y a algunos menores de edad también- y puede extenderse por largo tiempo; primera comunión, este, al igual que el anterior rito tiene mucho que ver con la religión católica y aunque es un rito específicamente para menores de edad, la celebración católica esta acompañada de licor (la sangre de cristo) y posteriormente al rito se acompaña con licor a todos los adultos presentes, inicialmente como acompañante –o sea, con licor bajo en contenido de alcohol-, luego se pasa a una situación mas festiva, que se acompaña con licores mas virtuosos –o sea, con licor con alto gradaje de alcohol-; matrimonio, este evento es una festividad, no solo en Popayán, sino en muchas partes del mundo, en el que se celebra de forma ostentosa la unión entre dos personas, la ostentación pasa por la comida y llega hasta brindar licor en grandes cantidades a los invitados; fallecimiento de una

persona o ser querido, este es uno de los ritos en donde es mas característico observar a las personas en estado de embriagues absoluta, puesto que, como excusa del dolor del ser perdido se consume licor en grandes cantidades, ya sea para conmemorar su paso hacia el cielo o en conmemoración a las virtudes del fallecido<sup>4</sup>.

- Muestras simbólicas de estatus: en la sociedad en general, el derroche y la abundancia son un símbolo de poder adquisitivo, de capacidad y esto a su vez representa las capacidades de la persona que regala, obsequia o consume; en el caso de los licores, el consumo de los mismos posee una doble representación en las sociedades latinas populares, (1) el tipo de licor que se consume, muchas veces, tiene mas valor simbólico ante la sociedad que el mismo hecho de consumirlo, esto se da por las marcas del mismo, que expresa de forma abierta, el valor económico que se invierte para el consumo de este elemento puramente festivo, por esto es mucho mas vistoso tomar y/u ofrecer wiski de algunas marcas determinadas, que aguardiente, a pesar que este ultimo sea mas aceptado entre la comunidad; y (2) el nivel de alcoholemia que logra soportar el individuo, sobre todo si es hombre –aunque las mujeres también toman-, puesto que es un indicativo de masculinidad dentro de la comunidad, todo lo anterior aplica a la sociedad patoja<sup>5</sup>.
- Ferias y fiestas: en este punto se deben tener en cuenta tanto las fechas de independencia de Colombia y fechas patrióticas o también conocido como días cívicos nacionales (1 de mayo, día del trabajo; 20 de julio, independencia de Colombia; 7 de agosto, batalla de Boyacá; 12 de octubre, día de la raza; 11 de noviembre, independencia de Cartagena), fundación

---

<sup>4</sup> Para ampliar esta información con datos más precisos sobre la presente investigación, ver tabulación de pregunta 10 de la encuesta realizada, pagina 118.

<sup>5</sup> Para ampliar esta información con datos más precisos sobre la presente investigación, ver tabulación de pregunta 15 de la encuesta realizada, pagina 126.

de Popayán (13 de enero, pero el día varia para comodidad de la ciudadanía), días de santos (6 y 7 de enero, epifanía o día de los reyes magos; en el presente año -2013- 24 de marzo domingo de ramos; 19 de marzo día de san José; en marzo, jueves santo, viernes santo y domingo de resurrección, que se encuentran dentro de lo que se conoce como, semana santa; 9 de mayo, la ascensión del señor; 30 de mayo, corpus Cristi; 7 de junio, sagrado corazón de Jesús; 29 de junio, san pedro y san pablo; 15 de agosto, la asunción de la virgen María; 1 de noviembre, día de todos los santos; 8 de diciembre, día de la inmaculada concepción; 25 de diciembre, día de navidad.), como días festivos decretados por causas externas a las tradiciones (ferias y fiestas de Pubenza en Popayán, antes conocida como fiesta de blancos y negros); eventos deportivos importantes (partidos de futbol) los cuales tienen fechas variables; a todo lo anterior se debe sumar que, departamentalmente existe un listado bastante extenso que da fe sobre todas las ferias y fiestas que se celebra dentro del territorio colombiano, demostrando que, la confabulación entre los elementos católicos y sociales se encaminan al punto de, cualquier día es optimo y se puede decretar como tal, para que la sociedad posea una razón mas para festejar con los acompañantes tradicionales dentro y fuera de la ciudad<sup>6</sup>.

- Licor como lubricante social: la sociedad payanesa, y en gran parte, del sur occidente de Colombia, usa el licor como un aperitivo, casi obligado, para entablar distintos tipos de relaciones inter-personales, ya sea conocer de forma intima a una persona, o simplemente entablar una conversación para conocer a una o varias personas, ejemplo de ello se da en, las relaciones de negocios, en donde se brinda con algún tipo de licor; los efectos desinhibitorios que se producen en el organismo a medida que se consume algún tipo de alcohol, dan el efecto de agrado y confianza entre extraños,

---

<sup>6</sup> Para ampliar esta información con datos más precisos sobre la presente investigación, ver tabulación de pregunta 10 de la encuesta realizada, pagina 118.

ya sean personas del mismo sexo (H=H / M=M) o de distinto sexo (H=M / M=H), convirtiéndose así, en una especie de arma de doble filo, pero ¿esto es tradición o un aspecto social-cultural?, la verdad es que si es analizado desde la perspectiva antropológica se podría expresar que posee mas elementos de tradición de las poblaciones que aspectos culturales, puesto que y como exprese al inicio de este punto, el sur-occidente del país se destaca por este tipo de costumbres, al realizar una comparación con la parte central del país, se puede percatar de forma muy simple como se reacciona, de forma muy distinta, ante un hecho de posible cotidianidad, como es –retomando el ejemplo ya expresado- una relación de negocios, en la zona centro del país, por lo general, se invita una cena, un desayuno, una comida, siendo estos actos la forma de conexión entre los sujetos, pero en el sur-occidente, por lo general, se puede observar que es mas común “*invitar a tomarse algo*” –entendiendo esta expresión como una invitación directa a consumir algún tipo de bebida con algún grado de alcohol-, para un mismo fin, convirtiendo así, el licor como un lubricante social.

- Licor como elemento representativo –identitario- del género masculino: como ya se expreso anteriormente, la masculinidad en las comunidades latinas, esta muy arraigada no solo al poder adquisitivo, también a la apariencia física y a las demostraciones enérgicas que denotan ante la sociedad virilidad; teniendo en cuenta este ultimo caso, para la comunidad patoja también es un símbolo de masculinidad las muestras de poder, resistencia, energía, y esto llevado al consumo de licor, quien mas consume licor y soporta de la mejor manera los efectos en el organismo, es mas hombre, o en este caso “*macho*”, esto se da por sobremanera en las personas adultas, actualmente también se da en jóvenes adolescentes, siendo un agravante social, pero ¿es visto de esta forma?, en muchos de los casos no, puesto que uno de los factores que incide directamente en esto es, la familia, siendo en este grupo social en donde los hombres deben

probarse ante sus padres –solo el papá- consumiendo algún tipo de licor, por esto y en muchos de los casos, no es visto como problema el consumo de licor, en hombres, desde temprana edad; pero ¿y que pasa con las mujeres?, la sociedad payanesa aun tiene cierta mentalidad machista, con respecto a lo expresado anteriormente, pero esto no significa que el estereotipo de exclusividad de consumo de licor sea exclusivamente masculino, siendo las mujeres parte en la situación de mantener el estereotipo de macho y consumo de licor, pero que no se da en consumo de licor y feminidad, esto no significa en ningún caso que, (1) la mujer deje su feminidad por consumir licor, (2) que la mujer, sea mas mujer ante la sociedad por consumir licor –cosa que sucede con los hombres- y (3) que las mujeres no consuman licor, la sociedad actual esta mas abierta a este ámbito, aun así, el licor sigue estando ligado de forma muy directa a lo masculino.

- Modismos con respecto al licor (rutinización y ritualización): la moda, dentro de una sociedad de consumo juega un papel trascendental en la producción y en la demanda de un producto, y su posterior consumo si es el caso, como con los licores, esto a su vez convierte al producto en un elemento de consumo que aumenta su frecuencia de compra y venta, desbalanceando la producción con la demanda, como respuesta a esto, la empresa productora empieza a realizar una producción desmedida del producto, esperando que el ritmo de demanda del producto siga en aumento, pero ¿Qué significa esto?, que actualmente las empresas productoras son las que dictan las rutinas de consumo, no vendiendo productos, sino, comprando consumidores, y ¿Cómo se hace eso?, con campañas publicitarias, promociones, elementos atractivos y demás; la rutina del consumo de licor, se da con respecto al poder adquisitivo de las personas, ya que dan por entendido que al consumir el producto la captación de placer es algo subyacente, por esto, los consumidores de licores, se

habitúan designar parte del tiempo y del presupuesto mensual exclusivamente al licor, dando días específicos para su consumo, siendo por lo general, entre el jueves y el sábado<sup>7</sup>.

La ritualización y la moda, tienen bastante que ver, pero no se entrelazan de forma completa, puesto que, el rito con respecto al consumo de licor esta dado casi siempre, por el contexto en el que se consume, y al tener en cuenta que los bares también están sujetos a la moda, los contextos varían según la maleabilidad de la comunidad, pero, por otra parte algunos de los elementos y ritos que acompañan el consumo están ligados a las tradiciones autóctonas de cada persona, un ejemplo claro, el primer trago de la botella es para las almas del purgatorio, catolicismo y tradición en medio del consumo; o sal limón y tequila, esto va de acuerdo solo al bar que lo sirve así. El rito en el consumo de licores varía en Popayán, según las edades, el nivel socioeconómico de las personas, y las tradiciones heredadas por medio del aprendizaje visual de cada una de las personas, y si además sumamos la mezcla de estas se produce un popurrí en la forma de consumo.

Los elementos que la sociedad apropia dentro de sus costumbres, se dan inicialmente como adiciones a tradiciones y elementos culturales, esto es conocido como moda, pero, la perduración de la misma solo es dictada por la sociedad y su desarrollo, por ende, todos los elementos que al licor, al bar y la sociedad respectan están viciados, continuamente permeados por los cambios que la sociedad-mundo percibe, dejando de lado las costumbres y aspectos culturales localizados, concibiendo así, el desarrollo natural de las sociedades humanas y todo que ello conlleva.

---

<sup>7</sup> Para ampliar esta información con datos más precisos sobre la presente investigación, ver tabulación de pregunta 9 de la encuesta realizada, pagina 117.



### 1.3. ANTECEDENTES INMEDIATOS

Los estudios sobre el licor y sus efectos son innumerables, además de los mencionados anteriormente, existen unos mucho más contemporáneos, tanto del licor como de los bares y centrados en la zona del Cauca (departamento del Cauca-Colombia), a continuación intentaré expresar de forma resumida los aportes y puntos clave de los trabajos de grado con una perspectiva antropológica realizados recientemente sobre esta temática por, Carolina Volveras, Paula Quilindo, Italo Pinto y William Arteaga.

#### 1.3.1. William Rolando Arteaga Patiño (2010)

La tesis de este autor titulada “*alcohol, toxico, veneno y remedio cultural, ¿escape perfecto?*”, destaca de forma trascendental, el consumo de licor en Pupiales-Nariño, puesto que según el autor las cantidades que se beben son bastante considerables; el texto muestra de forma escrita, como el fenómeno del consumo de licor se muestra en variados espacios, grupos poblacionales, e individuos, realizando un análisis de como termina realizándose una identificación cultural e identidad social con el respectivo consumo de licor, puesto que este representa dentro de la población pupialeña una válvula de escape que enfrenta el devenir de la vida y la construcción de idea de mundo en una población pequeña y con un futuro relativamente incierto para la población joven.

El licor y su respectivo consumo es destacado inicialmente como un elemento problemático que compete a la comunidad masculina en general, pero en el desarrollo del texto este punto queda en duda, puesto que los puntos

contrapuestos no se tocan de forma precisa, esto por la posible objetividad que en el texto el autor desea imprimir por medio de una realidad cultural, que se desea describir y analizar por medio de las vivencias en el trabajo de campo, este que a su vez termina destacando el continuo ejercicio de marcar las distancias entre el objeto de estudio y el investigador, perdiendo en el proceso la objetividad del estudio investigativo, realizando una suerte de auto-etnografía que se convierte en el elemento central de la investigación.

Los elementos mas concluyentes que pueden destacarse del texto son: el consumo de licor como elemento cultural masculino en la comunidad pupialeña, la periodicidad muchas veces –según el autor- desmedida con que los pobladores acostumbran a consumir licor, el punto de vista de los abstemios y sus respectivos juicios con respecto al “*deber ser*” contra el mundo representativo de los ebrios, su imaginario e identidad pupialeña del licor y su consumo, por ultimo la identificación social-cultural en la que se denomina el licor un remedio y veneno a la vez.

Como elementos secundarios se pueden destacar, las campañas de prevención que terminan siendo un aliciente para el consumo por parte de la comunidad joven de Pupiales y las edades promedio de inicio de consumo de bebidas alcoholicas con un promedio, que al parecer, se asemeja a los índices del suroccidente colombiano, entre 15 y 18 años de edad, por sobremanera del genero masculino, puesto que la predominancia por parte del genero ya mencionado es destacada en el texto.

### **1.3.2. Italo Alberto Pinto Ocampo (2009)**

La investigación realizada por el autor, esta titulada como “*La Taberna, Algunas Interacciones Sociales*”, en esta se procuran dilucidar diversos puntos que se entretajan en el contexto de la taberna, situándose en el municipio de Piendamó,

en su zona urbana; el texto se desarrolla en diversos capítulos los cuales se entrelazan diversos puntos que por medio del trabajo de campo se logran convertir en texto escrito, inicialmente, como punto de interés para la presente investigación, se abordan las características y particularidades que se conllevan en la taberna, además de su ubicación ante la localidad, las múltiples manifestaciones que se reflejan en el espacio y como algunos eventos regionales se ven reflejados en este espacio; los elementos se entrelazan con la observación comparativa de las tabernas, en el caso de la investigación aquí mencionada, esto se da principalmente en dos tabernas, “*Candilejas*” y “*Bar El Campesino*”, las cuales son descritas como espacios de ocio y diversión adecuados según los requerimientos primordiales de la población, en este caso, de la clientela que los frecuenta, los precios de los productos y la posición que ocupa dentro de la historia medianamente reciente, ayuda a crear una imagen del espacio de la taberna dentro del municipio y su población; la tercera parte importante del texto involucra el análisis simbólico de las características que distinguen los elementos rurales y urbanos, teniendo en cuenta las relaciones locales a través del mercado en la zona urbana; uno de los elementos mas llamativos es, la percepción del autor con los bares y la población en general apropian elementos que incentivan el consumo de bebidas embriagantes, creando el imaginario de poder con las practicas de consumo.

El proceso de la investigación que el autor destaca en el texto da cuenta de, principalmente como el consumo de licor es una elemento de interacción social específica, que tiene una gran validez para la sociedad de Piendamó, además de influir notablemente en el orden económico, de poder y comportamiento socio-histórico en un espacio local; la separación del otro y del si mismo –Italo Pinto-, es una línea difícil de trazar, pero en el caso de la investigación, se crea la similitud y a la vez la distinción, para con las actividades laborales que encuentran su respectiva pausa en los horarios designados y en los espacios predispuestos para ello, siendo uno de los principales la taberna; por ultimo, uno de los elementos mas interesantes es, el proceso intimista de la etnografía se termina plasmando en

el texto con una forma de escritura de tipo literaria, siendo abecés un elemento revelador y en otras ocasiones confuso.

### **1.3.3. Carolina Volveras Hernandez (2008)**

La tesis titulada “*El Uso Y El Abuso De Bebidas Alcohólicas En La Zona Urbana Del Municipio De Timbío-Cauca. Una Mirada Socio Cultural*” Pretende, de forma fundamental, vislumbrar las representaciones y usos asociados al consumo de bebidas alcohólicas en el municipio, siendo mas preciso, en su zona urbana; el texto inicialmente aborda los elementos teóricos y conceptuales que competen a la investigación desarrollándola desde distintas disciplinas, tales como: sociología, psicología y antropología; además se centra en las corrientes funcionalista y simbólica; luego aplicando esto por medio de descripción a la localidad designada para la investigación.

Los imaginarios, las prácticas y representaciones que se dan con respecto al consumo de licor, se convierte el punto central del texto, demostrando por medio de trabajo de campo como este elemento con características tradicionales, es parte activa de la dinámica social, cultural y económica, siendo un elemento importante de las relaciones sociales que se dan en la comunidad, hasta el punto de expresar, según la autora, imaginarios y discursos que enaltecen las características favorables consumo de licor, entre algunas de ellas están por sobremanera, originar, afianzar y fortalecer lasos de amistad, además de las relaciones interpersonales, destacándose en este ultimo caso el subtítulo “*Cupido Borrachin*”.

Los procesos culturales en Timbio descritos por Volveras, enmarcan y destacan el ritual del consumo de licor por los pobladores de la zona, esto por caracterizarlo como un “*habito reiterativo*” presente en su desarrollo cultural como tradición

vigente que evoluciona y se mantiene gracias a la población joven, que usan el licor como intensificador de relaciones sociales, siendo una costumbre transformada, con un nuevo actor social, la mujer, y con nuevos espacios destinados a esta actividad, ya sea el bar, un parque o la vía pública.

Uno de los elementos destacables del texto es el proceso del trabajo de campo, en donde la posición de la investigadora piensa el de licor como un problema de salud pública y moral, además de la disyuntiva que se suscita en el proceso, esto puesto que la investigadora al adentrarse en el campo del licor y en sus contextos, encuentra el gusto que la gente expresa acerca del consumo como vivencia propia en campo.

#### **1.3.4. Paula Andrea Quilindo Salazar (2005)**

El texto titulado "*Transformaciones Del Comportamiento Social De 'Los Jóvenes' En Espacios Públicos. Una Aproximación A Imágenes De Modernidad En Popayán*" se aborda la problemática de como las personas jóvenes de Popayán (edades promedio entre 14 y 25 años) se apropian, expresan y muestran lo que representa la modernidad en el contexto de la cotidianidad en la ciudad, centrándose de forma especial en los espacios públicos, conocidos como "zona rosa" –los bares y el exterior de los mismos- del sector histórico de la ciudad ya mencionada, mostrando de esta forma, como la modernidad afecta al individuo en los aspectos del comportamiento social, esto ejemplarizando la descontextualización del individuo, de su autonomía y alteridad; cabe destacar la forma en la que la modernidad es expresada teóricamente en su forma ambigua, dada la imprecisión de la misma, dejando claro que la conclusión más precisa en los aspectos de la sociedad patoja es, la ruptura con la tradición; dicho esto, el análisis comparativo que se realiza deja entrever, el pasado contra el presente, para que de esta forma,

el lector se forme una imagen de la transformación del comportamiento social colectivo de los jóvenes en espacios públicos de la ciudad, en la cual a su vez, existe una convergencia entre lo tradicional y lo moderno; la presentación de esto se detalla en el proceso que expresa la autora en su labor de trabajo de campo, realizando un viaje entre las formas de ocio de las décadas de los 50's y 60's hasta lo que se consideraba actualidad en el momento de la escritura del texto (2005 aproximadamente), el proceso de adentrarse se da gracias al plasmar las voces de los entrevistados, ello deja que la inspiración del interesado se sienta dentro del contexto y logre percibir de mejor forma los comportamientos sociales, dejando como conclusión somera que, los efectos de la modernidad en el contexto social y mas aun el los jóvenes de Popayán, no se ve reflejada en la tecnología o en una forma particular de pensar, esta se percibe con la ruptura básica de los comportamientos que son, inicialmente individuales y se transforman en elementos colectivos, que terminan ocupando cada rincón de lo que conceptualmente se conoce como cultura; este es el caso nuevamente de una etnografía intimista donde el hilo central para comprender la historia y cultura local se hace en los bares de la ciudad.

En estos trabajos de tipo antropológico, prima la perspectiva etnográfica, que es individualizada por cada uno de los autores desde su experiencia personal, ya que la auto-etnografía como teoría y método son centrales en estas miradas que se enmarcan en las tendencias recientes de la antropología social y cultural.

### **1.3.5. Enfoque del Proyecto**

El enfoque desde que he centrado la visión perspectiva para la observación de los grupos de jóvenes (edades promedio de 25 a 35 años) consumidores de licor se direcciona hacia, percibir el contexto en el que se desenvuelven en el proceso,

que se convierte hasta en ritualista, para lograr identificar los elementos que componen el contexto, tanto desde el ángulo físico (elementos tangibles que componen el espacio), como comportamentales (comportamientos y situaciones que “*ambientan*” el contexto), esto para vislumbrar de la forma mas objetiva posible el grupo de estudio.

El proceso de análisis estará bajo la luz de dos tendencias antropológicas principalmente, antropología urbana y antropología médica, que serán tomadas como la base desde la que el proceso de la construcción analítica del comportamiento en el contexto del bar y el consumo de licor se intentara realizar y analizar; no obstante y como es caracterizado en las investigaciones en campo, los pormenores analíticos terminan entrelazándose en una suerte de multiplicidad académica, en el que las distintas ramas de la antropología –como funcionalista y simbólica- aparecen como aportes, demás la interdisciplinaridad que un contexto como el del licor y el bar, se pueden expresar.

## **1.4. METODOLOGÍA**

### ***1.4.1. Fase I: El Inicio***

Inicialmente se identificó un tema de interés; ya sea personal, institucional, comunal, étnico, etcétera; se identificó un problema principal, o que abarque distintos sub-problemas, se realizó una breve revisión bibliográfica (búsqueda de fuentes secundarias), se efectuó un acercamiento inicial a los sujetos de estudio (investigación exploratoria) para verificar disponibilidad, se analizaron estudios previos, tanto del tema en distintos sectores y como en el sector, locales, de otros países y poblaciones que pudiesen tener similitudes –sobretudo latinoamérica-.

### ***1.4.2. Fase II: Trabajo de Campo.***

El proceso de investigación exploratorio fue realizado en tres tabernas, o bares, de la ciudad de Popayán, además de los acercamientos realizados de manera externa ya mencionados, bajo este contexto –las tabernas- se logró apreciar la destacación acerca del consumo y preferencias en la comunidad adulta joven (edades promedio de 25 a 35 años) y se logró distinguir en niveles tanto socioeconómicos como de edades, los mayores demandantes de licores con alto grado de alcohol (bebidas con alto gradaje de alcohol). Al poder sacar las primeras hipótesis gracias a la intromisión en el medio y se efectuaron las primeras entrevistas informales y formales direccionadas hacia la recopilación de datos de interés para el desarrollo de la investigación.



Las técnicas usadas inicialmente para la recolección de datos fueron: entrevistas informales y posteriormente formales, observación simple y participante, encuesta, revisión de consumo de bebidas alcohólicas con carácter fuerte por noches por medio de conteo e inventario.

En el proceso de trabajo de campo el método que más se utilizó fue, tabulación de datos recogidos, métodos cuantitativos y selección por estratos (Probabilístico: muestreo aleatorio estratificado; No probabilístico: muestreo por cuotas).

#### ***1.4.3. Fase III: Análisis, Recolección y Sistematización de la Información.***

En el proceso de sistematización de los datos, se realizó una digitalización de las entrevistas que más se destacaron o que a mi parecer debían ser priorizadas; análisis cuantitativo y cualitativo del consumo de bebidas alcohólicas fuertes; se realizó una jerarquización de la información y se comparó los resultados con otros estudios recientes realizados con características similares.

Con lo anterior ya realizado se logró iniciar de modo concreto con los primeros borradores para constatarlos con trabajos que yo ya he realizado para ratificar o falsear hipótesis.

#### ***1.4.4. Fase IV: Socialización de los Resultados***

En el proceso de socialización se intentó encontrar y contrastar las opiniones que da como resultado la lectura del texto elaborado, el cual ha sido previamente corregido por el director de tesis y socializado con las personas que me ayudaron

como informantes; por consiguiente preveo divulgarlo en detalle cuando este finalizado.

## **1.5. LOS ASPECTOS ÉTICOS Y DIFICULTADES EN LA ETNOGRAFÍA**

Los siguientes puntos intentaran dilucidar los traspiés más significativos con respecto a la ética, situaciones que he pasado en el proceso de recopilación de información en campo en pro de la investigación.

### **1.5.1. Proceso de Acercamiento**

Las dificultades con respecto al desarrollo en campo, inicialmente no fueron consideradas, ya que el medio me era familiar, los establecimientos y a muchas de las personas que trabajaban ahí, pero la realidad al pensar el espacio como sitio de trabajo –refiriéndome al proyecto de tesis- observe un sitio desconocido, en el que la única forma de llegar a relacionarme era por medio del consumo de licor, con esto como “*lubricante social*” el proceso se torno turbio, en el ámbito de la distinción entre: diversión y trabajo. La relación que logre entablar con las personas aumentaron por la habitualidad con que me observaban, pero esto tomo un rumbo inesperado al compenetrarme en el espacio, en el negocio dedicado al licor, al ocio y la diversión, puesto que al ser un elemento muy absorbente para las personas con poca experiencia en el medio –como yo en este caso-, se convirtió en un aspecto de mi vida personal, esta situación aunque me acerco me termino acoplando en el medio con dificultades a largo plazo, por la perdida de visión con

características exóticas del espacio, y divertirme con lo que se supone debía investigar, antes que observar y anotar.

### 1.5.2. Observación

Esto como parte del proceso del proyecto es el aspecto que mayor información a traído a mi trabajo de investigación, pero hasta cierto punto, los limitantes de este método de obtención de información son algo que logre descubrir tan solo en campo, puesto que uno nunca logra predecir el comportamiento de los individuos en el contexto del bar, en el que lo que menos esperan es ser parte de un proyecto de investigación; a continuación los expondré de modo simple:

1.5.2.1. **Observación Simple:** La dificultad con este método se dio, por la simple renuencia de los objetos/sujetos de estudio, el acercamiento y la aceptación no bastaron para que me permitiesen observar lo que yo considero ritualidad y desenvolvimiento en un espacio establecido, consumiendo bebidas con un alto grado de alcohol, expresándose sin preocupaciones al son de la música, esto es tan simple como decir: “*a nadie le gusta que lo observen*” -palabras de un cliente y consumidor de licor, del cual nunca supe su nombre-, la salida que me dieron los sujetos fue tan simple como “*la integración*”, esto me lleva al siguiente punto.

1.5.2.2. **Observación Participante:** En este sentido, la verdadera dificultad es, caer bien y estar centrado en el objetivo principal, puesto que la línea

que divide el “*deber ser*” –como investigador- se torna borrosa con cada minuto que se pasa y con cada trago de licor que se ingiere; el observador participante se convierte en un participante mas, el cual es observado y se le entrevista por los motivos del trabajo, las razones, la vida en general y esto da como resultado, una reciprocidad que me conviene de forma dificultosa, pero que en el mejor de los sentidos da como resultado final, la información que se buscaba.

Al ser una participante mas, fui adoptado como un cliente mas, alguien familiar al contexto, que consumía licor a raudales al igual que los investigados, y que por caer bien recibía la amistad de los comensales en forma de copas de aguardiente y ron, haciendo esta parte del proyecto en campo, mas en participante y menos en observador.

### **1.5.3. Entrevistas Informales**

La obtención de información continua su proceso por medio del desenvolvimiento y selección de los personajes que se destacan más en el contexto del bar, para esto la única forma de seleccionarlos fue por medio de charlas direccionadas, que al final se convierten en entrevistas informales, de amigos, el interés de las personas por facilitar la información se dio por dos causas principales, (1) los efectos desinibitorios del licor en el organismo y (2) el placer que les causa hablar de algo que es un gusto para ellos, el consumo de alcohol, todo esto amenizado de modo simple por anécdotas y situaciones vividas en medio del proceso normal de alicoramiento, “*parranda*” sin fin y familiaridad con los desconocidos, efecto cuasi normal del licor en el organismo.

#### 1.5.4. Entrevistas Formales

La entrevista formal fue la forma de obtención de información más dificultosa para la investigación, y para mí en especial, esto en el sentido que, las personas seleccionadas para realizar una entrevista formal, sin el consumo de licor, no son las mismas -por así decirlo-; además, la confianza solo se consigue por la reciprocidad, consumo mutuo de licor, esto me deja el cuestionamiento personal de: lo que estoy haciendo ¿es en pro de la investigación? O ¿una simple excusa para divertirme?, las entrevistas formales se terminaron convirtiendo en cofradías que bajo la informalidad dejaban mayor información que la formalidad de una entrevista dirigida.

Los dilemas éticos que se encuentran son encaminados de modo directo al caer dentro del círculo social que uno observa/estudia, en algunos casos esto no es gran dificultad, pero en términos de consumo, tanto de sustancias lícitas como ilícitas, podría afectar a la persona en niveles físicos y psíquicos, cuestión que, por sobremanera posee implicaciones que logran afectar a círculos sociales externos al estudiado, que dificultan los logros a futuro de un estudio responsable de casos delicados, por causa de la compenetración para la satisfacción en obtención de información, al final, después de centrar los objetivos y tener, lo que yo considere, suficiente información logre restablecer los márgenes que delimitan la investigación con el campo y al investigador con el contexto, situación que gracias a voluntad logre sobrellevar; pero ante esto aun queda la duda acerca de ¿Qué es el bar bajo la mirada de un investigador amateur?, ¿Qué es lo que atrapa a la gente dentro del interior de los mismos? Y ¿Por qué la gente regresa a estos sitios?





Al haber presentado ya los aspectos teóricos, conceptuales y metodológicos que guiaran este trabajo a continuación presento y caracterizo el lugar de la

investigación, la ciudad de Popayán frente al consumo de licor, los bares y las personas participes dentro de los contextos que se crean en ellos.

## CAPITULO 2

El presente capítulo pretende contextualizar al lector, no solo con los bares a tratar, sino con una ciudad, que al intentar mantener la moralidad católica e histórica de la ciudad de Popayán a dejado a los bares y los espacios dedicados al consumo de licor y esparcimiento de la sociedad en general, como sub-contextos, separados del contexto general urbano, además con palabras escritas, se intentara describir la percepción que brindan los bares “*Motivos*”, “*Anarkos*” y “*Arkano*”, a la sociedad de la ciudad y sus clientes.

## 2.1. POPAYÁN Y LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS

		
<p>Mapa geografía de Colombia. Fuente: “Google Maps”. Modificada por: Carlos Julián Muñoz G. Url: <a href="http://www.popayan-cauca.gov.co/nuestromunicipio.shtm?apc=m-m1--&amp;x=1364644">http://www.popayan-cauca.gov.co/nuestromunicipio.shtm?apc=m-m1--&amp;x=1364644</a></p>	<p>Mapa geográfico del Cauca. Fuente: “Proyecto de reorganización territorial”. Url: <a href="http://hugosalamancaparra.net/K013%20Actual%2019%20Departamento%20del%20Cauca.htm">http://hugosalamancaparra.net/K013%20Actual%2019%20Departamento%20del%20Cauca.htm</a></p>	<p>Mapa de Popayán. Fuente: “Google Maps”. Modificada por: Carlos Julián Muñoz G. Url: <a href="https://maps.google.es/?mid=1374955610">https://maps.google.es/?mid=1374955610</a></p>
		
<p>Fotografía 2: ciudad de Popayán, foto panorámica, tomada desde el morro. Tomada el: 28 octubre de 2009. Autor: Carlos Julián Muñoz G.</p>		

*“Popayán, capital del Departamento del Cauca, fue fundada el 13 de enero de 1537 por el español Sebastián Moyano de Belalcázar quien fue nombrado en 1.540 primer Gobernador de Popayán cuando esta zona aún no tenía definidos sus linderos. Desde entonces se estableció el sistema político español en las diferentes ciudades.*



*Por encontrarse en el camino entre Cartagena al norte, Quito y Lima al sur, esta ciudad desempeñó un papel primordial en épocas de la Colonia.*

*Como resultado, Popayán es una de las ciudades más tradicionales de Colombia y una de sus principales joyas arquitectónicas y religiosas.” (Fuente: <http://www.popayan-cauca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mlxx-1-&m=f>; consultado: 23/05/2013)*

Este breve fragmento hace un recuento simple pero bastante completo con respecto a los parámetros que dictan la cosmovisión de la población patoja con respecto a su ciudad, esto por que, la opinión general posee la tendencia a dirigirse hacia los mismos puntos, la religión católica y sus respectivas expresiones en la ciudad, la historia de la ciudad y su arquitectura, siendo estos puntos respectivos el uno al otro; además de, la frialdad y reserva con que los pobladores de la ciudad se interrelacionan con foráneos, desde una perspectiva exterior se percibe a Popayán como una ciudad-pueblo que se vanagloria de triunfos pasados y de su “*semana santa*”, pero ¿y todo esto como afecta la percepción del licor y su consumo dentro de la ciudad?, la representación de la ciudad se divide en dos, puesto que algunas de las expresiones dirigen al comportamiento ambivalente de la población de la ciudad, expresándose como dos caras de una misma moneda.

En la historia de la ciudad, se destaca de forma tacita los elementos de la moral católica como panacea de la población, siendo el elemento regulador de la misma, pero elementos nunca destacados son muchos, uno de estos es el licor dentro de las costumbres de la sociedad, hasta mediados del siglo XX los espacios dedicados al consumo de licor eran vistos y percibidos por la sociedad, que se auto-consideraba de alcurnia, o con “*apellido*” –cosa que aun pesa dentro de la sociedad patoja-, como espacios de pecado, lujuriosos y en los que solo las personas sin educación asistían, eran solo permitidos en las periferias de la ciudad, esta situación cambio, no de forma tajante, pero si gracias al desarrollo normal de la sociedad, la cual termino admitiendo que tanto “*ellos*” (la alcurnia o

personas con apellido) como los “*otros*” (personas sin apellido de prestigio y con poca educación) consumían licor por igual y que necesitaban de estos espacios dedicados al licor, al ocio y la diversión para la dispersión del ser y la cotidianidad moralista que la ciudad expresa a grandes voces; entonces ¿y adonde lleva los bares y el licor este discurso?, a que la sociedad patoja, a pesar que admite y frecuenta sitios como, los bares, discotecas, estancos y demás sitios donde pueden consumir licores, los distinguen como no pertenecientes a las tradiciones, ni mucho menos a la cultura de la ciudad, dejándolos como puntos grises, dentro del contexto de la ciudad blanca y sus respectivas conciencias.


## **2.2. CONTEXTO DEL BAR**

El bar desde la perspectiva cotidiana y popular de la ciudad de Popayán se presenta y define como, un espacio dedicado para el ocio, la dispersión y el consumo exclusivo de bebidas alcohólicas –expresado de forma conservadora-; pero, ¿que es un bar desde una perspectiva mas detallada?, es un establecimiento comercial, espacio pensado y constreñido por los limites del local, pequeño, con una perspectiva reducida al mínimo, sin luz solar, pensado para tener efectos psicosociales en quienes en el entran, simulando una liberación de las cargas que pueden ser consideradas estresantes, alterando la percepción casi hasta el punto del trance, el espacio del orden direccionado hacia la mente, esto que a su vez se intercala de forma precisa con los ritmos de la música que hacen nacer en las personas sensaciones que los llevan a recordar, los transportan a espacios y sentimientos que les rememoran mejores momentos, es el espacio que presenta la fantasía de no ser juzgado por nada, ni por nadie, pero que en realidad esta tan reglamentado como la sociedad misma de donde es participe.

El ritualismo alrededor del licor se fundamenta en el espacio dedicado al mismo, el bar, en donde todos los pormenores direccionan al ser al consumismo que la sociedad exige dentro del espacio; pero ¿y si la persona no consume licor?, aunque esta situación casi no se presenta, si es visto como un paria para los que en el ritual del consumo se encuentran, puesto que el ritual del ocio dentro del bar, gira, por lo general, en torno al consumo de licor y del éxtasis que este produce, efectos alternados con la cofradía de los que en el ritual participan, en los que en momentos de mayor euforia, se comportan con una sola masa social, que alterna sus movimientos al son de un ritmo que simula al corazón en animación, en éxtasis, para luego caer a un estado de pausa y de esta forma manejar a los grupos que se encuentran dentro del espacio, con las ondulaciones que el bar les impone, observando que, el bar no se acomoda a las actitudes de las personas, sino que, brinda una falsa sensación de satisfacción y adaptación para las personas, mientras que en realidad, las personas se descontextualizan de la cotidianidad de la ciudad y se adecuan al contexto que el bar les brinda.

## 2.3. DESCRIPCIÓN DEL BAR

### 2.3.1. "MOTIVOS" Video-Bar

 <p> <span style="color: yellow;">●</span> "Arkano " bar.  <span style="color: blue;">●</span> "Anarkos" bar.  <span style="color: red;">●</span> "Motivos" video-bar.         </p>	
<p>             Centro de Popayán.              Fuente: "Google Maps".              Modificada por: Carlos Julián Muñoz G.              Url: <a href="https://maps.google.es/?mid=1374955610">https://maps.google.es/?mid=1374955610</a> </p>	<p>             Fotografía 3: Letrero entrada de "Motivos".              Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.              Autor: Carlos Julián Muñoz G.           </p>

Aunque no es un bar con características tradicionales, se encuentra en la zona céntrica de la ciudad de Popayán (sector histórico de la ciudad; calle 6 numero 5-12; Centro), con mas 20 años de antigüedad, como establecimiento diseñado para la venta y consumo de licores,; iniciando con el nombre de whiskería "El Dorado" se abrió campo como tienda estanco en la ciudad, con música de cantina se convirtió en un elemento llamativo para los ciudadanos que buscaban un sitio para tomar licor hasta el punto de la saciedad o la embriagues –lo que llegara primero-, con el paso del tiempo sufrió las transformaciones naturales que también padeció la ciudad, adecuándose a los tiempos y los cambios sociales que se daban con los jóvenes, convirtiéndose paulatinamente en un bar-discoteca, dándose esta

categoría al establecimiento, ya que, la oferta de licores varió y la música, que antes solo era de cantina, se convirtió en salsa, merengue, el genero conocido como “*popular*” y toda canción que estuviese en furor (modismos), convirtiéndose así “*Motivos*” bar, pero ¿Qué signífico el cambio de nombre?, no solo significo un cambio en su interior como establecimiento, sino también un cambio en la administración y sus respectivos dueños, siendo un par de jóvenes emprendedores (los hermanos Burbano) lo nuevos dueños, quienes con expectativa pretendían transformar el establecimiento en un espacio propicio y gustoso para la comunidad en general, adaptando el sitio para la atracción de la gente común, con elementos aturdidores, distorsionadores legales y elementos que simplemente engañan, que hacen sentir al cliente, como una persona especial, sin saber que es un cliente mas.



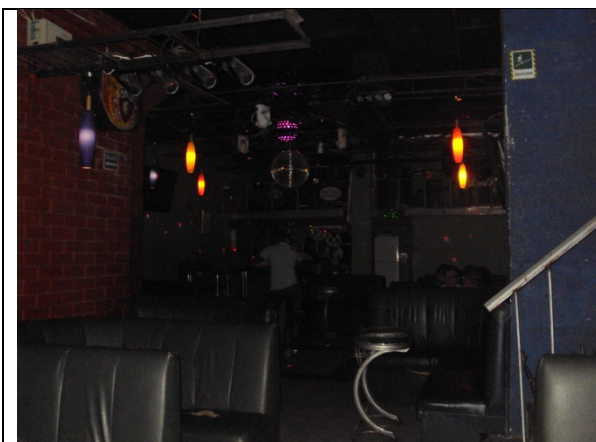
Fotografía 4: puertas de cristal de “Motivos”.

Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.

Autor: Carlos Julián Muñoz G.

Entrada: El espacio, actualmente, posee una entrada poco llamativa, es con una razón lógica, para mantener la sobriedad del sitio se necesita no ser apreciado por todo tipo de publico; aunque esto parece incongruente para un negocio, a veces el

mantenerse alejado de la vista de la sociedad es sinónimo de exclusividad, inicialmente poseía puertas de madera, que no permitían la observación del transeúnte ocasional del centro de la ciudad hacia su interior, pero como dificultad, tampoco permitía al cliente observar hacia afuera del establecimiento, por esto hace aproximadamente 6 años, cambiaron estas puertas por unas de cristal, que permiten al cliente ver hacia fuera, pero al transeúnte no le permite observar hacia dentro; pero ¿esto como tiene relación con el trabajo a realizar?, es muy simple, al no poder ser observado y al aislar el espacio, permite el desarrollo de un nuevo contexto alejado de los ordenes sociales que rodean al bar (centro histórico, ciudad blanca).



Fotografía 5: interior de “Motivos”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.



Fotografía 6: luces de la pista de “Motivos”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.



Fotografía 7: “Motivos” video bar; ejemplo de licores y consumo.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.



Fotografía 8: barra de “Motivos”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.

Al caminar hacia el interior se sufre de un languidecimiento visual, que solo el contraste de las luces del exterior y las tinieblas del interior puede producir; se percibe de inmediato otro espacio, el aroma, los colores, el bullicio, son esos elementos caóticos que confunden inicialmente al cliente, pero que están predispuestos para que la confusión se convierta en el estado natural dentro del contexto de descontrol controlado, inmediatamente al caminar por el corto pasillo se busca estar cada vez mas cerca de lo posible del caos de las luces, que solo se encuentran en su máximo esplendor en la pista; al ser todas las sillas y las mesas

iguales, la decisión de donde sentarse es tan simple, que muchas personas se dejan llevar por el mesero, la entrada ya esta hecha, ahora solo queda esperar.

Descripción del sitio: Aunque una imagen o un mapa del sitio aclararían de forma simple las cosas, la descripción escrita habla mucho de la percepción y la forma como el espacio se presenta; como ya exprese en el anterior fragmento, posee una puerta de cristal con vidrios polarizados, es una puerta modesta; al lado izquierdo hay una ventana, con luces de neón que enmarcan el nombre del establecimiento, "*Motivos Video-Bar*" y que, aunque se encuentra la vista del publico, como es costumbre y cotidianidad, la gente pasa sin leer este letrero llamativo; al interior un pasillo central oscuro con muebles a cada lado del mismo que se dirigen hacia el fondo del establecimiento; al proseguir una escalera a la derecha hace pensar a los desprevenidos –y aunque muchos no se atreven a preguntar, otros preguntan ¿que queda arriba?, y otros mas arriesgados simplemente suben y observan-, unas luces adornan las escaleras, pero al mirar hacia arriba, solo se ve una pared y oscuridad; al seguir el corto pasillo se abre dejando entrever un recuadro interior, mas amplio que el pasillo, este espacio se encuentra iluminado y al cual el personal trabajador del establecimiento y la clientela llaman "*la pista*", espacio destinado para que las personas bailen; al pararse en el centro de la pista, se puede observar como mesas y sus respectivos muebles la rodean, pero también se deja entrever algo distinto, las barras, a la izquierda una barra simple que esta diseñada para ubicar clientela común en ella, pero la otra barra, es el espacio mas importante del establecimiento, ya que en ella se ubican el administrador, el dueño –si es que va- y los amigos mas cercanos, es un punto de privilegio en donde se es atendido de forma directa por el administrador; y el administrador observa casi todo el primer piso –puesto que tiene dos- dando ordenes y recomendaciones a los meseros, recibiendo el dinero y despachando el licor hacia todo el bar, esto porque la muestra mas visible de los licores ofrecidos se encuentra detrás de la barra, y en la parte inferior de la misma están los dos licores mas populares para el consumo de la clientela del bar –ron y



aguardiente-, además de los que se encuentran dentro de la nevera, esto para complacer gustos, frío o “*al clima*”.



Fotografía 9: escaleras hacia los reservados de “Motivos”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.



Fotografía 10: reservados de “Motivos”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.



Fotografía 11: interior de los reservados de “Motivos”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.

Los reservados: Es un espacio constituido para la reserva del cliente, esta subiendo las escaleras descritas cerca de la entrada, escaleras con una luz azul

marcan el camino hacia el segundo piso, en donde de forma interesante, los hombres se animan y las mujeres se intimidan, puesto que la primera impresión que se tiene al llegar al segundo piso –los reservados, propiamente dicho- es la observación básica de unos cubículos oscuros, solo para dos personas, no se puede observar a mas personas, la reserva del cliente y el espacio sin molestias, es lo mas importante de este espacio del bar, lo que se hace es responsabilidad y esta de acuerdo al cliente o la pareja; de este espacio del bar, es de donde se han obtenido algunas de las anécdotas mas extrañas.



Fotografía 12: parte superior de “Motivos”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.

El mezzanine: es el sitio donde se ubica el D.J o discómano, apelativos con los que se nombra a la persona que pone música, se tiene un manejo mas adecuado de las luces, el sistema de sonido (las plantas de sonido), los enfriadores principales, un mueble y una pequeña mesa, que se usa muy pocas veces, es el espacio menos adecuado para la intimidad o el contexto del bar, pero es el espacio mas interesante y adecuado para la observación del contexto, del comportamiento de las personas en grupo y de las formaciones grupales; desde este sitio se puede identificar como los comportamientos de las masas (grupos) varían según la música, el consumo del licor, el manejo de las luces y la hora, esta

ultima es una variable interesante, puesto que según la hora una persona o grupo, suponen que deben estar con un estado de alicoramamiento específico.



Fotografía 13: entrada de los baños de “Motivos”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.

Los baños: Aunque no tienes nada de extraordinario –estéticamente hablando-, cumplen una función específica, es uno de los espacios en donde la gente desconocida se reúne, conversan y comparten unos momentos, mientras se hace fila para entrar al sanitario, si a esto le sumamos los efectos desinhibitorios del licor, se produce una cofradía interesante, en aspectos sociales, puesto que es el espacio donde se da el inicio para la formación de subgrupos, fusión de grupos diversos y donde lo hombres pueden acercarse a las mujeres que se encuentran acompañadas por alguien mas, y viceversa; es el espacio donde se logra observar de forma clara el posible estado de alicoramamiento de las personas que se encuentran en el establecimiento, además de los posibles consumidores de drogas; es el espacio donde los empleados charlan con la clientela de forma mas cercana.

Los baños se ubican al lado izquierdo de la barra principal, esto hace posible que se observe todos los procesos señalados en el anterior párrafo, por parte del administrador, para quien los sucesos del establecimiento se convirtieron en una cotidianidad y quien el extrañamiento sobre los sucesos son muy difíciles.

### 2.3.2. "ARKANO" Bar



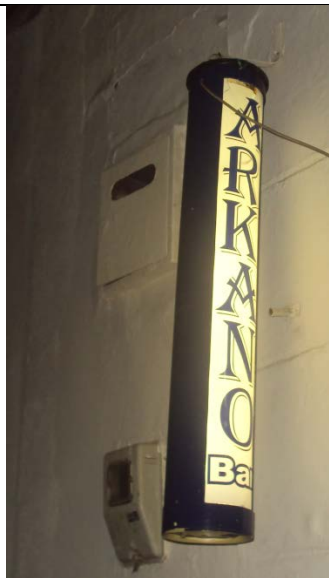
- "Arkano" bar.
- "Anarkos" bar.
- "Motivos" video-bar.

Centro de Popayán.

Fuente: "Google Maps".

Modificada por: Carlos Julián Muñoz G.

Url: <https://maps.google.es/?mid=1374955610>



Fotografía 14: letrero externo "Arkano".  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.



Fotografía 15: letrero puerta de "Arkano".  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G.



Este bar –también- se encuentra en la zona conocida como centro, de la ciudad de Popayán (sector histórico de la ciudad; calle 6 numero 7-47; Centro), el bar “Arkano”, como establecimiento dedicado a la venta y consumo de licores, y como establecimiento exclusivo para el ocio y dispersión de personas adultas, tiene una antigüedad mayor a 13 años, su actual y único propietario me informa que, siempre a poseído el mismo nombre, la historia del bar no expresa grandes cosas; el establecimiento nació por la observación y la proliferación de negocios especializados en la venta y consumo de licores, puesto que, el sector céntrico de la ciudad se presta para ello, el dueño Orlando Rivera expresa que:

*“yo antes administraba “Motivos” –el establecimiento anteriormente descrito- pero un día vi la oportunidad de abrir mi propio negocio y pues me anime, tuve un socio, pero el después de unos meses solo puso parte de la plata y nunca se apareció por acá (..) Yo luego le devolví lo que había invertido, y por eso siempre digo que el negocio siempre ha sido mio”.*

En este fragmento se expresa de forma directa la razón del nacimiento y parte de la historia del negocio, un día al dueño le nació poner el bar y lo hizo.



Fotografía 16: puerta superior de “Arkano”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Ator: Carlos Julián Muñoz G



Fotografía 17: salida hacia el parqueadero de “Arkano”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G



Fotografía 18: salida hacia la calle 6 de “Arkano”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G

Entrada: De forma extraña, este bar es poco llamativo, puesto que desde la calle no se logra observar más que un letrero y unas gradas, esto porque el bar se ubica en un segundo piso, al subir las gradas se observa un portero y una puerta negra, casi no se escucha la música hacia el exterior. Al abrir la puerta, se logra divisar una pequeña parte del interior, ya que hay mas gradas; la entrada solo se ilumina con una luz verdosa y no llama mucho la atención.

La entrada no incluye más que la descripción básica de las gradas y la presentación, puesto que no posee pasillos internos, ni destellos que confundan la gente, es solo un gran salón que, con una mirada se percibe de forma completa, no muy sobrio, poco discreto en su interior, pero las personas que van a él lo hacen porque la discreción de la entrada los aleja de la cotidianidad y del exterior por completo.



Fotografía 19: barra de “Arkano”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G

Descripción del sitio: Al llegar al establecimiento en el segundo piso, lo primero que se puede observar es la barra principal –y única- que se encuentra a la izquierda, es pequeña, y es el punto de donde se despacha los pedidos, aunque debo agregar que los licores no se encuentran a la vista, allí también se pone la música y se controlan las luces, este punto es desde donde se logra observar casi todo el interior del establecimiento, puesto que, es un salón, rodeado por muebles en forma de ele (L), con pequeñas mesas de cristal y metal, cada una de estas se encuentra iluminada por una luz que se encuentra ubicada en la parte inferior de la mismas; en el centro una gran pista; las luces del sitio no son muchas, un “*strover*” y una bola de colores pequeña; los bafles del sonido apuntan hacia la pista, esto ayuda a centrar el sonido y al tener una pista mas amplia, la gente se expande de mayor forma al bailar.





Fotografía 20: pista e interior de “Arkano”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G



El espacio extra y la forma cuadrada del sitio, aunque parece algo conveniente, no lo es, la visión de la gente se dispersa, no se centra en nada, por esto la percepción varia, al no sentir la sensación de grupo la gente no tiene la tendencia a integrarse en un solo grupo y menos a la posterior división en sub-grupos, además que, muchas veces no logran contextualizarse, puesto que el contexto en los bares se da, no solo por el espacio, sino también, por la gente que se encuentra en el, y mas aún, por la cercanía entre unos y otros, ya sea personas individuales o grupos.



Fotografía 21: gradas hacia el mezzanine y reservados de “Arkano”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G

El mezzanine: Este espacio no ofrece mucha comodidad, es tan solo una parte del establecimiento adaptado con más mesas, muchas veces es utilizado cuando se permite la entrada a menores de edad –abecés sucede-, o por parejas que no desean ser observadas, aunque en realidad este espacio no ofrece mucha privacidad.

### 2.3.3. "ANARKOS" bar

 <p>● "Arkano" bar. ● "Anarkos" bar. ● "Motivos" video-bar.</p>	
<p>Centro de Popayán. Fuente: "Google Maps". Modificada por: Carlos Julián Muñoz G. Url: <a href="https://maps.google.es/?mid=1374955610">https://maps.google.es/?mid=1374955610</a></p>	<p>Fotografía 22: letrero de "Anarkos". Tomada el: viernes 19 de julio, 2013. Autor: Carlos Julián Muñoz G</p>

Este bar se encuentra ubicado en el centro comercial con el mismo nombre, en el local 14, centro de Popayán (sector histórico de la ciudad; entre carrera 5 y 6; entre calle 6 y 7, centro); es el mas pequeño de los tres, pero uno de los espacios mas conocidos y tradicionales para la comunidad en la ciudad, puesto que, además de los años de funcionamiento (desde 1971 aproximadamente), este bar se ubica al lado de lo que era, el teatro "Anarkos" que se encuentra ubica en el centro comercial con el mismo nombre, y aunque el teatro ya no se encuentra en funcionamiento, este era uno de los únicos espacios de esparcimiento de la ciudad hasta entrada la década de los 90; puesto que el bar posee una antigüedad que supera los 40 años, muchas de las personas adultas consultadas fuera del contexto expresan abiertamente que, en años de juventud iniciaron, o al menos estuvieron en una o varias ocasiones, "tomando" en el establecimiento, por ende la popularidad del establecimiento no puede ser abarcado por modismos simples, sino por tradición en la población.

La historia del bar nos cuenta que, nació al observar la oportunidad de negocio en el nuevo y moderno centro comercial “Anarkos” que remplazo la antigua plaza de mercado de la ciudad de Popayán, este centro comercial se inauguro en 1971 con un poco mas de 190 locales o unidades, dispuestos para el comercio, espacio para oficinas y viviendas en la parte superior, pero el transcurso del tiempo cambio considerablemente el espacio para convertirlo en lo que hoy es, a pesar de ello el bar “Anarkos”, único establecimiento dedicado a la venta de licores en el centro comercial, no ha sufrido modificaciones considerables, además de las naturales de la adaptación a los tiempos, en cuestiones musicales, modernización del sistema de sonido, cambio de luces y posición de la barra, por otra parte el dueño, Carlos Ramírez a conservado el sitio lo mejor que puede, y lo convirtió en un negocio familiar.

Entrada: El bar, como tal, posee dos entradas, la primera y mas popular, cercana al antiguo teatro, y la segunda, en frente de la plazoleta principal del centro comercial, al atravesar alguna de las puertas se logra observar el establecimiento por completo, ya que no posee pasillos ni gradas que escondan, de una u otra forma, el interior del mismo.

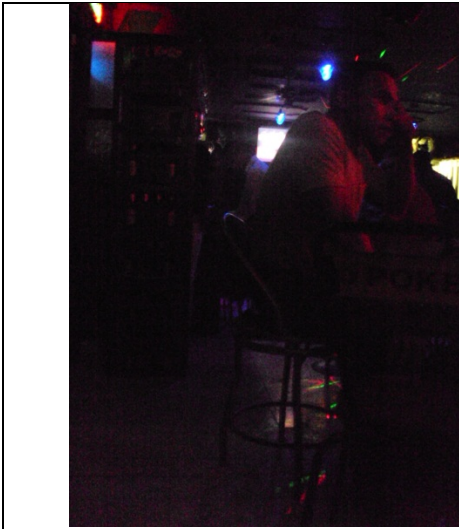


Fotografía 23: las dos entradas de “Anarkos”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G



Fotografía 24: interior de “Anarkos”.  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G





Fotografía 25: fondo de "Anarkos".  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G



Fotografía 26: barra de "Anarkos".  
Tomada el: viernes 19 de julio, 2013.  
Autor: Carlos Julián Muñoz G

Descripción del sitio: "Anarkos" bar, es un sitio sobrio, pequeño, sin mas atractivos que la tradición y la música, siendo un espacio cuadrado de un solo piso no muy amplio, no implica mas que el ambiente que forme la clientela, con mesas metálicas, bastante viejas, este espacio rememora un tiempo anterior, sin mas choques a los sentidos que los producidos por la música, unos pocos juegos de luces y el licor consumido, el ambiente es propicio para ambientar el espacio con grupos pequeños de personas, puesto que el bar deja esto al libre albedrio de los que ahí se acercan a consumir licor, es un espacio propicio para relacionarse con personas desconocidas, por la cercanía que se produce entre unos y otros; sus dos entradas y el exhibidor de licores que se ubica detrás de la única barra, no deja espacios cerrados al publico, ni secretos para los que no desean ver, pero, el punto en el que se encuentra es propicio para los que desean estar lejos del publico que en el centro de la ciudad transita, sin alejarse de la ciudad, esto sucede al ubicarse dentro del centro comercial.

## **2.4. CARACTERIZACIÓN COMPARATIVA ENTRE LOS BARES**

### **2.4.1. Similitudes entre los bares (“Motivos”, “Anarkos”, “Arkano”)**

Los bares en general se cimentan en un diseño con características similares, mesas asientos, una o mas barras desde donde se envían todos los pedidos, sistema de sonido, espacio sobrio con poca luz, licores y demás acompañantes, estas son las características físicas generales y además, obvias para las personas, pero ¿Qué otra similitudes menos obvias tienen?, centrándome en los bares tomados para la investigación se puede expresar que, el sector en que se ubican, la cercanía entre uno y el otro, la familiaridad entre sus dueños y trabajadores, la clientela que los habitúa y el ambiente que en ellos se tiene; al ser bares pequeños, tienen la tendencia a encuadrar a las personas bajo un ambiente cerrado, en el que la música retumba en las paredes teniendo un efecto mayor al aturdir las sensaciones de las personas, además se siente un mismo clima con respecto al exterior.

La percepción de las personas se adecua con respecto a los ambientes que se viven en el interior del bar, dicho de forma más simple, el clima interno, el sistema de luces, el sistema de sonido y, aunque no les guste admitirlo, los precios, son las variables preponderantes del por que asistir o no a uno de los tres bares, pero además se le debe sumar que, aunque los precios en general son muy similares, el tipo de consumo varia de forma trascendental con respecto a los licores y la comunidad que lo consume –esto ultimo se aclarara de mejor forma en el próximo punto-.

#### **2.4.2. Distinciones entre los bares (“Motivos”, “Anarkos”, “Arkano”)**

Los bares de la investigación se distinguen entre si, inicialmente por características físicas, tales como, el espacio que ocupan, los colores que identifican el interior del bar, los empleados, el nombre del establecimiento -obvio-, y algo que, aunque parezca insignificante para muchos tiene gran trascendencia por ser uno de los elementos mas llamativos –dependiendo del carácter que se le desee dar-, la entrada, esto porque, como ya exprese en la descripción de cada uno de ellos, una entrada, como la de “*Motivos*” puede inspirar, sobriedad y a la vez curiosidad, por sus cristales oscuros que dejan entrever las luces del interior; o la privacidad que la entrada de “*Arkano*” inspira, por dejar solo ver gradas inicialmente y luego, una puerta negra; a las entradas múltiples de “*Anarkos*”, que permiten ver por completo el interior, como expresando que, es un espacio para todos; los lugares, como tal, son el elemento básico que da los parámetros de distinción entre los establecimientos y la percepción de los mismos, además de otros factores, que según lo percibido, tienen una importancia mas baja, tales como, el valor de los productos, las sillas o la forma en que es entregado y posteriormente servido el producto (licor).

Como segundo elemento distintivo de cada uno de los bares es, el ambiente que en ellos se forma, este componente metafísico solo se percibe después de estar en el bar y ser parte del proceso, en el que las personas se ambientan al ritual, este proceso esta condicionado por múltiples variables, tales como, el licor que se consume –grados y cantidad-, la música que se pone, el volumen de la misma, el juego de luces que se usa, el numero de personas que se encuentran en el bar, las edades y algunos elementos no constatables, como uso de drogas –que abecés es el caso-, todas estas variables son los componentes que muchas veces distinguen un bar de otro, elementos que a simple vista son imperceptibles, pero que la comunidad consumidora o clientela, ya conoce, y por esto recomienda y

siempre asiste a uno u otro bar, para sentirse en cofradía con los que encuentra elementos en común, ejemplo de esto es, los que les gusta tomar solo cerveza prefieren ir a “*Anarkos*” bar, los comensales que prefieren bailar y consumir licores mas fuertes, asisten a “*Motivos*” bar y los que desean un espacio mas sobrio, para no ser molestado van a “*Arkano*” bar; son ambientes parecidos, pero las pequeñas diferencias son las que los distinguen, no solo al bar en si, sino a la comunidad que asiste a uno y a otro, y el licor que se consume dentro de cada uno de ellos. Después de presentarse la etnografía sobre los lugares donde se realizo esta investigación, para vislumbrar de mejor manera los elementos desarrollados en el presente capitulo se invita al lector ha adentrarse por medio del texto al trabajo de campo y sus posteriores análisis.



## CAPITULO 3

El presente capítulo busca acercar al lector al contexto de los bares y el consumo del licor, presentando los espacios bajo la perspectiva del investigador como observador participante, además de algunas entrevistas que sirven como muestra para facilitar la comprensión de los comportamientos en comunidad de los adultos jóvenes y de esta forma poder hacerse una idea con respecto al desarrollo de la personalidad consumidora de licor en la sociedad de Popayán, esto partiendo del inicio del contacto con el licor.

### 3.1. CONSUMO

Actualmente las comunidades mundiales poseen la tendencia a ser “*sociedades de consumo*”, puesto que el desarrollo de las mismas lleva a cada sociedad a consumir productos, no para satisfacer necesidades, sino, para satisfacer caprichos, e inclusive, nuevas necesidades; la sociedad patoja no es la excepción, el consumismo es una realidad que cada vez mas toca a los ciudadanos del mundo, la globalización y demás procesos llevan a niveles de consumo nunca antes vistos, y además, de productos virtualmente innecesarios para la vida de cualquier ser humano, este es el caso de los licores, este producto, aunque no es necesario para la vida física del ser humano, se convirtió en un elemento apropiado como necesario para la vida en sociedad, ya sea por razones de tradición o cultura, por esto en Popayán, no es de extrañarse que, el número de sitios específicos para la venta y/o consumo de licores en la zona urbana este en aumento constante; pero, para el ámbito del presente texto, mi interés se centra en el tipo de licores y el nivel de consumo que se presenta en cada uno de los

bares tomados para la investigación, mencionados anteriormente, por esto a continuación realizare una descripción del consumo de licores según el bar:

3.1.1. “*Motivos*” video-bar: Este bar se destaca por la oferta, demanda y consumo de licores fuertes, como el Aguardiente Caucano, de la industria licorera del cauca (I.L.C.), en dos de sus presentaciones principales, tradicional –el de tapa y etiqueta verde-, y light –el de tapa y etiqueta azul-; otro de los licores ofrecidos y de consumo habitual dentro del bar es el Ron Viejo de Caldas, de la industria licorera de Caldas (I.L.C.), siendo este ultimo desplazado en cuestiones de ventas por el aguardiente light de la I.L.C.

Otros de los licores ofrecidos dentro del bar son: distintas marcas de cerveza (póker, club Colombia, reds, alta), champaña, vino, piña colada, crema de wiski, wiski, vodka, tequila, cocteles y demás productos poco conocidos y de venta y consumo casi nulo.

3.1.2. “*Arkano*” bar: En este bar el consumo de licores varia entre tres productos, Aguardiente Caucano –tradicional y light- de la I.L.C., Ron Viejo de Caldas de la I.L.C., cerveza club Colombia y cerveza póker, pero el mayor consumo por parte de la clientela se presenta hacia el aguardiente Caucano light y la cerveza póker.

Otros de los licores ofrecidos dentro del bar son: cerveza Reds, champaña, piña colada, crema de wiski, wiski.

3.1.3. “*Anarkos*” bar: En este bar la oferta, demanda y consumo de licores varia, principalmente entre dos productos, aguardiente caucano y cerveza póker, siendo este ultimo producto el de mayor consumo dentro del bar, esto no significa que el aguardiente Caucano no tenga cierta demanda dentro del establecimiento.

Otros de los licores ofrecidos dentro del bar son: distintas marcas de cerveza (club Colombia y Reds), vino, piña colada, crema de wiski, wiski y vodka.

### **3.2. CONCEPCIONES EMIC DEL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS AL INTERIOR DE LOS BARES**

#### **3.2.1. El ¿por qué? Del consumo de licor (según el tipo y/o marca)**

El consumo de licor se da en las personas por los efectos que este produce dentro del organismo, que van desde relajación, alegría, euforia, desinhibición, hasta llegar a estados alterados en el organismo como, visión borrosa, pérdida del equilibrio, inconciencia, intoxicación, esta última situación puede llegar a ser fatal; pero, al preguntar a las personas las razones que los llevan a consumir un determinado licor se entrelazan en las respuestas razones tanto sociales como modismos.

Las siguientes tres entrevistas son una muestra que identifica las voces de los consumidores, las razones y el por qué tomar o no una determinada bebida alcohólica, teniendo en cuenta, claro esta, los gustos con los que se identifica una gran parte de la comunidad consumidora de licor; aunque existen razones psicológicas por las cuales un individuo puede o no consumir licor, en los casos vistos en las entrevistas se identificó que un promedio superior al 90% lo consumen por diversas razones, tales como diversión, compartir con los amigos (as) o con la pareja, para salir de la monotonía que les plantea la cotidianidad, e

inclusive por costumbre, además de un gusto hacia el licor y sus efectos<sup>8</sup>; a continuación citare tres entrevistas que sirven de muestra, con respecto a las voces en general de los tres bares:

A. Mario, 23 años de edad, entrevista realizada el 11 de junio del 2011, 11:36 P.M., en “*Motivos*” video-bar:

- ¿Cuál es su bebida preferida? Y ¿por qué?
- *“pues a mi, la verdad, me gusta el ron, y el porqué, pues, ha de ser porque siempre e tomado eso (...) ese fue el trago con el que aprendí a tomar”*
- Entonces ¿nunca tomas aguardiente u otra vaina<sup>9</sup>?
- *“si claro, de vez en cuando, pero eso me lo tomo es depende de con quien ande ¿¿si me entiende!?, porque la vaina es que lo que me gusta a mi, no siempre le gusta al parche<sup>10</sup>, sobretodo por las viejas, ellas son siempre las complicadas y las que al final terminan decidiendo que tomar, pero por ejemplo si me da por salir solo, como en plan de buscar a ver que cae, ps (puesto que) ahí si me tomo mis roncitos<sup>11</sup>, como ahora”*
- Entonces para vos ¿Qué diferencia al ron? Por ejemplo, del aguardiente.
- *“uy, ps ahí si grave, no ve que el ron sabe mas rico, es mas caro pero es que el sabor no se compara, además, cuanto tomo aguardiente al otro día amanezco con un guayabo<sup>12</sup> ni el hp (hijo de puta o hijueputa)”*

Esta primera entrevista citada, es una muestra clara con respecto a la renuencia al cambio con respecto al consumo de licor, la justificación básica expresada es, inicialmente por gusto, pero el aspecto que posee mayor profundidad es “el trago con el que aprendí a tomar”, siendo estas dos variables una constante con respecto al 33% de hombres y 11% de mujeres encuestados; así mismo, el sabor

---

<sup>8</sup> Para ampliar esta información con datos más precisos sobre la presente investigación, ver tabulación de pregunta 7 de la encuesta realizada, pagina 113.

<sup>9</sup> Hace referencia a una cosa cualquiera, en este caso bebidas con alcohol.

<sup>10</sup> Para este caso, se toma la palabra para definir a un grupo de personas.

<sup>11</sup> Diminutivo de “Ron”; copas pequeñas con ron.

<sup>12</sup> Malestar que se produce por la ingesta excesiva de licor; también conocido como resaca.

es la mayor razón por la cual mas del 90% de las mujeres encuestadas no les agrada este licor, siendo esta una variable para la preferencia del consumo; además, debe tenerse en cuenta que una variable especifica del tipo de licor a consumir es, la posibilidad de interacción interpersonal con otras personas, dicho de otra forma, el grupo de personas con quien se realice el consumo, teniendo una variabilidad con respecto al genero sexual, si son solo hombres, el sabor no importa, pero si en el grupo hay por lo menos entre una y mas de una mujer, la decisión varia drásticamente, a pesar de los efectos del tipo de licor en el cuerpo.

B. Arturo, 33 años de edad, entrevista realizada el 5 de junio del 2011, 2:14 A.M., en “Arkano” Bar:

- ¿Cuál es su bebida preferida? Y ¿por qué?
- *“pues ahora es el aguardiente, porque yo antes solo tomaba ron, pero ahora no salgo del tapa azul, y es porque, como a todos les dio por tomar ese aguardiente, me dio por probarlo, (...) siempre me ofrecían trago y siempre era ese, así que a la larga me termine gustando, y ps la novia que tenia en esos días (...) a ella le gustaba solo tomar eso, porque el ron le caía mal, y eso comprar media de aguardiente para ella y media de ron para mi, ps me salía muy caro, así que por eso le termine cogiendo el gusto al aguardiente”*
- Entonces ¿te sigue gustando el ron?
- *“si claro, el ron es muy rico, eso cuando las degustadoras van al bar, aprovecho y me tomo por ahí un litro<sup>13</sup>, mas o menos, pero el lio es que eso de revolver me cae mal, y como ahí los conocidos casi siempre les da por tomar con uno, ellos compran es aguardiente y pues eso si me patea<sup>14</sup> aduro, sobre todo después de la una mas o menos, que es cuando mas duro coge<sup>15</sup> el trago”*
- Entonces, según tu opinión ¿Qué diferencia hay entre el aguardiente y el ron?

---

<sup>13</sup> Botella grande de licor, se le llama también litro a la botella que contiene 750cc.

<sup>14</sup> La expresión hace referencia a, un estado de alicoramamiento elevado.

<sup>15</sup> La palabra hace referencia a, los efectos del licor en el organismo.

- *“Pues sobretodo, el sabor, el tapa azul entra mas suavemente, ese casi ni se siente, pero después de las primeras copas ¡claro!, en cambio el ron, ese si quema al principio, pero eso es lo sabroso y al mismo tiempo el lio para las bebes<sup>16</sup>, porque a ellas les sabe feo, además el ron coge mas duro, un litro rinde mas que uno de aguardiente, porque uno queda mas prendo<sup>17</sup> y pues eso es lo chévere”*

En esta segunda entrevista se percibe, al analizar lo expresado por el entrevistado que, en la mayoría de las ocasiones que se presenta un cambio con respecto al tipo de licor consumido, esta ligado, no a los gustos de los bebedores, sino, a situaciones sociales que desbordan en el cambio tácito de los gustos al consumir un licor en específico, puesto que queda claro, que por experiencia, los bebedores no consumen mas de un tipo de licor en la noche, ya sea por los efectos posteriores o por que se llega al estado de embriaguez con mayor velocidad – medicamento tampoco es recomendado-. La aceptación de los congéneres del mismo sexo y del sexo opuesto, sumado a la presión social -que al parecer esta impresa en los seres humanos-, se terminan sumando para que los procesos de cambio se den en el contexto del bar, percibiéndose inicialmente como moda; además, la variable a destacar esta en, los efectos en el cuerpo, siendo el proceso previo a la embriaguez un estado agradable, no solo en el entrevistado, sino en la mayoría de los bebedores habituales.

C. Lucho, 35 años de edad, entrevista realizada el 7 de octubre del 2011, 12:28 P.M., en “Anarkos” Bar:

- ¿Cuál es su bebida preferida? Y ¿por qué?
- *“No ps lo que vos haz visto, yo solo tomo cerveza club [Colombia], ese es mi único vicio, eso a mi ni ron, ni aguardiente, ni nada de esas otras maricadas<sup>18</sup> me gusta tomar, no es que las rechace pero eso si, si me preguntan, yo no cambio la cerveza”*
- ¿vos nunca tomas otra vaina entonces?

<sup>16</sup> Son mujeres jóvenes que acostumbran consumir licor en grandes cantidades; bebedoras de licor.

<sup>17</sup> Estado de alicoramiento intermedio, previo a la embriaguez.

<sup>18</sup> Hace referencia a otras cosas, en este caso a, otro tipo de licores.

- *“si claro, pero eso es sobretodo cuando la jermu (mujer<sup>19</sup>) viene, por que a ella le gusta disque el wiski, ella como es oficial del ejercito, se las pica<sup>20</sup> a mucho y pues a mi también me toca picarmelas<sup>21</sup> con ella, como ella es la que gasta, a mi me toca aguantarme y tomarme esa agua sucia, que a larga ps lo emborracha y ya”*
- *¿Qué es lo que mas te gusta de la cerveza?*
- *“ahí si yo no se, me imagino que es el sabor, porque a mi si me gusta emborracharme, pero por poquitos y la cerveza si es buena para eso, uno se demora y le va cogiendo de a poquitos, además es amarga pero suave, así es que me gustan los tragos, en cambio los otros, esos abecés pasan es en reversa<sup>22</sup> y ps así tampoco aguanta”*

En esta tercera entrevista se puede destacar, inicialmente, el grupo que posee la cerveza como una paradigma de consumo, esto porque entre los bebedores habituales, consumir cerveza, sin importar la marca, es asimilado como tomar un refresco con cantidades mínimas de alcohol; como segundo punto a destacar, se puede analizar el licor como símbolo de estatus, dependiendo del puesto de poder que se tiene dentro de la sociedad se expresa como casi obligatorio consumir un tipo de licor que se encuentre a la altura del puesto, sin importar si gusta al paladar o no; además también se reafirma la posición que, el gusto por los licores esta ligado de forma directa a los efectos en el cuerpo, siendo mas preciso, a los estados previos a la embriaguez, que se conoce popularmente como *“estar prendo”* o *“prendido”*, y en segunda medida, al sabor de los mismos.

Los motivos sociales aparecen como un integrante específico en las razones del consumo, al igual que los modismos, siendo una forma de percibir la cotidianidad del mismo, mas no, una apropiación directa hacia las bebidas que se producen en la región, siendo esto una variable a tener en cuenta, *“el consumo de licor no esta*

---

<sup>19</sup> Se usa esta palabra como termino para designar a la compañera sentimental.

<sup>20</sup> La expresión *“se las pica”* hace referencia a las personas que se consideran superiores a las otras personas.

<sup>21</sup> Dícese de la persona que se autodenomina como superior a las demás personas.

<sup>22</sup> La expresión *“pasan en reversa”* en cuestiones de consumo de licor hace referencia a, mal sabor, dificultad para consumir o pasar por la garganta.

*ligado a la producción local, sino, a la tradición del consumo”*, pero ¿Qué significa esto en palabras simples?, es la escueta forma en que los licores entran en las tradiciones de las personas, que son expresadas en la forma de pensar al decidir sobre que licor tomar y los efectos del mismo en el organismo, puesto que los grados de alcohol de la bebida no son un determinante radical, sino la tradición del licor al consumirlo y ofrecerlo en sociedad.

### **3.2.2. Aspectos socioculturales del inicio del consumo de licor**

En este punto me centrare a identificar el momento de contacto entre las personas y el licor, y por qué medios se dio esto, puesto que una de las cuestiones principales de la investigación es centrar si el licor es un aspecto cultural o una tradición que se esta convirtiendo en algo problemático para la sociedad, teniendo en cuenta esto citare algunas entrevistas para dilucidar el punto.

Estas entrevistas son un ejemplo del contacto entre el licor y la población en general, encontrándose en los datos de las entrevistas, tanto formales como informales, que el promedio de inicio del consumo entre la población masculina se da entre los 13 y los 15 años de edad<sup>23</sup>, y de la población femenina entre los 16 y 18 años de edad; mas no el acercamiento inicial con el licor como bebida, puesto que, al ser un elemento de consumo regular entre la sociedad las personas desde muy temprana edad conocen el producto y sus efectos al observar, muchas veces al conjunto familiar, actividades que implican la demanda de bebidas alcohólicas, la ingesta de este y sus efectos mas mediáticos en el cuerpo de los consumidores, además se hace la relación entre festividades o situaciones especiales con el

---

<sup>23</sup> Para ampliar esta información con datos más precisos sobre la presente investigación, ver tabulación de pregunta 1 de la encuesta realizada, pagina 107.



consumo de bebidas alcohólicas por parte de la sociedad desde edades tempranas<sup>24</sup>.

A. “*El flaco*”, 26 años de edad, entrevista realizada el 6 de junio del 2011, 9:15 P.M., en “*Motivos*” video-bar:

- ¿A que edad probaste por primera vez bebidas alcohólicas?
- *“Uy pues, así que se diga probar, probar, no recuerdo con exactitud, porque eso fue... un conchito que dejaron en una copa en una fiesta de la madre en el colegio cuando yo estaba bien culicagado<sup>25</sup>, pero así que me acuerde bien, fue como a los 14 años con unos parceros<sup>26</sup> del barrio, y pues de ahí en adelante ya le cogí como cariño.”*

En esta entrevista se logra distinguir un punto importante acerca del contacto de la población con el licor, la curiosidad, esto por la cotidianidad del licor para conmemorar fechas especiales, además del aprendizaje por observación -si los padres toman, ¡¿porque los hijos no han de hacerlo?!-, en segunda media, el contacto con el licor como símbolo de crecimiento y aceptación social, puesto que como es sabido por la sociedad general, se toma en grupos de adolescentes – sobre todo en hombres-, como rito de paso, para demostrar la valía dentro del grupo.

B. “*Fercho*”, 32 años de edad, entrevista realizada el 1 de julio del 2011, 8:05 P.M., en “*Arkano*” Bar:

- ¿A que edad probaste por primera vez bebidas alcohólicas?
- *“Haber, es si esta fácil porque la primera vez que probé trago, también fue la primera vez que me emborrache, eso fue con mi primo (...) y con mi tío (...) en mi casa cuando recién había cumplido los 13 años, y esa fue la excusa, que disque*

---

<sup>24</sup> Para ampliar esta información con datos más precisos sobre la presente investigación, ver tabulación de pregunta 10 de la encuesta realizada, pagina 118.

<sup>25</sup> La palabra hace referencia a, de edad joven o menor de edad.

<sup>26</sup> La palabra hace referencia a, amigos íntimos o buenos amigos.

*porque ya estaba grande me encendieron a dar me aguardiente hasta que me emborracharon, eso mi mamá cuando llego, porque fue por la tarde, disque les metió una cantaletuada<sup>27</sup> a ellos, como seria que yo ni me acuerdo de lo malo que estaba, y ellos disque<sup>28</sup> ríase porque yo me puse a llorar y ha llamar a mi papá.”*

En este segundo caso, es mucho más visible como el licor cumple una función ritual, como rito de paso, de niño a joven adulto, situación que se presenta en contextos familiares, en donde algunos de los mayores brindan y retan a los menores a consumir licor, esta situación se da en un numero no determinado de familias y este escenario se sale de las fronteras del estudio, puesto que el licor y su consumo tiene un carácter global.

C. Gladis, 30 años de edad, entrevista realizada el 8 de octubre del 2011, 9:40 P.M., en “Anarkos” Bar:

- ¿A que edad probaste por primera vez bebidas alcohólicas?
- *“Mmm... juliansito, la verdad y aunque no me crea, eso fue cuando tenia mas o menos 16 años, en la fiesta de 15 de una amiga, y eso fue precisamente con mi grupito de amigas, eso empezamos despacito con champaña, porque la dichosa fiesta estaba muy aburrida, y eso luego de un rato seguimos con aguardiente que nos dieron unos familiares de la cumpleañera, y ahí si eso me prendió rapidísimo, como era la primera vez ps que yo medio tomaba bastante (...), y eso baile después, y copa va, y copa viene, y cuando menos me di cuenta ya estaba mal, antes la fiesta era donde una vecina sino dígame como llego a mi casa.”*

En esta entrevista cabe destacar, como análisis para sociedades que, los grupos se distinguen por géneros en los cuales la cofradía y el rito para el consumo es distinto, tanto en las edades como en la forma de ofrecimiento, puesto que el genero femenino tiene la tendencia a ser mas reservada con respecto a lo que consume y donde lo hace, puesto que si no se sientes seguras, prefieren no

---

<sup>27</sup> Expresión para referirse a regaño simple o reprimenda repetitiva y constante.

<sup>28</sup> La palabra hace referencia a, un supuesto o posibilidad.

hacerlo; además, para el género femenino, el consumo de licor no es visto como un rito de paso para ser mujer, solo hacen, en su acercamiento inicial por los posibles estados desinhibitorios.

Los elementos que pueden particularizarse hacia la sociedad de Popayán, es la permisividad del consumo, esto puesto que, tan solo 5 de los 36 entrevistados (2 hombres, 3 mujeres) expresaron “*tomar*” por primera vez después de los 18 años de edad, dejando claro que la obtención de licores se facilita sin importar la edad, pero esto no significa que el contacto inicial con el licor se diera a dicha edad, puesto que, queda clara la distinción entre “*tomar*” y probar por primera vez el licor, asimilando el “*tomar*” como, consumir licor en grandes cantidades, llegando a al estado de embriaguez o casi; además, dentro de la sociedad patoja ¿Cuál es la edad optima para empezar la ingesta de licores?, según la muestra de la encuesta, esto varia según el género sexual, dejando esto al libre albedrío en la adolescencia sin reparos por la sociedad en general, dejando como aspecto de la tradición de la sociedad, el consumir licor a edades tempranas y acortando, al parecer, la edad de inicio de consumo de licor, a medida de los cambios generacionales.

### **3.2.3. Nivel de inversión económica mensual en el consumo de licores**

El concepto de “*economía*” en la sociedad general dista mucho de lo que realmente es, una ciencia que estudia el intercambio, producción y distribución de bienes y servicios, puesto que para la sociedad del común es tan solo, los elementos que con el dinero tienen que ver, teniendo esto en cuenta se indago de forma abierta el promedio de gasto de las personas con respecto al consumo de licor, llevándome una sorpresa con respecto a ello; en la actualidad y en los bares habitan dos

grupos de personas, los consumidores esporádicos y los consumidores habituales; siendo los primeros, los que organizan su presupuesto mensual de forma que toman un porcentaje de su salario para el ocio, la diversión o dispersión de la cotidianidad, estando ahí inmerso el consumo de licor, no como un elemento de la cotidianidad, sino, como una posibilidad; por otra parte, los consumidores habituales, no organizan su presupuesto salarial de forma ordenada para el ocio, la diversión o dispersión, sino, de forma externa a estos, observándose que en realidad no es un tomado ni organizado como gasto, en cambio es, una suerte de endeudamiento, puesto que perciben su inversión salarial al licor, no al obtener el dinero, sino antes de ello, pensando en cuanto se pueden endeudar para su diversión, nivelándose con el salario a recibir.

El porcentaje de lo que se considera “*inversión*” por los bebedores habituales tiene una variación muy pronunciada con respecto al salario devengado, pero a su vez con una constante con respecto al promedio gastado dentro de los establecimientos públicos donde se centro el trabajo, expresado de otra forma, a mayor salario devengado, mayor es el nivel de endeudamiento con respecto al licor, manteniendo siempre un promedio de 100.000 pesos colombianos, como mínimo, reservados exclusivamente al licor, teniendo en cuenta, claro esta, que los consumidores habituales tienen la tendencia a reunirse en pequeños grupos para maximizar el presupuesto, convirtiendo así un gasto o endeudamiento premeditado, en un ritual de interacción social<sup>29</sup>.

#### **3.2.4. Consumo e identidad cultural**

De forma general los seres humanos buscan identificarse con un “*algo*” cultural, que les de un sentido de pertenencia dentro de una población, en el caso de

---

<sup>29</sup> Para ampliar esta información con datos más precisos sobre la presente investigación, ver tabulación de pregunta 11 de la encuesta realizada, pagina 120.

Popayán la comunidad en general posee la tendencia a identificarse con los elementos mas icónicos de la ciudad, ya sean materiales o no, algunos de estos elementos son: las iglesias, el sector histórico de la ciudad, la semana santa, la religiosidad que en la ciudad esta presente en casi todos sus ámbitos, la política, la comida, etcétera, esta identidad dispersa pone a la sociedad de la misma forma, dispersa o sectorizada –valga la redundancia-, ante una identificación como Patojos, Popayanejos o Payaneses y menos aun como Caucanos, esto no significa que no haya una identificación con el territorio, es solo que no hay una identificación con una generalidad del territorio, con la cultura como tal, la expresión general se direcciona hacia el aislamiento de los elementos que comprenden la expresión cultural de una ciudad, esto puede traducirse en, la falta de identidad con los aspectos locales, ya sean elementos físicos o inmateriales, entrando en este aspecto la empresa caucana, siendo mas preciso y puntual para la investigación del texto, la Industria Licorera del Cauca y sus productos, la realidad de este hecho expresa que, la comunidad consumidora de licor en la ciudad, que además es de la ciudad, no consume el licor de la ciudad por identificación con la industria, es tan simple como “*porque no hay mas*”, pero la expresividad básica encontrada para el consumo de determinados productos se traduce en “*costumbre*”, esta situación se termina dando en la tradición del consumo de licor, no en la marca ni en el sitio de producción.

Los procesos que competen al consumo y la tradición cultural están ligados de forma directa al margen de consumo de licor en los espacios y situaciones que dispone la sociedad para que este se de, expresado de forma mas descriptiva, el rechazar licor ofrecido en función de la amistad es símbolo automático de rechazo, no solo de la amistad sino también de la persona que lo brinda; el proceso identitario en este caso se encamina hacia, la función que cumple el licor dentro de la sociedad como tradición dentro de los grupos familiares y de amigos, mas que como aspecto cultural.

### **3.3. EL LICOR Y EL BAR COMO ELEMENTOS DE DESAHOGO**

A pesar que, como ya se ha expresado en el texto, las personas en Popayán poseen la tendencia de consumir licor para salir de la monotonía de la ciudad, que además de no ser muy grande, no ofrece muchas opciones para la dispersión de la sociedad adulta en general, es por esto que el bar y el licor se convierte en una acción grupal, cotidiana y que se encuentra en boca de las personas cada vez que se conversa con respecto al ¿Qué hacer un fin de semana o con el tiempo libre?, al tener esto en cuenta no es de extrañar que la tendencia al consumo de licor en la población joven tenga unos índices elevados, no solo en la ciudad de Popayán, sino en América Latina –y en gran parte del mundo, pero esta afirmación abarca un espectro más amplio que el tratado en esta investigación-, la liberación de la aflicción que termina siendo el contexto social urbano para algunos de sus habitantes termina dando como resultado la cotidianidad de algo mal visto, pero aceptado; esto en términos generales pero, a continuación puntualizaremos los aspectos que conforman la liberación del contexto urbano de la ciudad de Popayán con el licor, bajo el velo del contexto del bar.

#### **3.3.1. El ciudadano común, el bar y el licor**

Aunque lo que se considera ciudadano común abarca un ámbito muy amplio, la mayor parte de la muestra tomada para la investigación se consideran a sí mismos como “*ciudadanos comunes*” esto por la distinción que realiza la sociedad entre, “*ellos*” y “*nosotros*”, siendo “*ellos*”, personas que ejercen alguna labor que implica una responsabilidad mayor con la ciudadanía, ejemplo de “*ellos*” son: los militares

y policías. Aunque la distinción abarca muchas más categorías, me centrare inicialmente con las formas de desahogo del ciudadano común.

Las múltiples formas de dispersión de la ciudadanía se encuentran expresadas en realizar acciones no cotidianas, la dificultad de ello se da entre lo que se puede hacer y lo que en realidad se desea hacer, entre esta dicotomía se encuentran múltiples situaciones que conllevan la dispersión del ser y el desahogo del estrés, o tensión, causada por diversas razones, en el caso de los ciudadanos comunes se logra liberar dicha tensión de múltiples formas, tanto legales como ilegales, para el caso del presente texto, los ciudadanos tienen la tendencia a optar por los métodos legales, y dispuestos para que la dispersión se de sin mayores complicaciones, en el bar el desahogo se da inicialmente por medio del licor, ya que este se consume dentro de espacios completamente propicios para la liberación de tensiones, pero ¿esto como se termina dando?, la observación simple da las siguientes pautas que expresan el desahogo: el baile, charlar casi a gritos, gritar como expresión de diversión, relacionarse abiertamente con otras personas e inclusive puede terminar en relaciones sexuales; estas situaciones son el resultado absoluto de la desinhibición tanto del cuerpo como de la mente de las personas, esta situación es atribuible en gran medida a los efectos del licor, pero en un porcentaje muy bajo, esta situación se da por el contexto, puesto que el licor se convierte en un intoxicante, pero el contexto del bar es el espacio propicio, que además es pensado, para que estos propósitos se den.

### **3.3.2. El policía en descanso, el bar y el licor**

¿Por qué el policía en descanso?, la situación del desahogo analizada de forma somera debe percibirse desde distintos puntos de vista, sin entrar en posibles discusiones clasistas, pero si percibiendo las separaciones tacitas que se realizan

entre las personas que en el bar habitan (los meseros, porteros, administrador, dueños, discómanos, clientela habitual, etcétera.), en este análisis debe entonces tenerse en cuenta al “*agente del orden*” que al tener tiempo libre se disfraza de “*civil*” o “*ciudadano del común*”, de forma interesante la liberación de tensión en esta población, no se da por completo, esto puesto que, dentro o fuera del bar, en estado de alicoramiento o sin el, el adiestramiento impartido dentro de la institución policiaca se mantiene, esperando, de forma extraña, ser tratados por el personal de atención de los bares, como personas preferenciales en todos los espacios, parafraseando al “*flaco*”, uno de los meseros de “*Motivos video-bar*”: “*ellos se les nota lo que son, siempre vienen armados, quieren hacer lo que se les da la gana, siempre piden rebaja por todo y nunca dejan propina (...) ellos siempre son altaneros los muy...*”, entonces, ¿Qué es el desahogo para ellos?, la comprensión de los estados alterados de diversos grupos es comparable, pero en este caso, la expresión para definir el desahogo se liga de forma directa a la ebriedad, a buscar relaciones intempestivas e intentar realizar múltiples acciones de desahogo en un tiempo muy limitado, pero sin dejar de ser quienes son, situación contraria a la “*población común*”.

Bajo los aspectos sociales, la población general no posee una buena concepción de los integrantes de las fuerzas policíacas, tanto dentro como fuera del bar, esto se denota de mayor forma al percibir los grupos de personas que acompañan a uno o mas policías al bar, todos pertenecen a la institución o son familiares, esta situación se da por una suerte de estigmatización que padecen los miembros de dicha institución, pero ¿esta situación por que se da?, la respuesta a este hecho se puede tomar desde la perspectiva ya citada anteriormente, pero la realidad es el generalizado repudio hacia los abusos que continuamente cometen los miembros de la institución policial ante la sociedad civil, por esto los acompañantes suelen ser siempre congéneres de la institución. En el caso de la compañía femenina se presenta un hecho que cabe resaltar, puesto que la tendencia es, a ser siempre las mismas mujeres quienes comparten en el bar con los policías en descanso, a pesar que sus acompañantes pocas veces sean los



mismos, pero que significa esto, ¿será que los policías tienen la tendencia a compartir mujeres?, ¿hay mujeres que gustan exclusivamente de policías?, ¿los sitios donde los policías encuentran compañía femenina siempre son los mismos? O ¿simplemente comparten gustos?, la realidad con respecto a este hecho es que, aplican todas las posibilidades e inclusive variables no tomadas en cuenta, como las variables psicológicas, en tal caso, la situación con respecto a los agentes de policía es que, el desahogo en ellos es una posibilidad que deja muchas dudas, ya sea por los niveles de estrés que ellos padecen que requeriría un estudio más profundo o que el proceso de adiestramiento en la institución policial los obliga a presentarse ante la sociedad como personajes con fortaleza, sin tensiones con respecto a su rutina.

Uno de los principales efectos del licor en el organismo se da en la mente, en las acciones y el comportamiento en general, pero a veces se presentan situaciones en las que hacen que los seres expresen sucesos vividos que desean nunca ser revelados, pero que de forma contradictoria revelan los mismos autores, como una forma de confesión, este escenario se me presentó en algunas de las ocasiones en que termine compartiendo en cofradía con algunos agentes policiales, en los que, para ellos expresar su nivel de confianza me contaron de forma aislada situaciones ilegales realizadas por ellos, algunas de estas muy comunes como: pedir o exigir sobornos, consumir drogas o licor en medio de sus turnos, golpear de forma indiscriminada a alguien que sabían que nunca los denunciaría, etcétera; pero hay dos historias que deseo plasmar en forma de paráfrasis en este texto, por razones personales se cambiarán los nombres de los autores:

A. Un fin de semana cualquiera mientras compartía unas copas de aguardiente con un agente de policía de mediano rango al cual llamare "*Medina*", entre charla y charla, me comentaba de forma jocosa las peripecias que se hacen dentro de la institución para obtener recursos extra, todas estas situaciones ilegales, pero muy bien conocidas por la sociedad, pero entre estas una historia

me asombro (lo siguiente es paráfrasis de la conversación, puesto que no fue una entrevista, solo una charla informal dentro del trabajo de campo):

*“si vieras la otra vez” -expresa Medina- “allá en ese pueblo donde me habían trasladado me termine metiendo con una vieja, como mi mujer y mi moza se quedaron acá en popa (Popayán), pues me toco buscar con quien distraerme, y esa puta había tenido un exnovio cansón, y le a dado por montarmela<sup>30</sup>, de amenazarme y todo, que me iba cascar (golpear) y no sé que mas maricadas, hasta que ya me aburrí y si, de una le dije a un conocido que me prestara la moto, le quite la placa, me vestí de civil, y me fui enfierrado (con el arma de fuego) a buscarlo, hasta que lo pille, como ya era de noche aproveche y ¡tras!, sus tres plomasos le pegue<sup>31</sup>, y tan de malas yo que ese guevón (hombre, persona) no se murió, ¡nooo...!, ahí si de una, llame a mi capitán y pues me toco montarle una historia, que me tenían amenazado, que era un man (hombre, persona) de la guerrilla y que ese man ya me tenia pistiado<sup>32</sup> y todo, ahí si de una, eso como en la mañana mandaron hasta helicóptero a recogerme; si pilla como son las vueltas, todo por un culito y me salió mal, ahora un parcero de acá que termino con la mujer, le vamos a hacer la vuelta al man que se la tumbo, para que aprenda a no meterse con mujer de otro...”*

La conversación prosiguió hasta altas horas de la madrugada, pero internamente no sabia como reaccionar, el licor me ayudo a sobrellevar la frialdad con que se expresa la muerte entre personas que se supone se dedican a la protección del ciudadano, pero la situación me dio una perspectiva distinta con respecto a los alcances que tiene una persona armada y entrenada.

B. Trabajando en uno de los bares como mesero, se presentan múltiples historias, anécdotas agradables y desagradables, personas y reflexiones, una de estas situaciones se dio con un personaje al cual llamare “Muñiz”, un policía

---

<sup>30</sup> Expresión utilizada para hacer referencia al acoso incomodo producido entre dos personas.

<sup>31</sup> La expresión hace referencia que, impacto con disparos el cuerpo de alguien.

<sup>32</sup> Palabra que hace referencia a, que se realizo seguimiento y se tiene registro de la rutina de la persona.

patrullero que había visto en anteriores ocasiones y tenía la fama de “torcido”<sup>33</sup>, al cual le había servido su segundo litro de Ron, “Muñiz” amablemente cada vez que me veía pasar me ofrecía una copa de licor, en tanto me preguntaba por alguna mujer que estuviese dentro del establecimiento, así que yo, con la amabilidad que me destaca le recomendé un par de jóvenes alegres y divertidas que se encontraban un par de mesas mas adelante, en ese momento el sonrió y me expreso (lo siguiente es paráfrasis de la conversación, puesto que no fue una entrevista, solo una charla informal dentro del trabajo de campo):

*“no gracias, si yo a ellas ya las conozco, son chéveres pero como para ahora no, tal vez mas tarde y si es que no cae nadie mas (...), yo hace tiempito ya salía con ellas pero el lio es que viven muy lejos, eso es de la variante para arriba (...), la otra vez se me ocurrió llevarlas, el lio era que no sabia donde vivían, eso habíamos estado tomando con un colega, ella, la monita y la otra que es la hermana, se acabó la rumba y pues arrancamos en el carro todos borrachos, cuando por allá en la variante no me lleve a un man, le pegue que levantada con el carro, entonces frene para ver como estaba, cuando me di cuenta que estaba todavía vivo, entonces me devolví al carro a sacar el revolver pues para matarlo, para evitar luego líos, ¡¿y puedes creer que esas viejas no me dejaron pegarle el tiro (disparo)?!, al menos estaba obscuro y no me pudo coger las pacas (...), por eso es que con ellas, pues bien para la rumba, pero ya”*

Felizmente yo debía seguir trabajando, porque en ese momento me asuste al no saber como responder, no pregunte nada y no me intereso saber mas, seguí recibiendo las copas de licor que me brindaba, pero de manera personal preferí alejarme y no entablar mas conversaciones con “Muñiz”.

Las historias de vida que se terminan presentando y exponiendo, muchas veces con desconocidos, terminan siendo las muestras básicas de la multiplicidad de formas que produce una sociedad contemporánea en pro de la estabilidad de la misma, el desorden que en conjunto termina siendo la cultura forma en ocasiones

---

<sup>33</sup> La palabra puede hacer referencia a múltiples cosa, en esta situación se refiere a persona corrupta.

posibles aberraciones dentro de la sociedad, que como quimeras parecen ser seres humanos normales, pero que pueden y terminan siendo las perversiones de la sociedad.

### **3.3.3. El militar en descanso, el bar y el licor**

El caso de los militares en descanso y el desahogo, aunque se puede pensar que tiene grandes similitudes con los policías en descanso esto dista mucho de la realidad, la situación con los militares es mucho más delicada de tratar; el analizar a este grupo no presenta dificultades mayores dentro del contexto del bar, esto se da por la amabilidad y reciprocidad que expresan, la dificultad se termina presentando en el proceso de compenetración que se sucede, esto por las muestras de distensión psicológica que se da, mas aun cuando esto se acompaña de licor; inicialmente se debe resaltar que, por lo general los grupos de militares que se dirigen hacia el bar son, soldados profesionales que se encuentran de permiso tras largas temporadas en "*el monte*" -como ellos lo llaman-, por esto el desahogo, en lo que a los soldados respecta, se da de forma intensa, esto porque ellos consideran de forma general, "*el monte*" como una especie de cárcel, esta situación se presenta por las similitudes entre lo uno y lo otro, por ejemplo: (1) alimentación mala, (2) aislamiento de la sociedad, (3) deben protegerse entre sus congéneres o colegas, (4) pésimas condiciones de salubridad, (5) solo hay hombres en la tropa, (6) las visitas son poco periódicas, (7) se terminan acumulando niveles de estrés insospechados pero que producen traumas psicologicos, etcétera, la realidad de estos grupos se encuentra plasmada de opresión y encierro, por esto no cabe de extrañar que, uno de los sitios predilectos para pasar sus primeros días de descanso en la ciudad sean los bares, o uno de ellos, en donde se reúnen en gran cantidad para consumir licor y muchas veces

drogas ilegales, con algunas mujeres, pero los elementos de mayor interés son, las confesiones que terminan realizando, en donde después de unos tragos, liberan el estrés por medio de palabras y de forma muy común, lagrimas; por lo general los militares que se han encontrado en combate presentan estrés postraumático, enfermedad bastante común en Colombia, por esto y como exprese anteriormente, el analizar a los grupos de militares en descanso es una cuestión un poco mas delicada al tener en cuenta los traumas sufridos, como: ver cuerpos desollados, compañeros fallecidos, cuerpos mutilados, heridas graves, agonías previas al fallecimiento; este es un pequeño resumen de las múltiples situaciones que expresan haber vivido en corto tiempo como soldados en combate.

A pesar que, con el consumo desmedido de licor se logran disipar ciertas tensiones de forma momentánea, este en realidad logra dar un efecto de liberación mental a corto plazo y mediano plazo, puesto que con el desvanecimiento de las reglamentaciones sociales civiles y militares permiten un efecto catártico en los militares en descanso, estos terminan expresando sus cúmulos de la noción de guerra en elementos de la sociedad que suponen no los juzgan, los casos mas comunes de liberación del combate en campo (tiempo de descanso) es irónicamente la mayor causa de traumas que procuran el estrés, en este caso debo anotar que esta situación aplica no a individuos, sino al grupo completo de militares liberados hacia el descanso, este es la muerte del enemigo en combate, este hecho termina siendo su salida de la prisión de la selva (*“el monte”*) y a la vez es una imagen que es recurrente en la embriaguez de los militares que combaten, como me expreso un soldado profesional en medio de la embriaguez, *“eso ni es bonito, ni se olvida”*; un elemento plasmable en la mayoría de los casos en los que ya han fallecido en conflicto tanto amigos como enemigos es, la perdida del valor de la vida, situación que en algunas ocasiones se termina expresando de forma fatal, un ejemplo de ello me lo dieron a conocer con un vigilante del sector del centro comercial *“Anarkos”*, puesto que un grupo de militares que se encontraban departiendo en el bar *“Motivos”* me conto la historia

del vigilante (parafraseando lo dicho): *“el antes era uno de nosotros, pero ese man tiene el genio atravesado y una vez, por que estaba bravo con un compañero, le metió un tiro en la cara con el fusil de él, por eso fue que lo sacaron”* (sábado 20 de agosto del 2010; militar desconocido), ejemplo simple de como la noción de las reglas básicas e inalienables del ser se nublan con respecto a los contextos y situaciones que se presentan, pero ¿esto es parte del desahogo?, dentro del contexto del bar se puede expresar que el desahogo no implica mas que, hacer todo lo que se les permite dentro del bar, tales como: tomar licor hasta la embriaguez, bailar sin importar como, dialogar con las personas del establecimiento (trabajadores y/o clientela), o inclusive realizar actos que a pesar que no son permitidos los realizan, como consumir algunas drogas ilegales y/o tener relaciones sexuales en los baños; el licor y el bar causa efectos distintos en las personas, pero en los militares profesionales que poseen una acumulación de estrés no cuantificable, produce un efecto de desinhibición que lo hace retornar a un estado medianamente apacible en medio de la sociedad.

#### **3.3.4. Los posicionamientos sociales**

Los imaginarios de la sociedad causan una percepción, esta a su vez termina convirtiéndose en una realidad subjetiva que demarca pertenencia a una clase económica determinada, este modelo colectivo es en últimas instancias deliberado para propósitos propios de la sociedad que maneja la percepción, por esto desde tiempos antiguos la posición social ha sido mas una percepción subjetiva que una realidad objetiva; pero ¿Cómo aplica esto al contexto del bar?, la imagen que se expresa hacia el publico tiene trascendencia básica dentro de la sociedad patoja, esto puesto que, no solo en los bares que se tomaron para hacer el trabajo, sino

en la mayoría de los bares de la ciudad, se expresa abiertamente la siguiente leyenda: “*se reserva el derecho de admisión*”, dicho de otra forma, según como se vea la persona se le permitirá o no la entrada al establecimiento, es por esto que, en ocasiones personas bien posicionadas en la sociedad, muchas veces a raíz de sus deudas pertenecen en lo económico en realidad a la “*clase*” pobre. La economía de las personas del común especialmente es una variable tan inestable que difícilmente se puede establecer un concepto tan fijo como CLASE a la misma. Pero si podemos hablar de percepción, de posición social el cual es un concepto muchísimo mas inestable, mas amplio y mas adecuado; para el caso del bar, es perceptible de forma casi inmediata la imagen a brindar por los individuos hacia el grupo de ciudadanos dentro del contexto, esto al analizar el aspecto que se desea mostrar, tanto por hombres como por mujeres, el intentar demostrar la pertenencia a una posición social mas elevada hace que el comportamiento llamativo se haga relucir, ya sea por el establecimiento en donde se dispersan, el material (licor) demandado, y la cantidad demandada (consumo); o por los ropajes con que disfrazan la apariencia, muchas veces acción fallida; esta situación también implica de forma directa a simular un nivel educacional mas elevado, ejemplo simple, la persona que se viste con traje de saco y corbata, que además al entablar conversaciones con extraños dentro del bar se hace pasar por abogado, fiscal, empresario, etcétera, mientras que en la realidad son trabajadores de alguna otra rama de nivel mas bajo, en este caso usare una expresión bastante popular “*la percha lo es todo*” o “*la pinta lo es todo*”, significado simple, el vestirse de determinada forma implica de forma determinada un juego de rol que aplica para la sociedad en general, la sociedad en la actualidad pasa por la etapa en que la posición mas que fingirse se genera a partir de la percepción, en el bar, quien aparenta ser adinerado y/o educado lo es dentro del marco y universo propio y limitado del mismo contexto, el bar.

### 3.4. EL LICOR, EL BAR Y PARTIDOS DE FÚTBOL

No es de extrañar que la filiación entre licor y fútbol sea de conocimiento global, en Colombia este es un “*problema*” que ha abarcado instancias superiores hasta llegar a decretar la ilegalidad para la venta y consumo de licor dentro de los estadios y sus alrededores, esto por las masivas expresiones de violencia que se dan por la mezcla de estos elementos (fútbol, licor y aficionados), la realidad tiene la tendencia de estigmatizar al licor como el culpable de la violencia en espacios donde eventos deportivos se desarrollan, pero desde una perspectiva lógica nace la siguiente pregunta, ¿es el licor el culpable de la violencia en el futbol? O ¿es una parte más que termina conformando esta problemática situación?, la realidad termina indicando que, la violencia es desencadenada por el público que observa los eventos deportivos, los cuales a su vez terminan dejándose controlar por los apasionamientos y las emociones, si esto anterior es sumado al estado desinhibitorio que produce el licor, es muy probable que se den dificultades, como: agresiones verbales y/o físicas; pero todo esto anterior ¿Qué tiene de relevante frente a la investigación?, a pesar que, en la ciudad de Popayán los eventos deportivos que suman gran afición sean limitados, no significa esto que dentro de la ciudad no hallan grandes grupos de aficionados a determinados deportes, como el futbol; en este caso los bares son uno de los espacios adoptados por algunos seguidores para observar por distintos medios, estos eventos deportivos, no obstante, para la lógica del comercio y la obtención de los mayores beneficios los partidos de futbol, y los bares, no terminan siendo una buena mezcla para producir ganancias, esta razón se da porque, las personas van a observar el encuentro deportivo, y apenas termina se retiran, además, mientras el encuentro se realiza el consumo de licor es muy bajo, por lo general las personas consumen cerveza y esta es la que menor margen de ganancia da al establecimiento, por esto los encuentros deportivos no terminan siendo trascendentales en los bares tomados



para la muestra, no obstante si debo resaltar que si son una excusa para consumir licor en gran medida, pero sobre todo en las calles puesto que es el espacio de reunión de los aficionados para las celebraciones de los dichos encuentros.

### **3.5. LOS “TIEMPOS” DE BEBER**

A pesar que el tiempo, las fechas y el estado del clima, al momento de consumir licor es uno de los elementos mas ignorados para los consumidores rutinarios, esto no significa que la variabilidad de las fechas en el año no produzcan ningún cambio en la rutina o nivel de periodicidad, la realidad si existe, la variabilidad en estas se da por razones distintas a los bares, no obstante en distintas ocasiones los bares se terminan convirtiendo en participes de las distintas situaciones que se presentan, esto sucede por ser uno de los puntos específicos de reunión y dispersión entre los jóvenes adultos, a continuación tomare dos espacios de tiempo del año que son designados para elevar el consumo de licores, tanto en los bares como fuera de ellos.

#### **3.5.1. Vacaciones Y El Bar**

Para los jóvenes adultos, las vacaciones es sinónimo de licor, por sobremanera para los estudiantes de universidades, esto ultimo puesto que las vacaciones se conjugan en unas mismas fechas, a mediados y finalizando el año, aunque esto no significa una afluencia desmedida durante toda la temporada, solo por la primera semana de vacaciones; a pesar que la opinión publica supone lo contrario, la realidad de la ciudad con respecto a los bares se termina expresando en mayor

medida con la afluencia de personas adultas, mayores de 38 años de edad, esta situación se da por causas económicas, puesto que los jóvenes prefieren asistir a establecimientos con precios mucho más módicos que los bares usados para esta investigación, es por esto que se percibe gran afluencia de jóvenes consumidores de licor en las calles, esto por que el consumo se da en mayor medida en estancos o tiendas de barrio y en época de estudio, por la facilidad al manejo de efectivo en dicho lapso de tiempo, por esto, en las vacaciones aunque si hay un aumento en el consumo de licor por parte de la población patoja, esta no se termina expresando de forma trascendental en los bares, por el contrario, el nivel de ventas y consumo disminuye en estos lapsos de tiempo, según los trabajadores del bar porque *“la ciudad se mueve con los estudiantes”* y puesto que en las vacaciones la mayoría se alejan de la ciudad, los consumidores también.

### **3.5.2. Diciembre Y El Bar**

A pesar que en el anterior fragmento se hace referencia a diciembre como época de vacaciones, también se debe tomar como un mes de festividad, en el consumo de licor se eleva de forma abundante, la razón de ello es el proceso de ostentación mezclado con los sentimentalismos y el movimiento acelerado del dinero que termina produciendo la sensación de abundancia; la situación con diciembre y el bar es, la forma en que se destaca la amistad y los entornos familiares.

Diciembre es una de las fechas que dentro del contexto del bar se fortalece los lazos de amistad, puesto que se convierte en un espacio de reunión para las personas que no se encontraban en la ciudad y que por las fiestas regresaron, es tomado como un espacio neutral en donde los objetos de la desinhibición se extrapolan sin consecuencias graves, la razón de ello es el no juzgamiento por

parte de los presentes con respecto a los grupos formados y las actitudes tomadas –las interpretaciones varían según la persona-.

Por otra parte las familias y el bar en diciembre son poco comunes, esto porque bajo las costumbres familiares de la comunidad patoja estas fechas son en su mayoría familiares, y por ende se acostumbra a pasar la mayor parte del tiempo libre en la casa familiar, con padres y abuelos, esta es una de las razones por la cual diciembre tiene un efecto de desplazamiento hacia la natolocalidad de las personas.

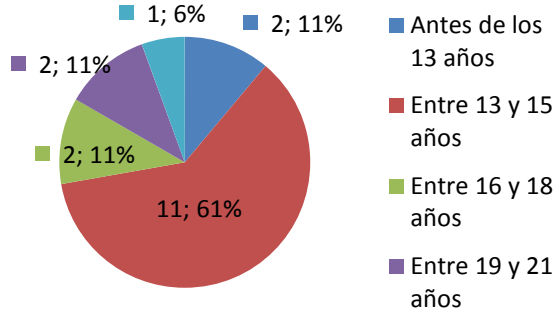
## **CAPITULO 4**

### **4.1. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA ENCUESTA**

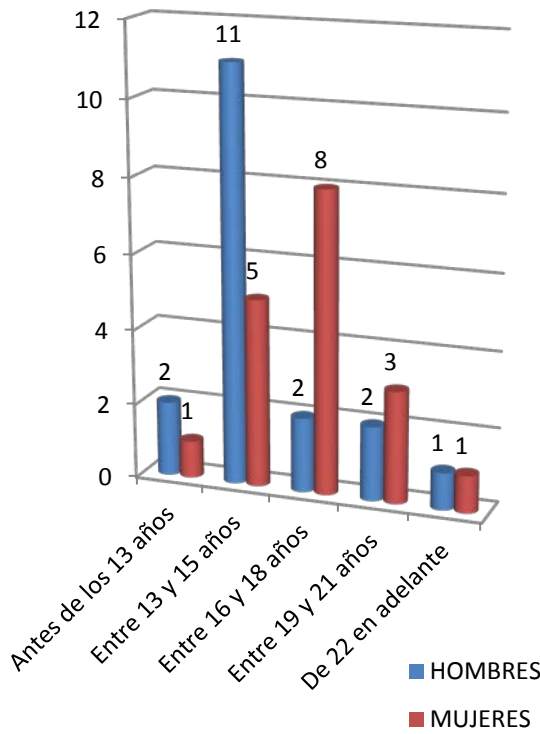
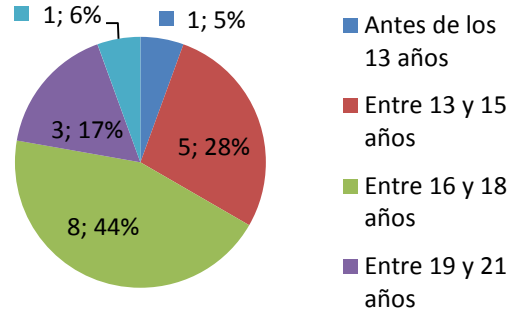
El presente capítulo trata el análisis cuantitativo de los datos recogidos con la encuesta, esta se realizó a una muestra de 36 personas, 12 por barrio, 6 hombres y 6 mujeres, tres parejas que aplican como elementos representativos para la división por estratos (edades promedio de 25 a 35 años), además de ello se realiza un análisis somero sobre los porcentajes que arroja la tabulación de cada una de las preguntas graficadas en tablas:

1. ¿A que edad probó por primera vez bebidas alcohólicas?

**HOMBRES**

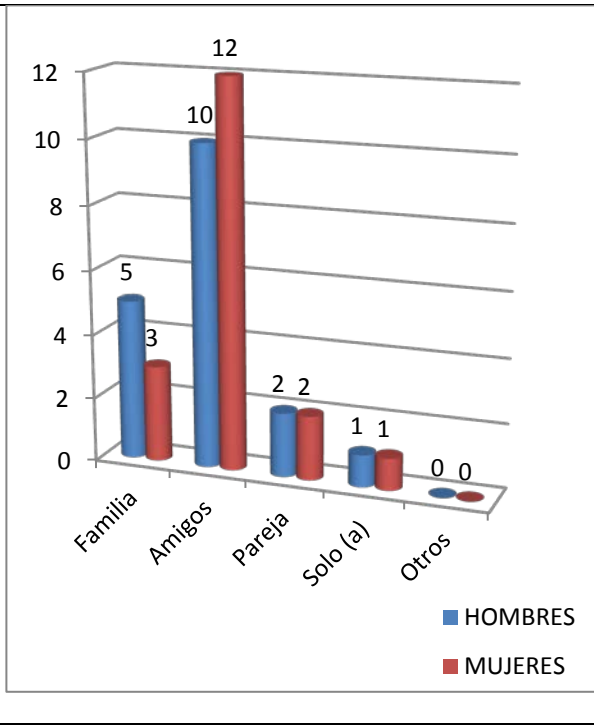
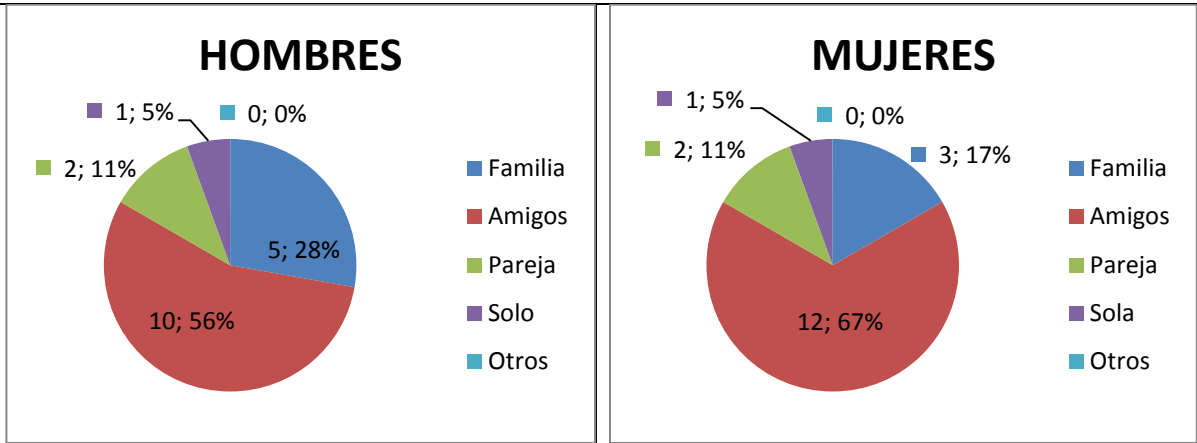


**MUJERES**



En la presente tabulación se demuestra que, el promedio de edad de inicio del consumo de licores varia según el genero en la ciudad de Popayán, en los hombres se da entre los 13 y 15 años de edad, mientras que en las mujeres se da entre los 16 y 18 años de edad, pero debe hacerse la salvedad y aclaración que, al hacer la pregunta la interpretación por parte de los encuestado se dirigía mas hacia “tomar”, que probar el licor, siento “tomar”, consumir una medida sustancial le licor, lo suficiente para que los efectos se sientan en el cuerpo.

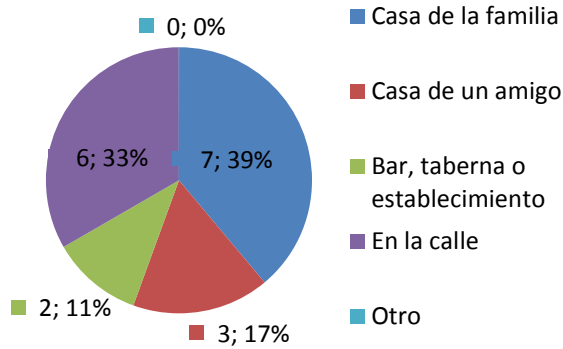
2. ¿Con quien (es)?



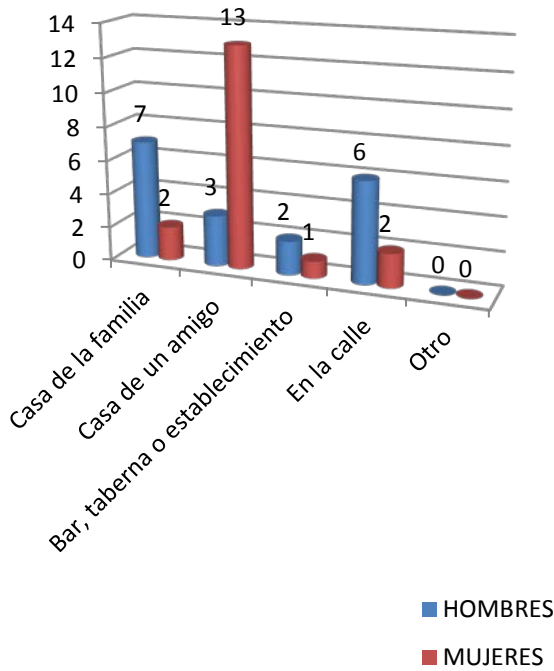
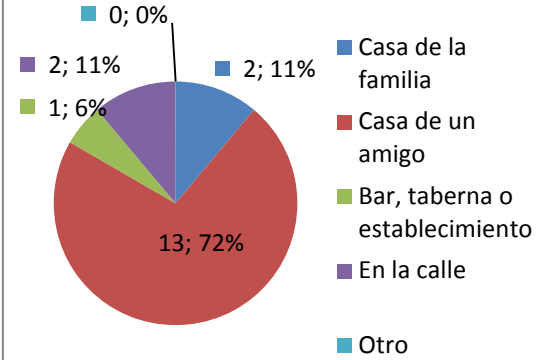
La presente tabulación permite analizar el comportamiento de la sociedad en general con respecto al ritual del consumo de licor y su consumo, mostrando con quien (es) se realiza inicialmente, en los dos casos el inicio se da en su mayoría con los amigos del mismo genero, para los dos sexos, en el caso de los hombres, tienen la tendencia a incitar en forma de reto a iniciar con el consumo, por parte de las mujeres esto se da por motivos de confianza, ya sea de amistad o genero.

3. ¿En que lugar?

**HOMBRES**



**MUJERES**

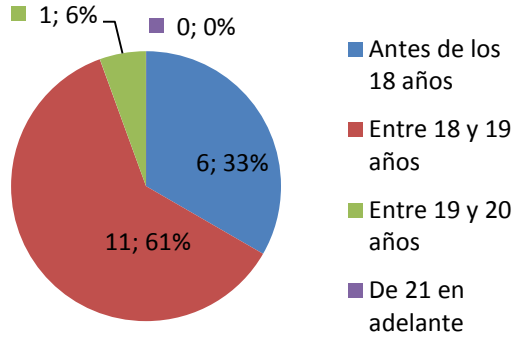


La tabulación de la presente pregunta se divide de forma tajante entre hombres y mujeres, puesto que el 33% consumió por primera vez licor en la calle y el 39% en la casa familiar, a diferencia de las

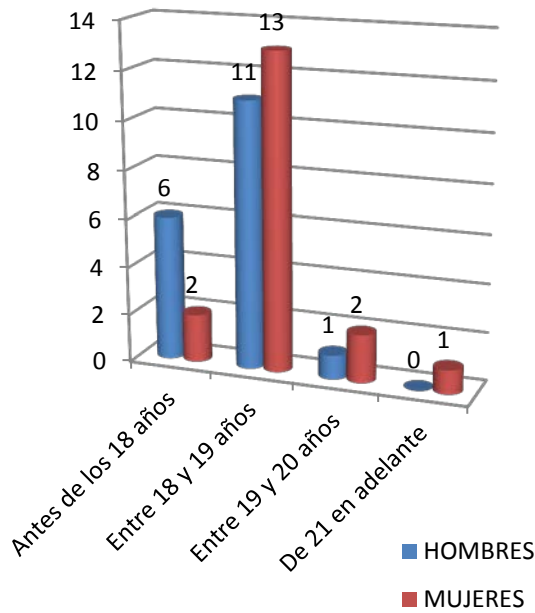
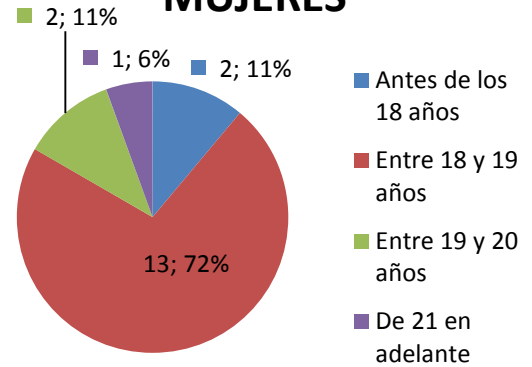
mujeres quienes el 72% consumieron licor por primera vez en la casa de un amigo (a), mostrando de forma simple que, las mujeres tienen la tendencia a consumir licor en espacios alternos a la familia, mientras que en los hombres es más aceptado por la familia; además que, las mujeres encuestadas aún consideraban mal visto por la sociedad que se les viera consumiendo licor en la calle, por esto se tiene la tendencia por parte de ellas a consumirlo en espacios alejados de la miradas en general, a diferencia de los hombres, demostrando que Popayán aún tiene grandes tendencias sexistas con respecto a lo bien o mal visto según el género.

4. ¿A que edad asististe por primera vez a un bar?

**HOMBRES**



**MUJERES**

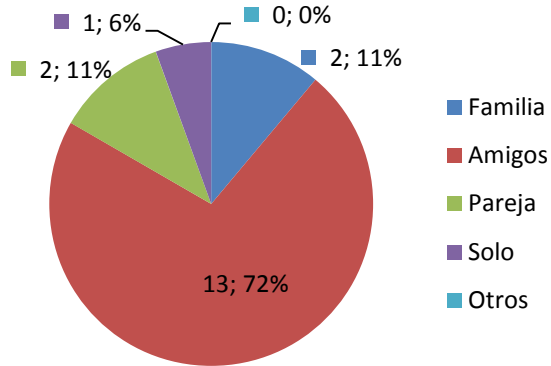


La presente pregunta liga de forma directa a las personas, el licor y los bares, en este punto lo que se logra demostrar de forma clara es que, apenas las personas, sin importar el genero, pueden entrar a un bar, de forma legal, lo hacen, esto puesto que los bares no permiten, muchas veces la entrada a los menores de edad, puesto que las multas para los establecimientos son muy altas; aun así, un porcentaje alto de hombres lo hicieron antes de la mayoría de edad, demostrando esto, el deseo por inmiscuirse en un contexto distinto y muchas veces visto como malo o inclusive prohibido.

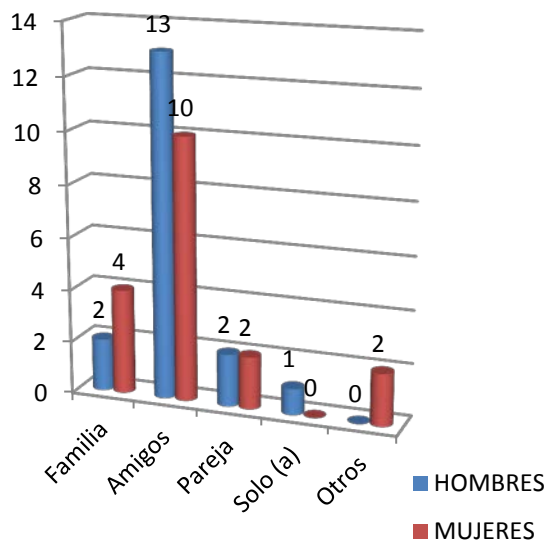
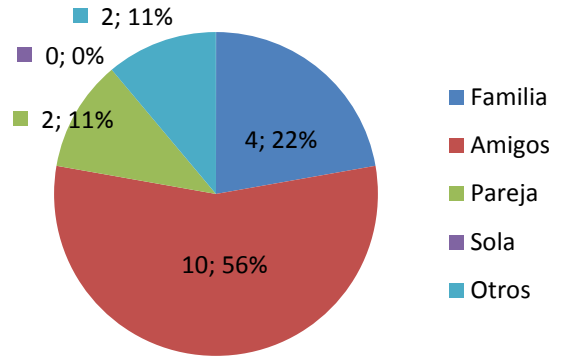


5. ¿Con quien (es)?

**HOMBRES**

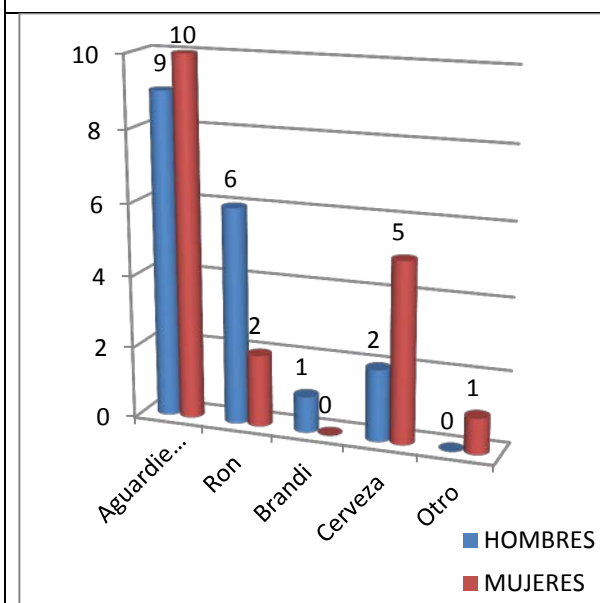
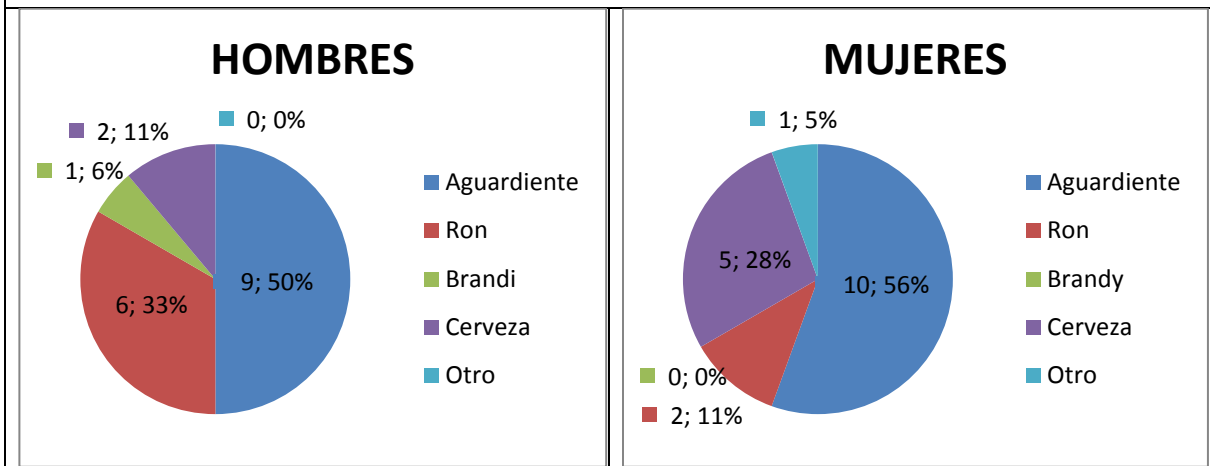


**MUJERES**



Las presentes gráficos con respecto a la pregunta dejar claro que, tanto hombres como mujeres iniciaron su inmersión en el mundo de los bares, en la mayoría de los casos acompañados por los amigos (as), demostrando así –al menos con la muestra-, que la familia no es quien impulsa y/o acompaña de forma determinante a los jóvenes a adentrarse en los bares.

6. ¿Cuál es su bebida preferida y por qué?

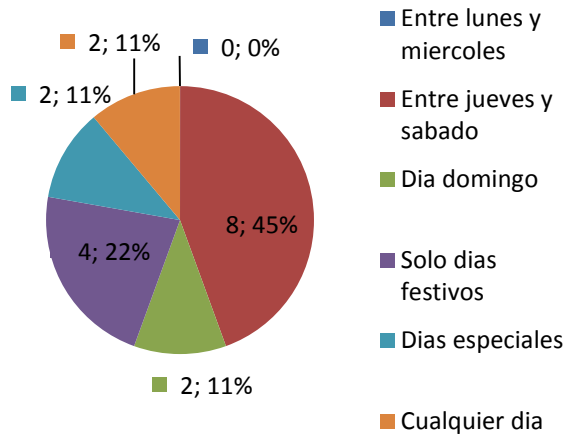


Los datos que arroja la tabulación de esta pregunta, se direccionan de forma directa a los gustos de la comunidad patoja en general, con respecto a los licores que les gusta consumir, como se puede observar el gusto se da principalmente por el aguardiente de la I.L.C (Industria Licorera de Cauca), puesto que en ninguno de los bares

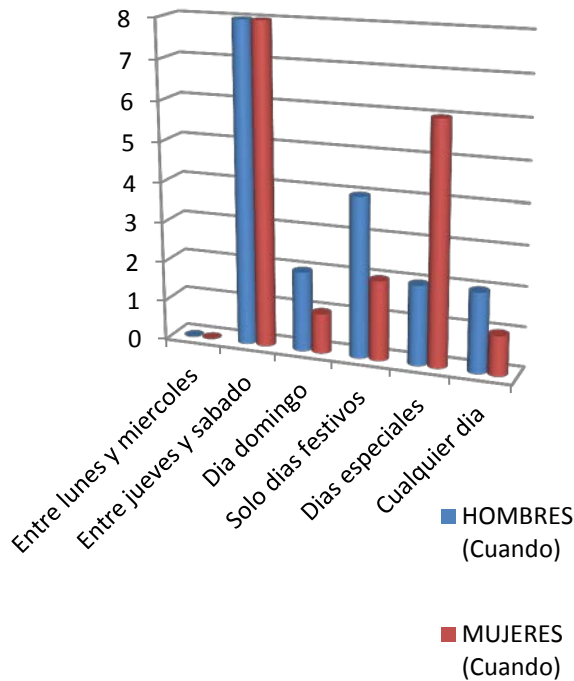
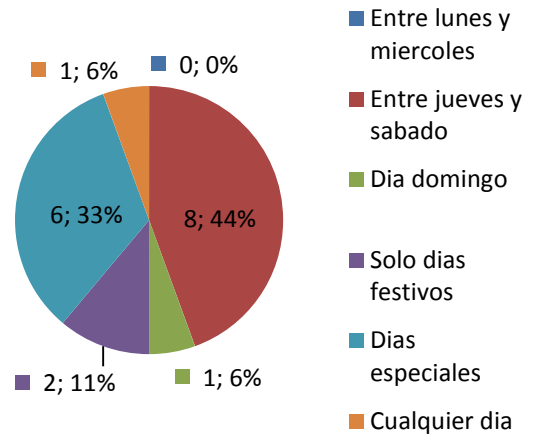
seleccionados para investigación se vende otra marca de aguardiente; en segunda medida, el consumo se da por gustos, hacia el ron viejo de caldas de la I.L.Ca (Industria Licorera de Caldas), aunque la industria caucana también ofrece este tipo de licor, no se vende en los bares seleccionados en la investigación, la razón "no tiene salida", expresado de otra forma, no gusta a la gente; en tercera medida, la cerveza, de esta no se hace especificación de la marca, esto porque se trata del licor y no de la marca, y aunque los consumidores de cerveza son menos ,en numero, que los otros licores ya mencionados, se debe aclarar que son los mas reacios al cambio y que su nivel de consumo en centímetros cúbicos, es mucho mas elevado.

7. ¿Cuándo, donde y por qué prefieres ingerir bebidas alcohólicas?

**HOMBRES (Cuando)**

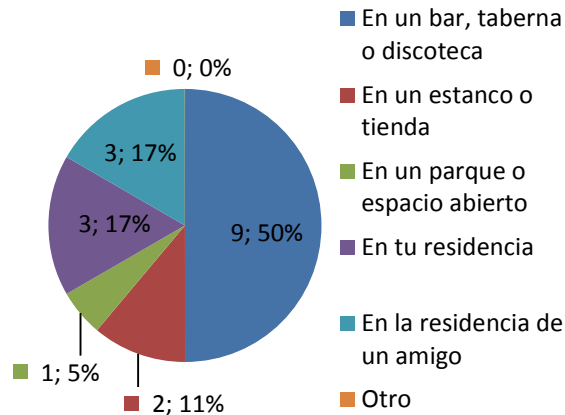


**MUJERES (Cuando)**

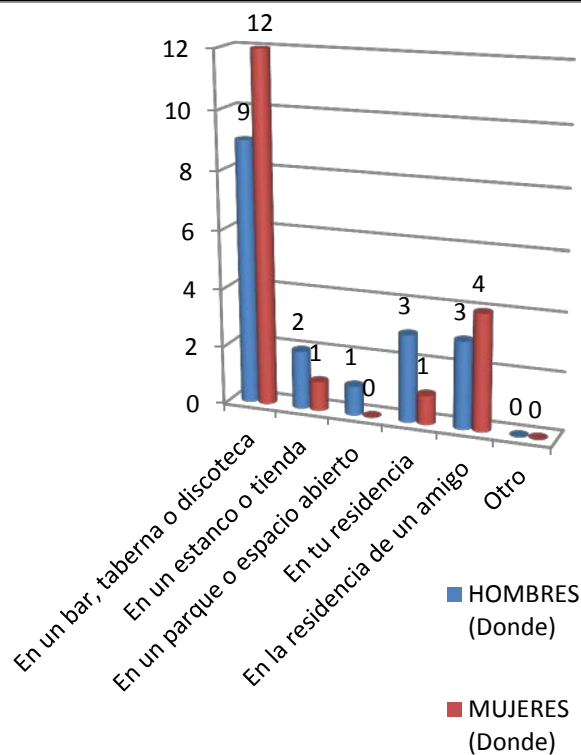
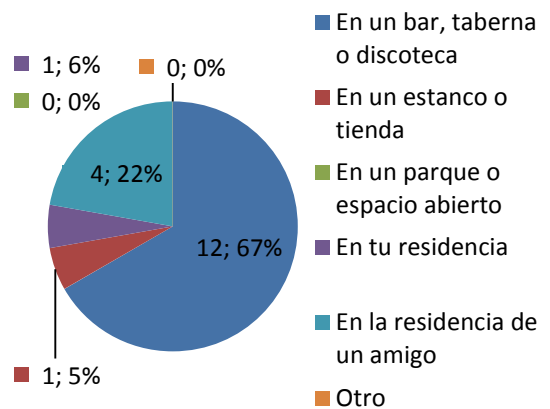


La presente pregunta se divide en tres tabulaciones, inicialmente el cuando, destacándose –como era de esperar-, tanto para hombres como mujeres, lo que popularmente se conoce como fin de semana, pero ¿Qué días son estos?, para las personas normalmente son sábado y domingo, pero para los bares esta entre jueves y sábado (madrugada del domingo), esto ultimo por que los estatutos legales así lo determinan con una extensión de horario de atención –hasta las 3:00 A.M-; además debe destacarse que, las mujeres prefieren consumir licor en los conocidos como días especiales, mientras que los hombres no existe esta regularidad.

## HOMBRES (Donde)

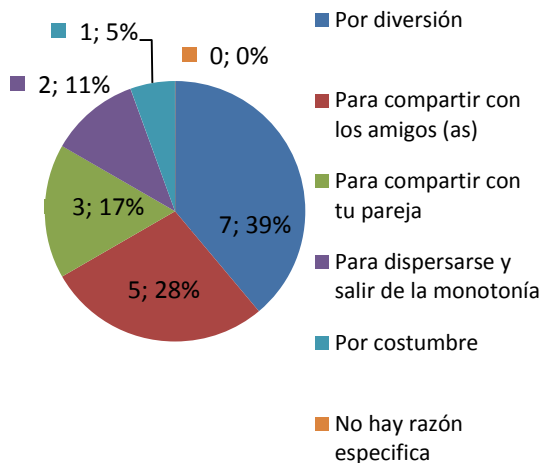


## MUJERES (Donde)

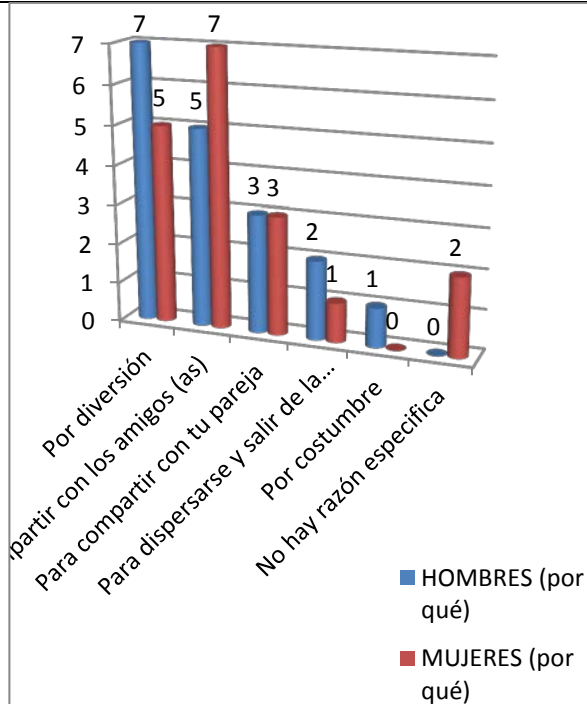
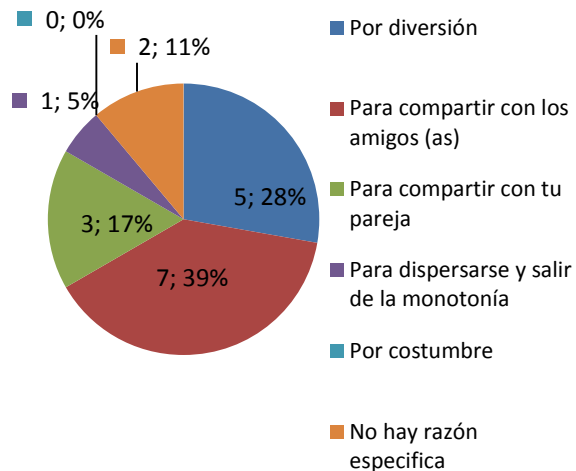


La segunda tabla de tabulación de la pregunta, nos muestra el sitio o espacio preferencial para el consumo de licor, siendo los espacios especializados en el tema del ocio y la diversión, preferidos para el consumo de licores por la población en general (mas por mujeres que por hombres), afirmando así, la razón de centrar la investigación con respecto al consumo de licores en los bares; pero además, debe tenerse en cuenta que según los datos de la encuesta, los hombres tienen la tendencia a consumir licor sin importar el espacio, sin dejar de lado las preferencias por los espacios especializados.

## HOMBRES (por qué)

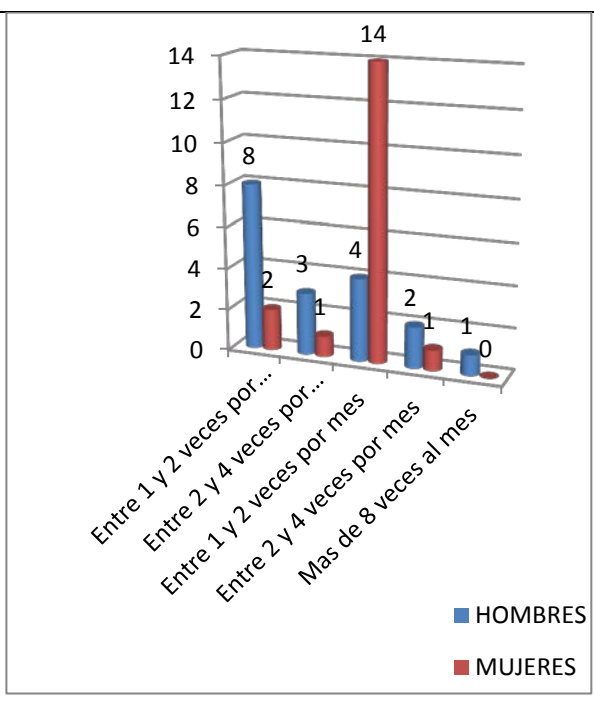
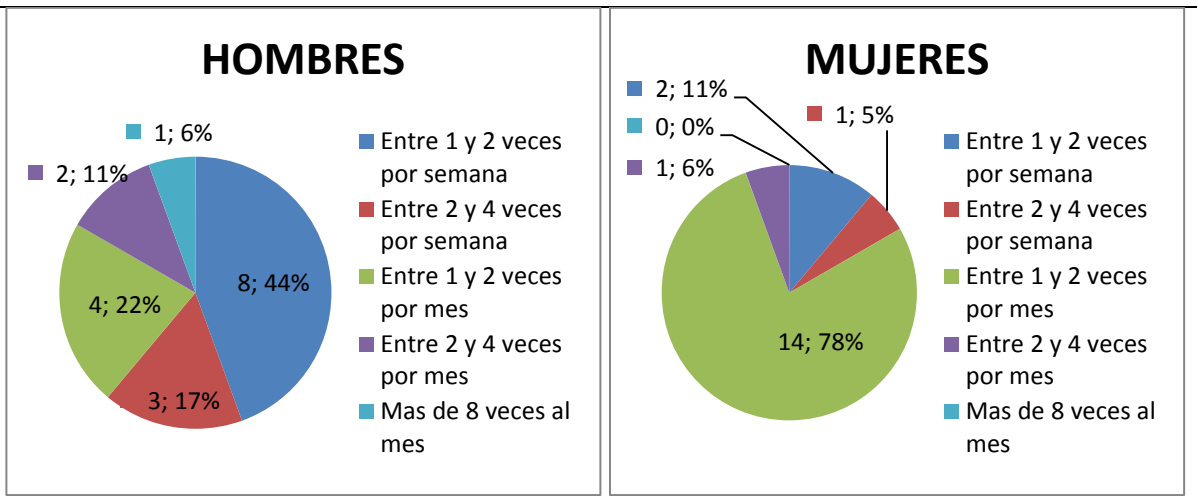


## MUJERES (por qué)



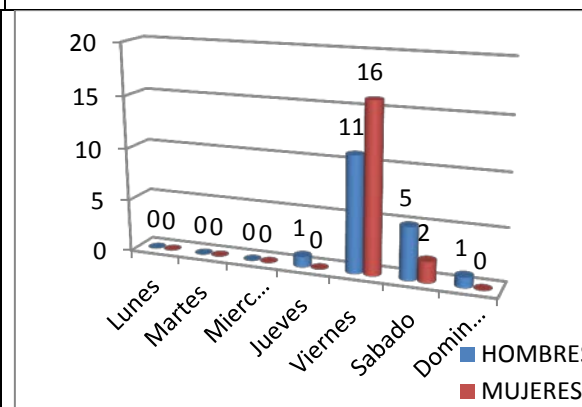
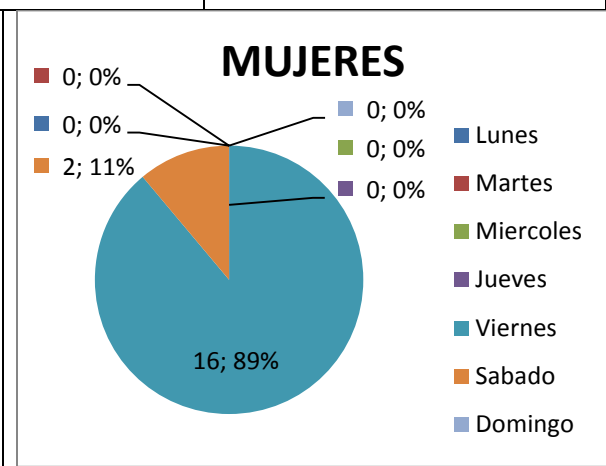
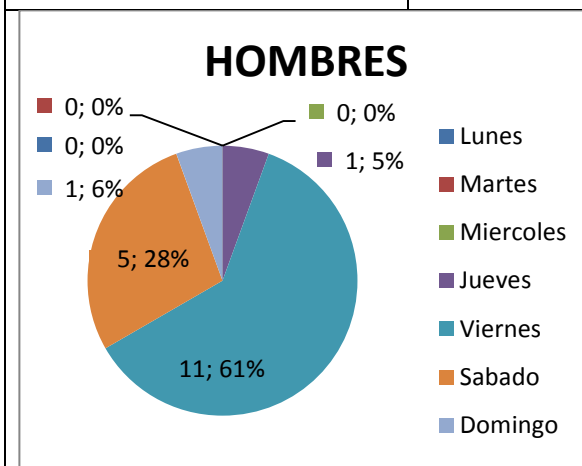
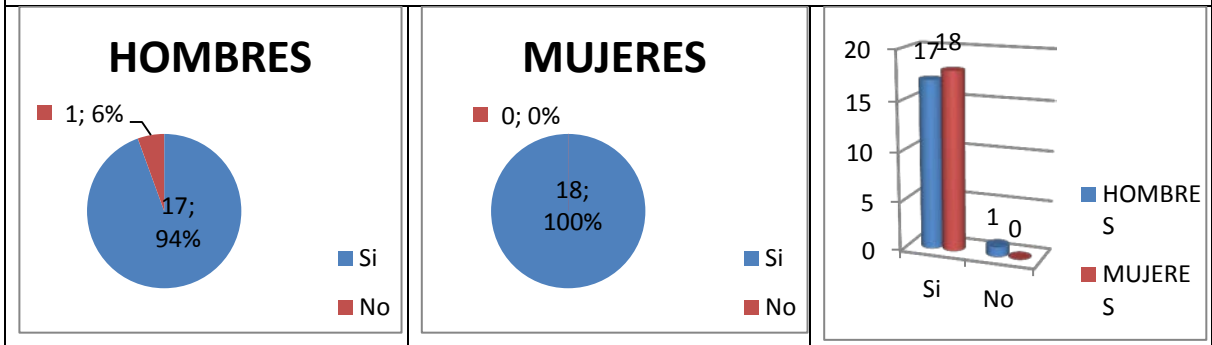
Esta tercera tabla de tabulación nos presenta los datos del por que se presenta el consumo de licor en la sociedad patoja, encontrando que la principal razón expresada por el genero masculino es la diversión, seguida por el compartir (aceptación); con las mujeres se da un caso parecido, siendo la principal razón expresada , el compartir con otras personas y como segunda razón diversión; deja claro que los elementos de la tradición, costumbre o acompañar a la pareja no son razones con peso dentro de la sociedad patoja.

8. ¿Cuántas veces a la semana, o al mes, sales a bares o establecimientos especializados en la venta y consumo de licor?



En esta tabulación se logra analizar la periodicidad con que la sociedad se acerca a los establecimientos especializados en el ocio, la diversión y el consumo de licores, de forma inmediata se puede realizar una distinción entre géneros, puesto que, las mujeres tienen una tendencia baja a asistir a dichos establecimientos; mientras que los hombres, la periodicidad al asistir a estos espacios abarca prácticamente todas las variables expuestas.

9. ¿Tiene días especiales en los cuales prefiere ingerir alcohol?

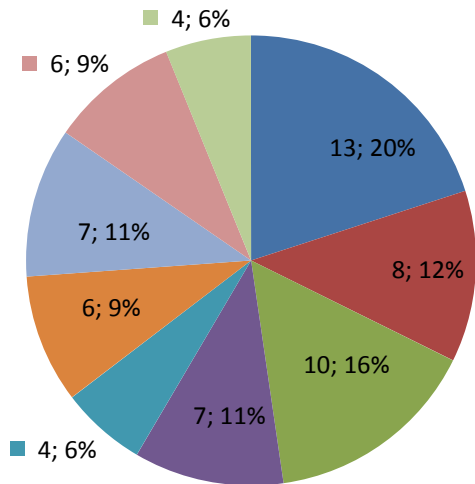


Aunque ya se analizó una pregunta con algunas similitudes, la tabulación de esta pregunta se dirige de forma directa a delimitar el día de la semana en el que la sociedad patoja prefiere consumir licor y/o asistir a los establecimientos ya

mencionados, dejando como resultado que, a diferencia de uno de los encuestados manifestó que cualquier día era óptimo para consumir licor, el 61% de los hombres y el 89% de las mujeres, prefieren los viernes, mientras que tan solo el 28% de los hombres y el 11% de las mujeres, prefieren el sábado, esto deja claro lo que ya estaba visto, el fin de semana es el espacio más óptimo para la sociedad patoja para consumir licor y/o asistir a establecimientos dedicados a ello.

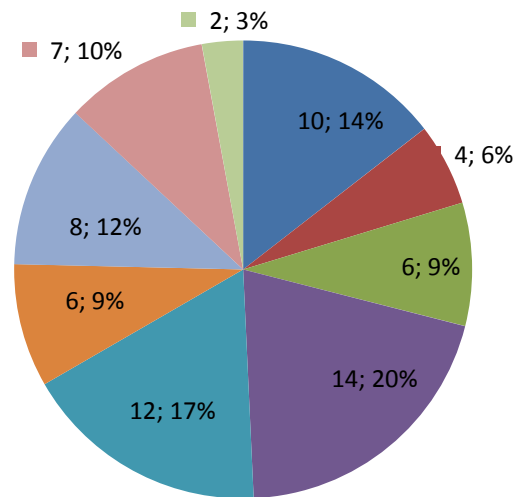
10. ¿Tiene fechas especiales en los cuales prefiere ingerir alcohol?, ¿cuales?  
(puedes seleccionar mas de una fecha)

### HOMBRES



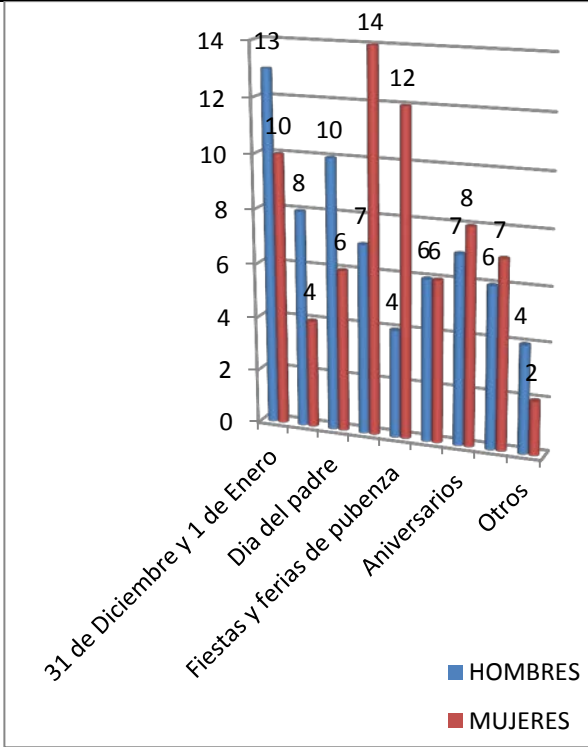
- 31 de Diciembre y 1 de Enero
- Día de la madre
- Día del padre
- Cumpleaños
- Fiestas y ferias de pubenza
- Semana santa
- Aniversarios
- Fechas de luto
- Otros

### MUJERES



- 31 de Diciembre y 1 de Enero
- Día de la madre
- Día del padre
- Cumpleaños
- Fiestas y ferias de pubenza
- Semana santa
- Aniversarios
- Fechas de luto
- Otros



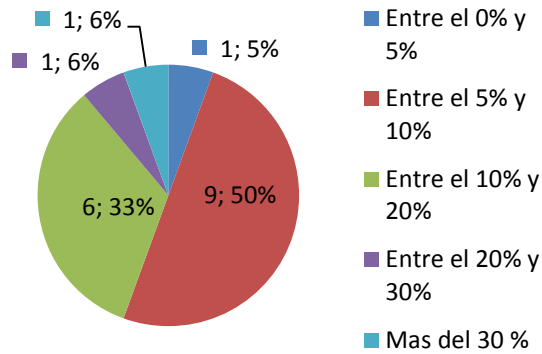


Esta pregunta se centra de forma específica en las fechas que son consideradas especiales para la población en general, puesto que son más de una, se debe analizar la fecha con mayores porcentajes que son usadas como razones para consumir licor; en este caso la fecha que más razones da es entre el 31 de diciembre y 1 de enero, esta fecha al parecer brinda el espacio propicio para el consumo desmedido de licor por casi todos los elementos de la población; siguiendo con los cumpleaños, el natalicio de las personas son una

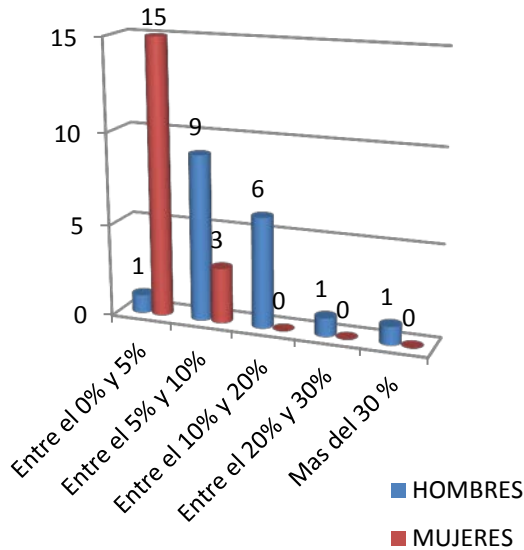
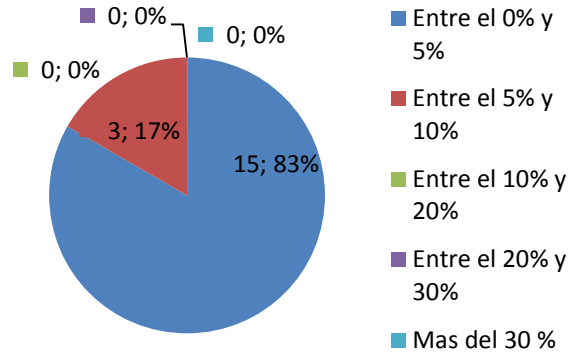
que la población en general usa para el consumo personal o grupal de licor, inclusive para realizar reuniones ostentosas; la alusión a las ferias y siestas de la ciudad s ligado de forma siguiente con el consumo de licor, por estas fechas son uno de los eventos en donde la embriaguez de la sociedad es el común denominador; además debe tenerse en cuenta que una de las fiestas más celebradas son el día de la madre y día del padre, en el cual cada uno de los encuestados lo celebra de forma distinta, pero con el licor de por medio, debe ser aclarado que, por lo general los hijos varones celebran más el día de las madres y viceversa; no puede dejarse de lado una de las manifestaciones más populares de la sociedad patoja, la semana santa, siendo un espacio propicio para el consumo de licor, en igual medida por hombres como mujeres, sin al parecer afectar la sacralidad de dichas fechas. Otras fechas como aniversarios, fechas de luto y días no muy conocidos, tienen también cabida dentro de las personas pero en menor medida.

11. ¿Qué porcentaje de su presupuesto al mes considera que usa en la compra y consumo de alcohol (licor)? (aproximadamente)

### HOMBRES



### MUJERES

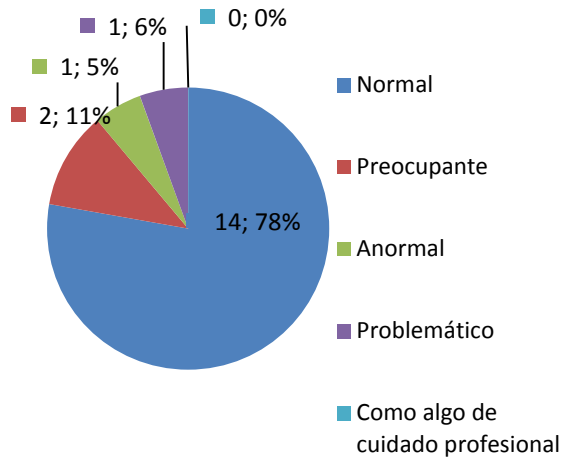


El análisis básico de las respuestas tabuladas indica que, como es obvio en la tabla comparativa, los hombres invierten en el ocio y la diversión, como mínimo 0% y 5% de sus ingresos

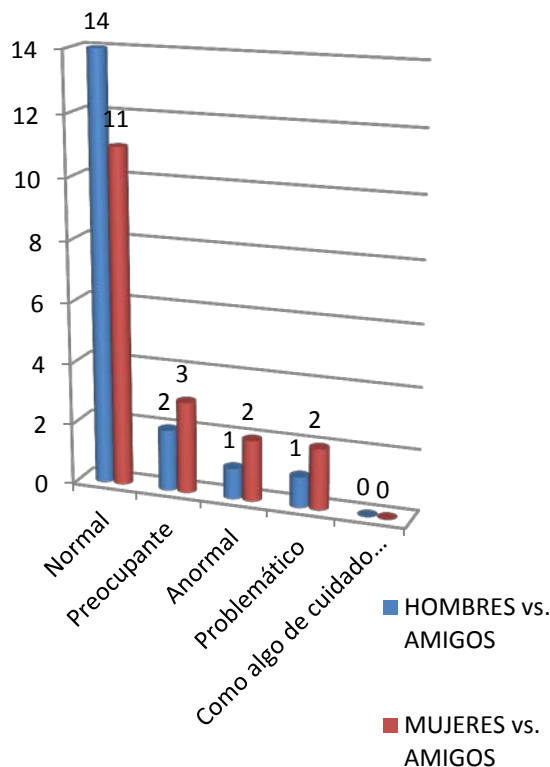
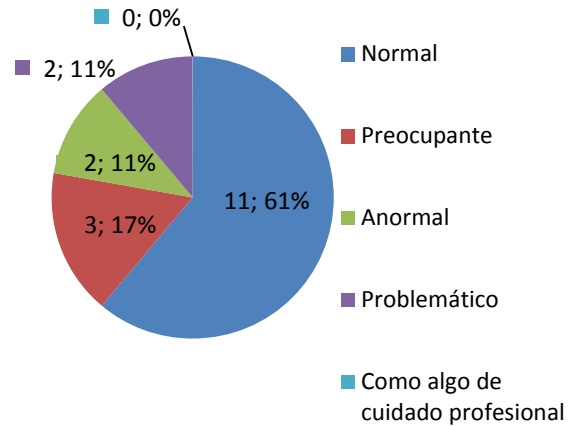
mensuales, debe agregarse que, el porcentaje de inversión tiene una relación inversamente proporcional a los ingresos mensuales, expresado de forma mas simple, entre menos gana el porcentaje de gasto es mas elevado por causa de los niveles de ingreso; por otro lado las mujeres son las que menos invierten en ocio y diversión, esto no significa que no les agrada, sino que la sociedad patoja con tendencias machistas en las que los “caballeros” son los que invitan y pagan aun se percibe, las mujeres invierten el presupuesto en otros menesteres.

12. ¿Cómo es percibido el consumo de alcohol por sus amigos, familia y pareja?

### HOMBRES vs. AMIGOS

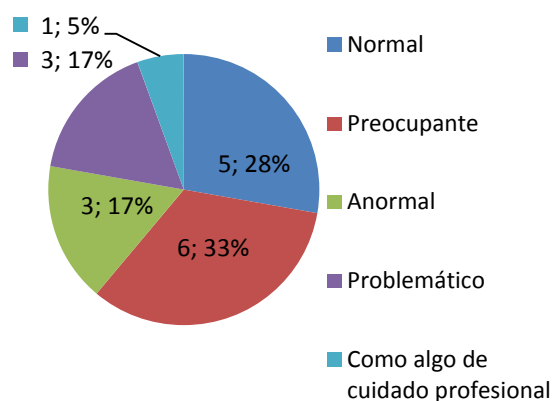


### MUJERES vs. AMIGOS

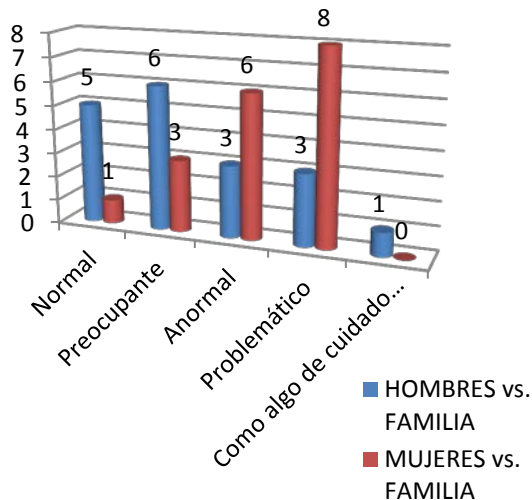
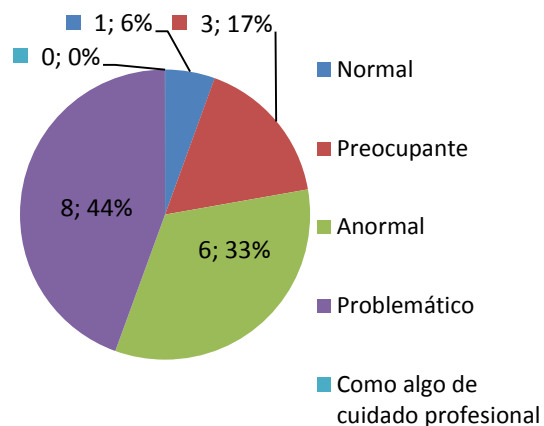


El análisis comparativo de la pregunta se divide en tres partes, inicialmente se puede observar como la parte de la sociedad cercana a las personas consideran el consumo de licor de sus congéneres, en los dos casos se puede percibir que el juicio se dirige hacia la normalidad –sobre todo en los hombres–; se debe tener en cuenta que es mal visto por parte de las mujeres el consumo rutinario de licor, por lo tanto no es de extrañarse que para las bebedoras habituales los juicios varíen entre preocupante, anormal, problemático, pero nunca, para ninguno de los casos como algo de cuidado profesional.

## HOMBRES vs. FAMILIA



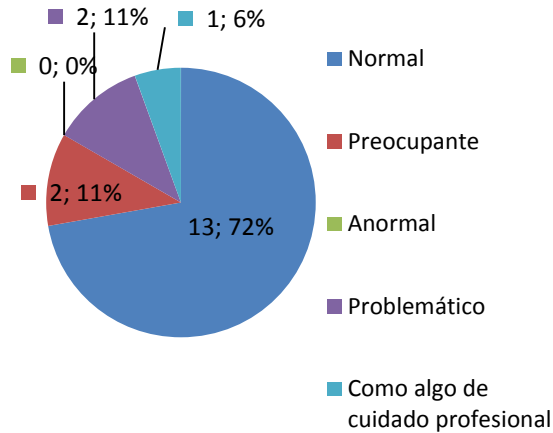
## MUJERES vs. FAMILIA



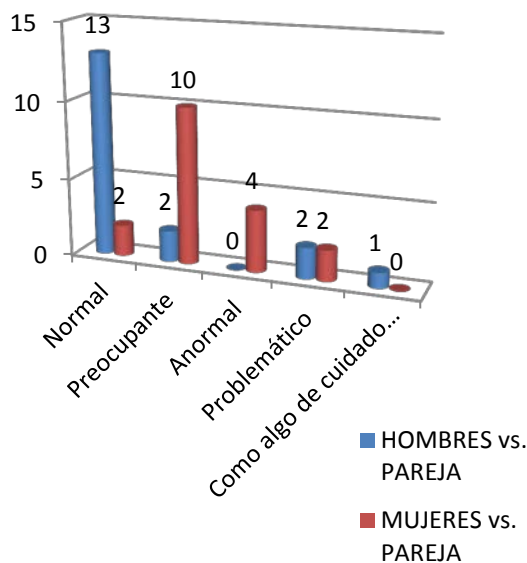
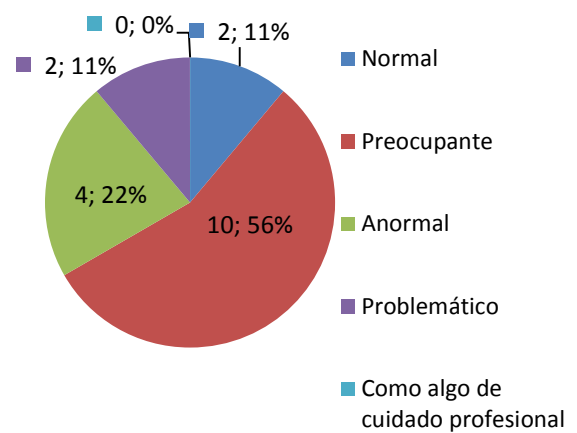
En esta segunda parte de la pregunta, se delimita hacia la percepción del conjunto familiar de los encuestados, esto para analizar las percepciones de lo que se considera familia patoja dentro de la sociedad de consumo, siendo el caso que, para los hombres consumidores habituales de licor, la percepción familiar se divide principalmente entre normal (28%),

preocupante (33%), anormal (17%) y problemático (17%), pero es e extrañar que tan solo en un caso el conjunto familiar considera el consumo de licor habitual como algo que debe tratarse de forma profesional; para el caso de las mujeres, la normalidad del consumo es visto principalmente como algo problemático (44%) mientras que como algo normal tan solo en un caso, entre la anormalidad (33%) y preocupante (17%) se dividen los otros juicios sin presentarse algún caso en que la familia considere el consumo habitual de licor como algo de cuidado profesional; estos datos solo verifican la hipótesis de que, s mejor percibido observar a un hombre consumiendo licor de forma habitual que a una mujer.

### HOMBRES vs. PAREJA



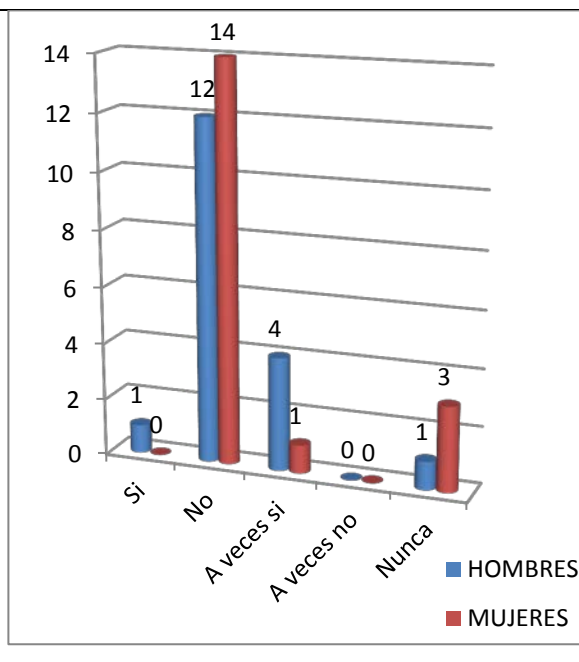
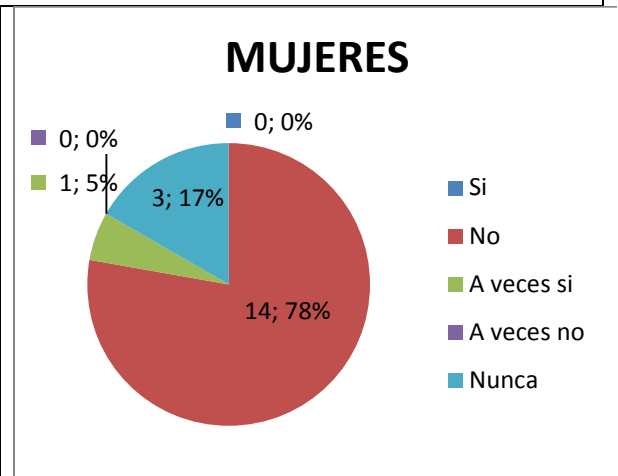
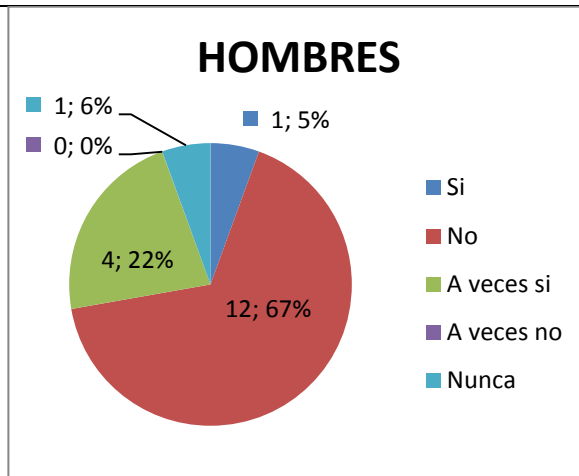
### MUJERES vs. PAREJA



plano una relación Inversamente proporcional entre géneros, la (s) pareja (s) de los hombres tiene la tendencia a considerar normal (72%) el consumo de licor por parte de ellos, preocupante (11%) y problemático (11%) solo en algunos casos, y de cuidado profesional tan solo en un caso; mientras que la pareja de las mujeres considera el consumo habitual de licor en su mayoría preocupante (56%), seguido de anormal (22%), normal (11%) y problemático (11%) en los casos restantes, in que se presente el caso de cuidado profesional.

Las relaciones afectivas interpersonales son una parte esencial dentro del orden de la sociedad, puesto que ellas afectan las decisiones, la perspectiva de la pareja con respecto al consumo de licor se percibe en el

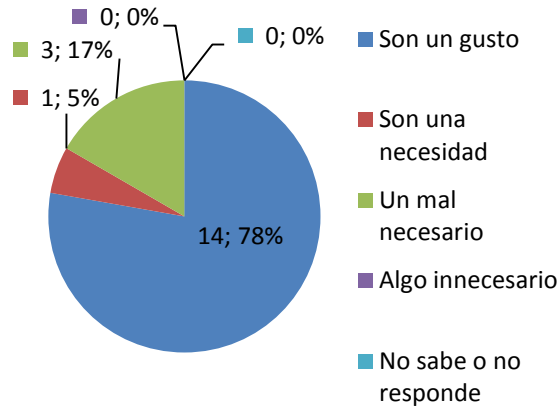
13. ¿Considera usted que el alcohol afecta su cotidianidad (vida diaria)?



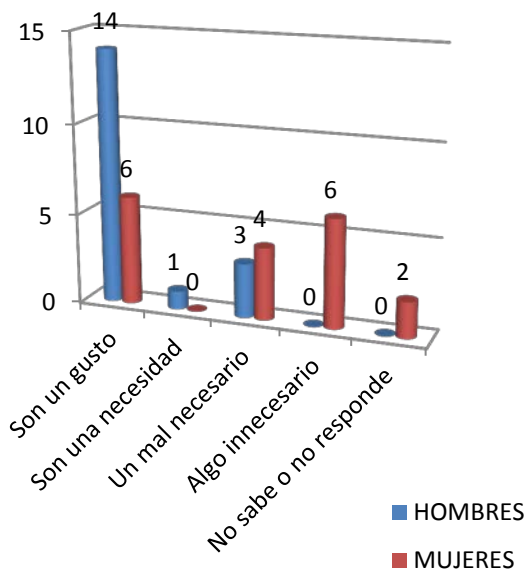
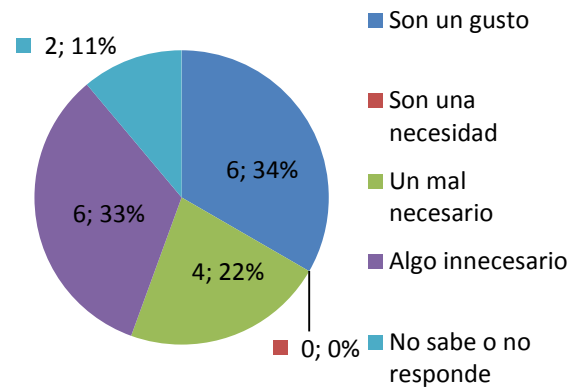
El análisis de la tabulación de la pregunta, deja entrever la negación básica de la sociedad con respecto a que el licor y su respectivo consumo es algo que afecta la cotidianidad de la sociedad, ya sea como individuos o como conjunto, de forma interesante tan solo uno de los encuestados afirmo que si le afecta.

14. ¿Qué opinas de las bebidas alcohólicas?

**HOMBRES**



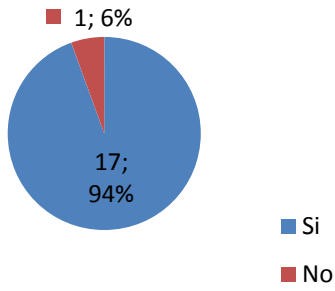
**MUJERES**



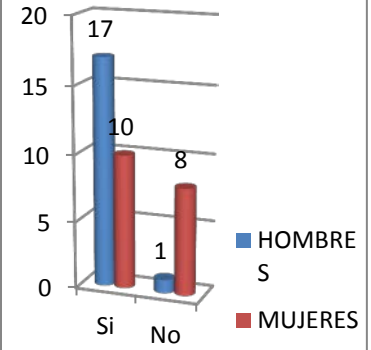
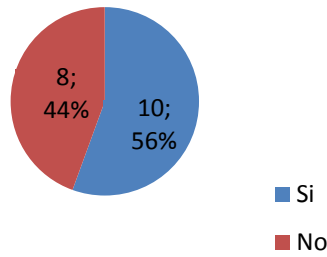
Esta pregunta se dirige hacia la concepción básica de la comunidad consumidora con respecto a las bebidas con alcohol, los hombres en su mayoría las consideran como “*un gusto*” (78%), seguido de “*un mal necesario*” (17%) y por ultimo como “*una necesidad*” (5%); por otra parte las mujeres las consideran como “*un gusto*” (34%), seguido por “*algo innecesario*” (33%), luego son percibidas como “*una mal necesario*” (22%), el análisis básico expresa que, son un elemento considerado un gusto para las personas, que aunque no lo consideran como algo completamente bueno, tampoco lo desprecian.

15. ¿Crees que son símbolo de estatus ante los que te rodean (amigos, familia y/o pareja)?

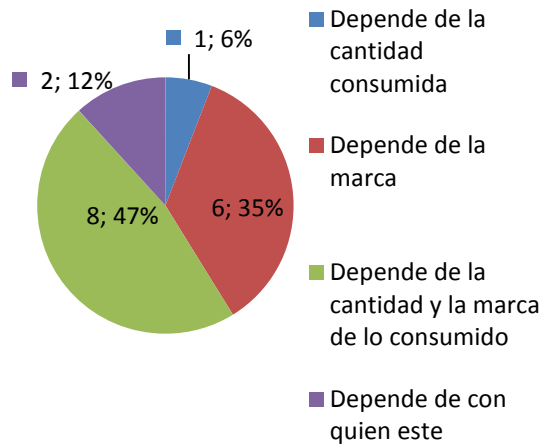
### HOMBRES



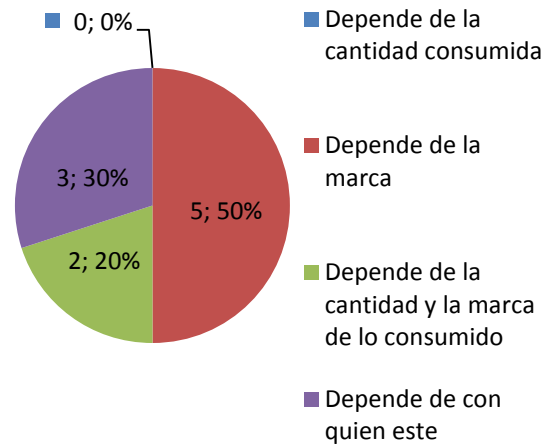
### MUJERES



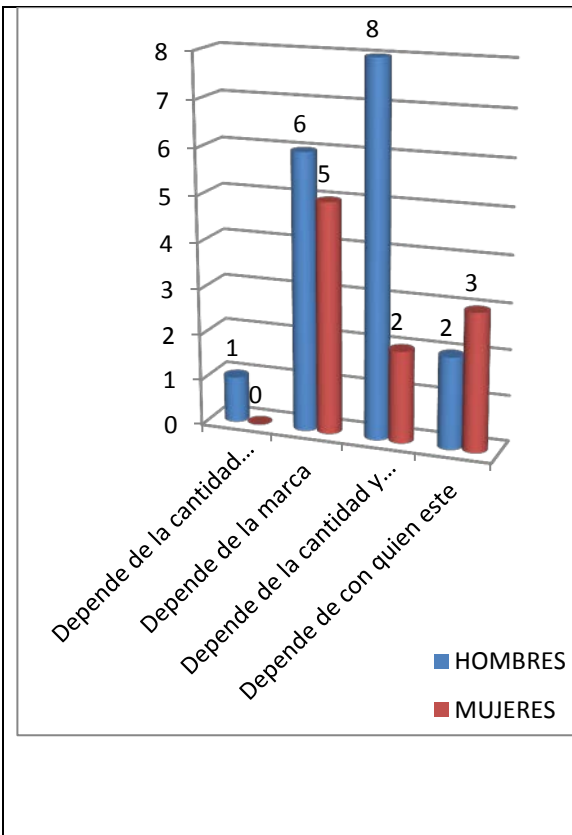
### HOMBRES



### MUJERES



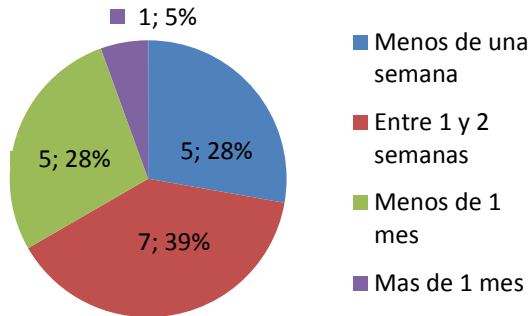




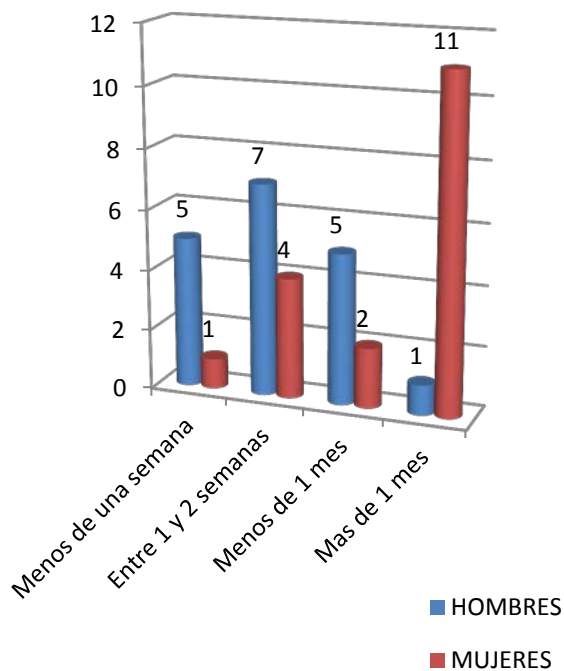
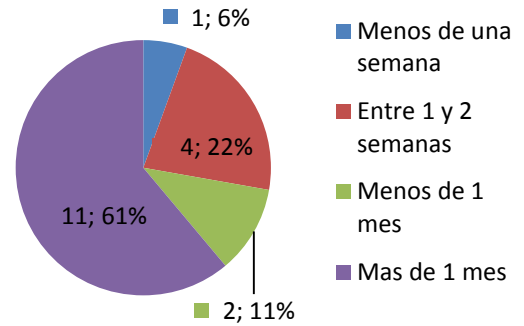
Los licores como símbolo de estatus, esta ligado mas hacia el genero masculino, quienes por lo general son los que intentan demostrar mas su poder adquisitivo ante los que los rodean, ya sean conocidos o no, por esto se percibe que, inicialmente el 94% de los hombres consideran a los licores como un símbolo de estatus, mientras que las mujeres tan solo el 56% piensan lo mismo, de esto se extrae que uno de los elementos mas importantes es la marca de consumido, tanto para hombres como para mujeres, y que la cantidad de licor consumido es simbólico solo para los hombres.

16. ¿Cuándo fue la última vez que consideras que te embriagaste (emborrachaste)?

### HOMBRES



### MUJERES

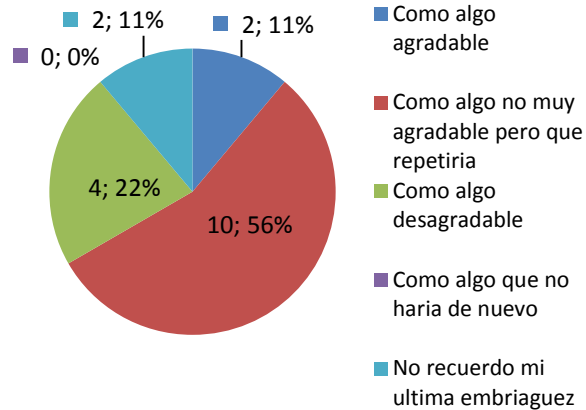


agradable, por esto la tabulación de la pregunta deja los datos necesarios para el análisis de la periodicidad con que se alcanzan los estados de intoxicación por el licor, la distribución de la grafica con respecto a los índices en los hombres, pose una semi-constante entre menos de una semana, una y dos semanas y menos de un mes, esto deja claro que los estados de embriaguez son mas frecuentes en hombres puesto que los índices en la tabla indican que el 61% de las mujeres lleva mas de un mes sin embriagarse, siendo poco constante la embriaguez en el genero femenino, a excepción de algunos casos aislados.

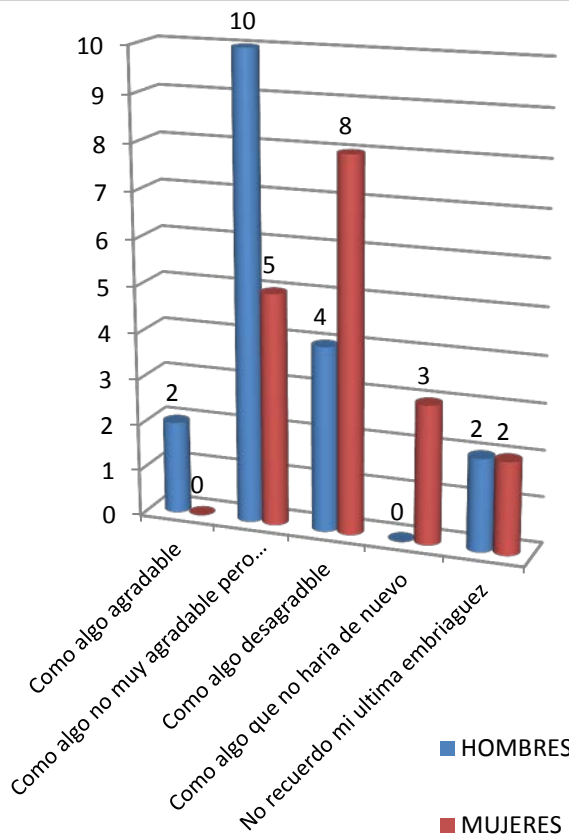
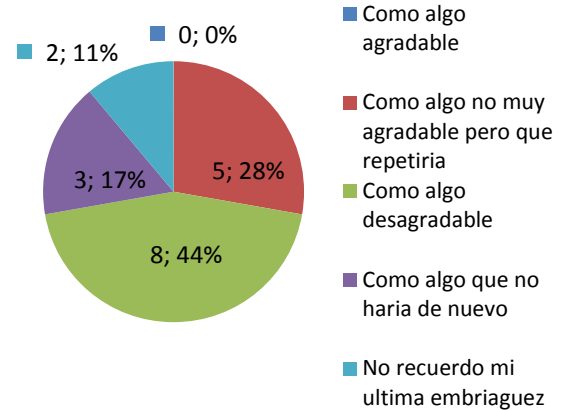
Los estados de embriaguez muchas veces no son admitidos por las personas, pero este estado absoluto conseguido por la ingesta excesiva de licor no se considera, muchas veces,

17. ¿Cómo percibes tu última embriaguez?

**HOMBRES**



**MUJERES**

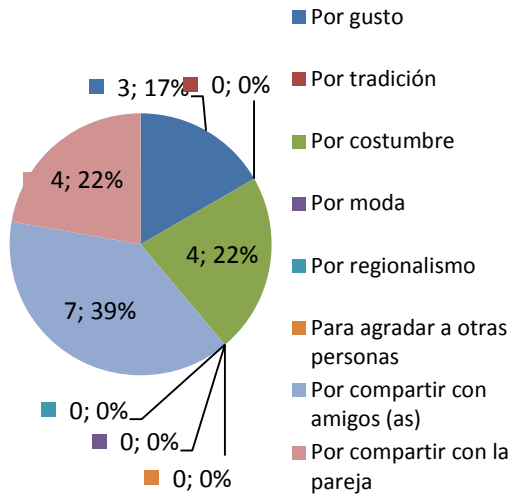


La percepción de la embriaguez en el organismo es algo conceptual, pero las distintas voces permiten dividir en constantes los estados, para de esta forma analizarlos de forma grupal, la tabulación de la presente pregunta puede dar una idea a la concepción de este hecho; los hombres perciben la última embriaguez como, algo poco agradable pero que repetirían (56%), seguido de como algo desagradable (22%), mientras que perciben este hecho como algo agradable (11%) y los que no la recuerdan (11%) comparten el porcentaje restante; las mujeres por su parte conciben como algo desagradable su última embriaguez (44%), no

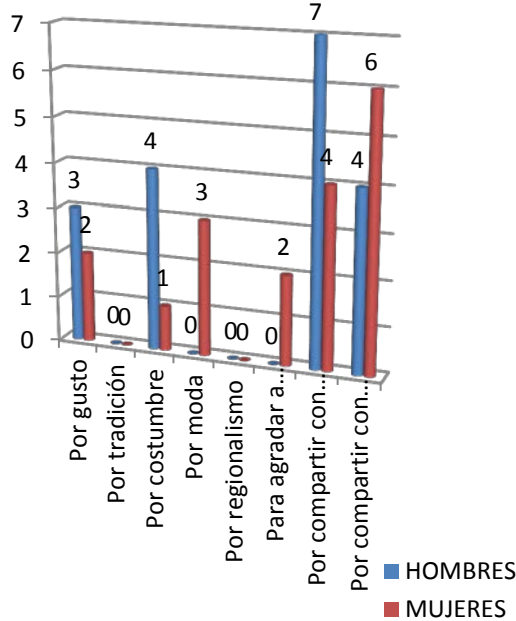
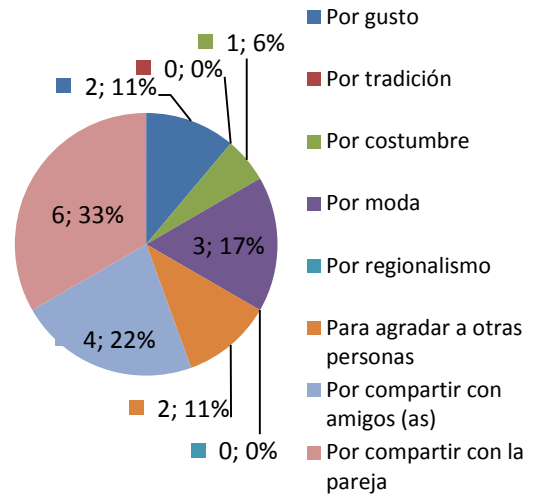
	<p>obstante es seguido por algo no muy agradable pero que repetirían (28%), después de ello y a diferencia de los hombres la concepción de no hacerlo de nuevo se refleja con un 17% y por ultimo no recuerdan su ultima embriaguez (11%), dejando por fuera la percepción de algo agradable, mientras que los hombres dejan por fuera la negación de hacerlo de nuevo; el análisis básico indica que, a pesar de no ser algo muy agradable para la comunidad no niegan repetirlo, dejando la puerta abierta para repetirlo en ocasiones posteriores.</p>
--	---

18. ¿Por qué consumes alcohol (Ron y/o Aguardiente) con cierta frecuencia?

**HOMBRES**

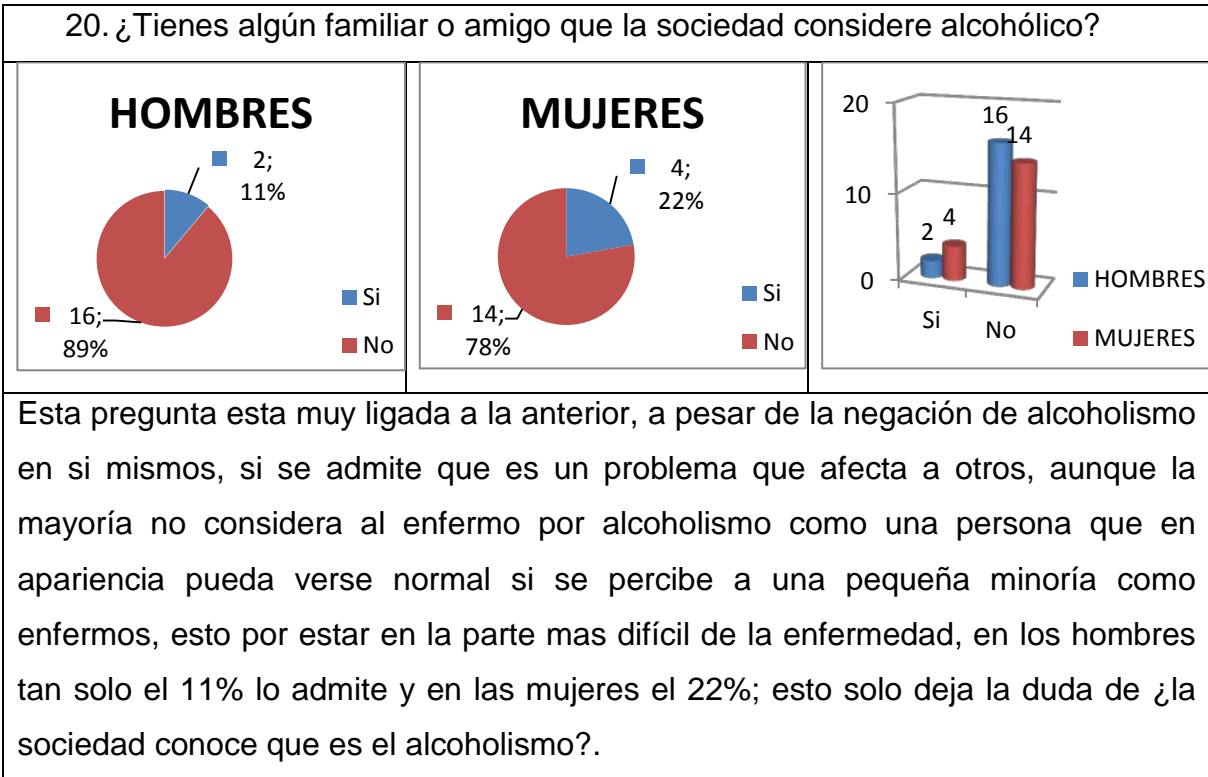
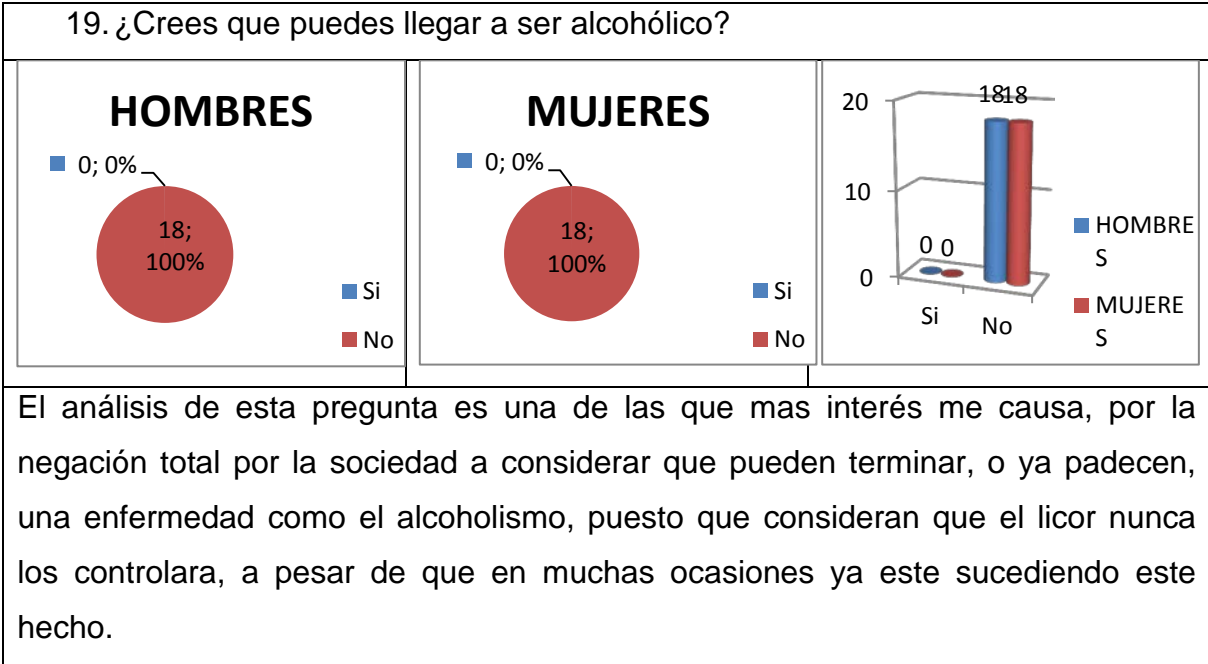


**MUJERES**

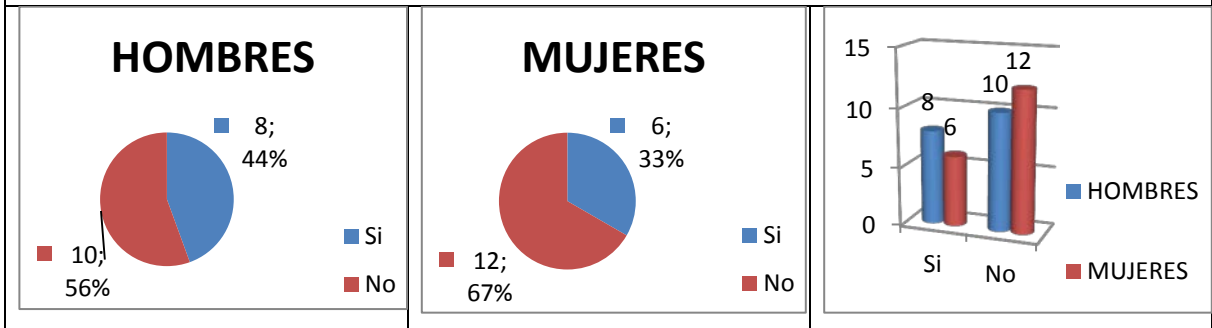


algún tipo específico de licor para compartir con los amigos (as), para compartir con la pareja, por costumbre y por gusto, dejando de lado por completo la costumbre, la moda, el regionalismo y agradar a otras personas; por parte de las mujeres, se destaca el compartir con la pareja, compartir con los amigos (as), por moda, por gusto, para agradar a otras personas y por costumbre, dejando de lado la tradición y el regionalismo; la deducción simple de esto es, la tradición del consumir un licor en específico no es objeto de tradición o regionalismo, los gustos y el compartir con otras personas – razones sociales- son los elementos más trascendentales a la hora de consumir un licor en específico.

La tabulación de la presente pregunta logra aclarar las razones por las cuales la comunidad consume una determinada bebida alcohólica; en este caso se puede percibir que los hombres tienen una tendencia mayoritaria a consumir



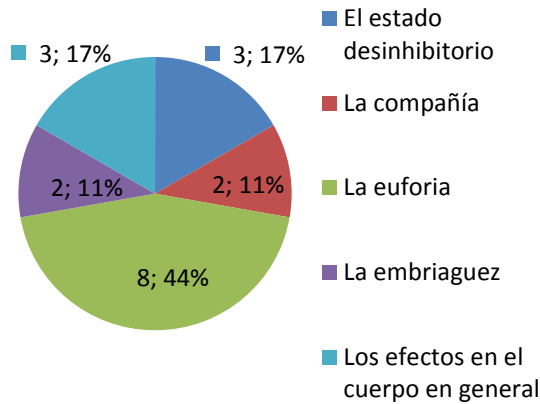
21. ¿Tienes algún familiar o amigo que tú consideres alcohólico?



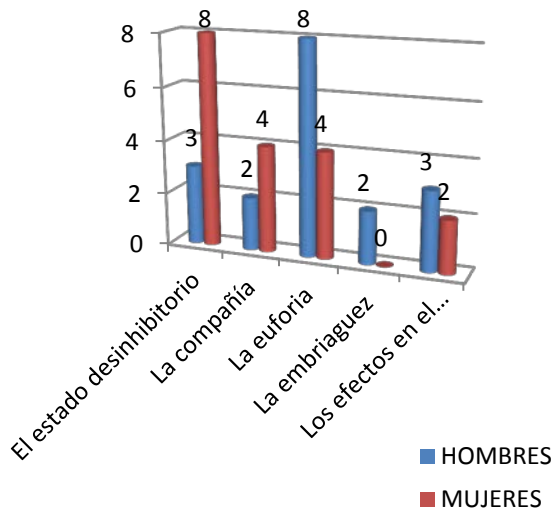
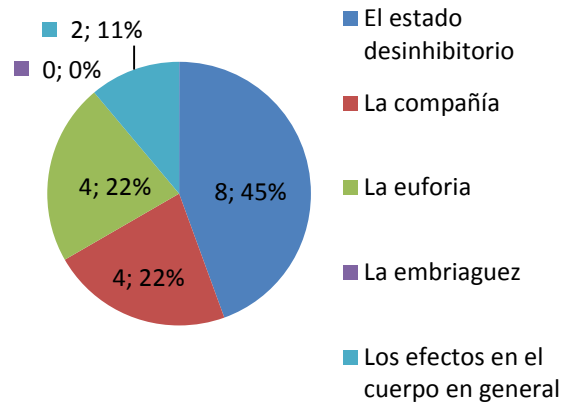
Al igual que el análisis de las dos anteriores preguntas, la consideración de la sociedad con respecto al enfermo por alcoholismo se encuentra viciada con respecto a lo que son los demás, pero que nunca llegaran a ser, a pesar de la consideración de los otros, el epíteto en si mismos se invalida, a pesar de que la encuesta los ligue como alcohólicos en sus etapas iniciales o en etapas intermedias.

22. ¿Qué es lo que más te agrada cuando consumes bebidas alcohólicas?

**HOMBRES**



**MUJERES**



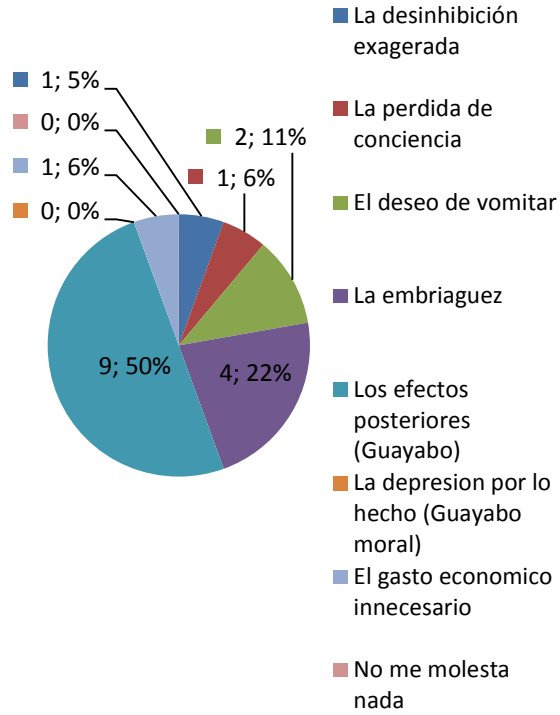
El licor produce estados en las personas, pero también los estados que produce pueden no estar ligados a los efectos en el organismo, la presente pregunta contrapone estas posiciones; en los hombres lo que más destacan como agradable es el estado de euforia que se da entre el licor y el contexto,

dejando a el estado desinhibitorio, la compañía de otras personas, la embriaguez y los efectos en el organismo, en un nivel inferior, pero no dejado de lado por completo; por parte de las mujeres el estado desinhibitorio es lo más destacable, dejando en segundo nivel a, la compañía, la euforia, lo efectos en el organismo, pero dejando de lado por completo a la embriaguez siendo un estado rechazado por el genero; a pesar que las preferencias se dividen entre hombres y mujeres la finalidad es la misma, la interacción entre sus congéneres, puesto que los estados de euforia y desinhibitorios permiten tanto a unos como a otros la interacción.

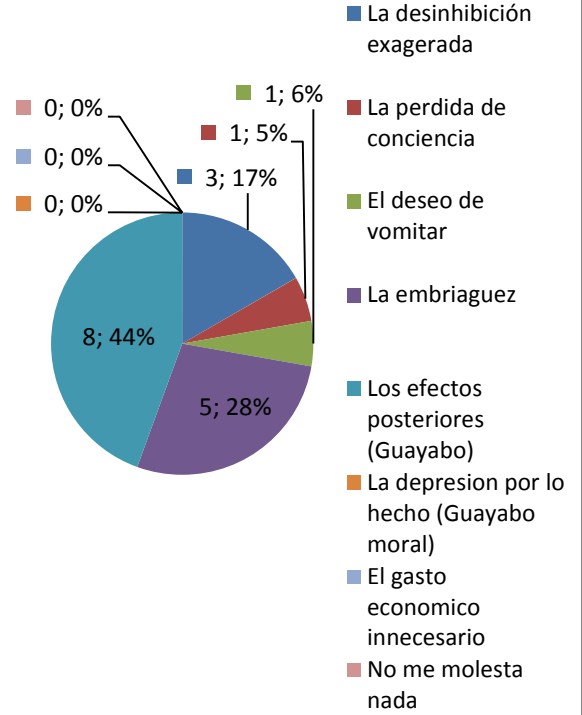


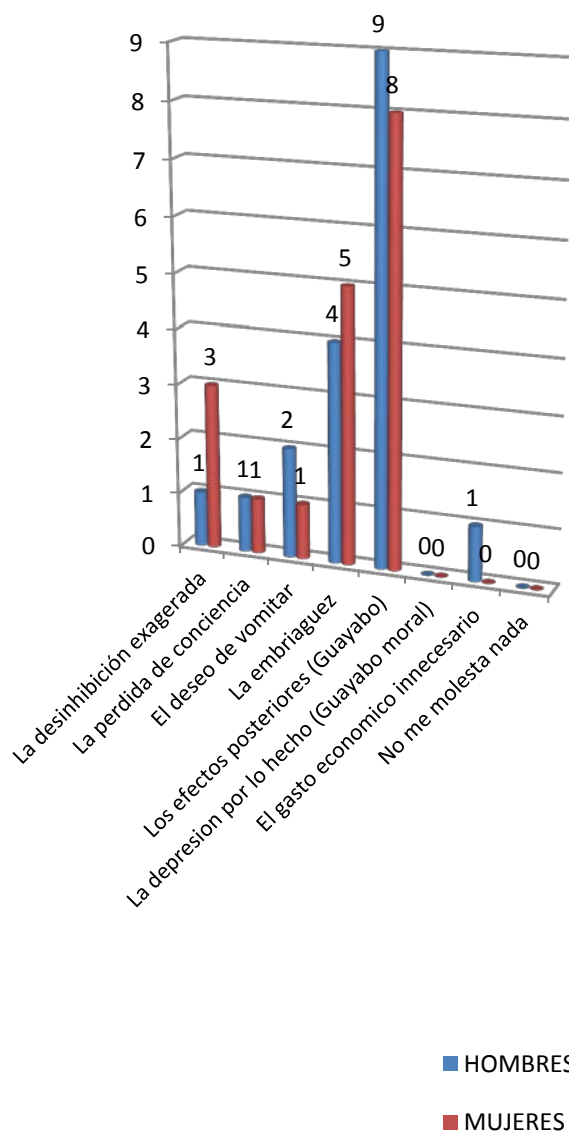
23. ¿Qué es lo que más te molesta cuando consumes bebidas alcohólicas?

**HOMBRES**



**MUJERES**

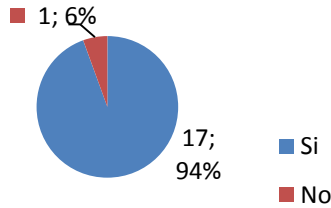




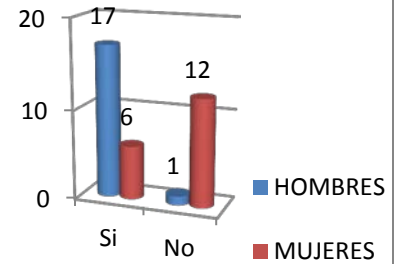
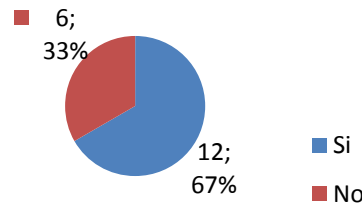
Las molestias de las bebidas alcohólicas están en distintos grados y dependen de cada una de las personas, a pesar de ello en la presente pregunta se contraponen distintos elementos caracterizados como incomodos por las personas en general; por parte de los hombres se destaca el efecto de resaca o “*guayabo*” que se produce en el organismo y como segundo elemento a destacar por los encuestados es la embriaguez; por parte de las mujeres sucede lo mismo, siendo el efecto de resaca o “*guayabo*” el efecto mas rechazado por las mujeres y la embriaguez como segundo factor de rechazo, pero además se debe destacar que en las mujeres la desinhibición es un elemento a vergonzante para ellas; el rechazo por el consumo excesivo de las personas se liga de forma directa a los efectos de dolor o molestias en el organismo y de los posibles hechos que ocurren en un estado en el que la razón no toma las decisiones.

24. ¿Consumes bebidas alcohólicas con tu familia?; ¿En donde (espacio o sitio)?

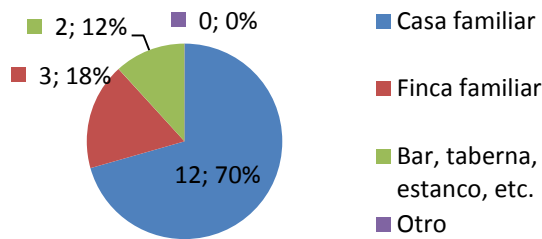
### HOMBRES



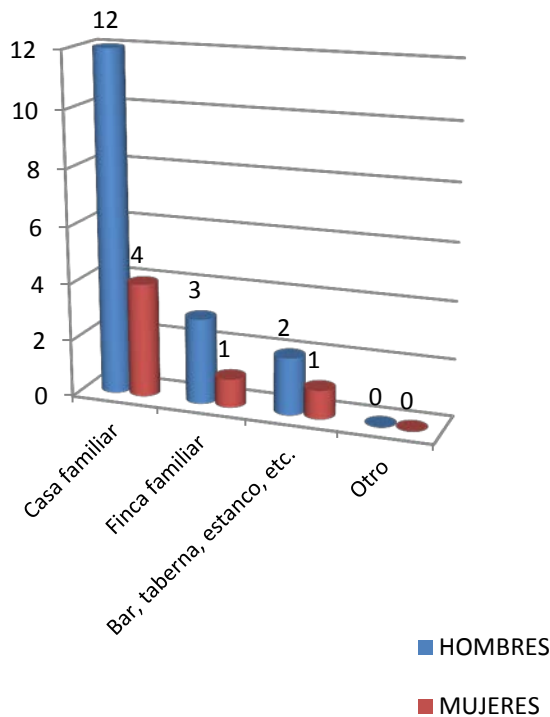
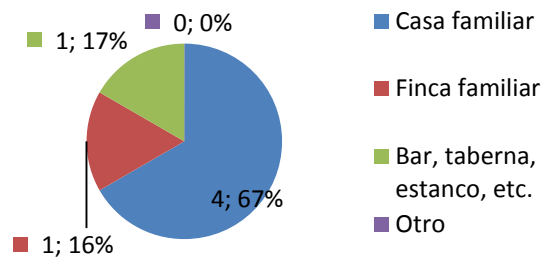
### MUJERES



### HOMBRES



### MUJERES



El aspecto familiar en la sociedad patoja es muy importante, puesto que de ahí se arraigan sus tradiciones mas ferreas, el consumo de licor en la familia se da en muchos de los casos; en el caso de los hombres el 94% consume licor en algunas ocaciones con su circulo familiar, siendo predominante en la casa familiar y como segundo sitio la finca familiar en reuniones; por parte de las mujeres el porcentaje que consume licores con la familia se reduce drasticamente, tan solo el 67% siendo el sitio

	<p>predominante la casa familiar; esto deja claro que en muchos de los casos el consumo de licor es un elemento que los mas jovenes aprenden por medio de la familia, no por ofresimiento o rito de paso, sino por curiosidad, y se consume de forma familiar al suponer que la otra persona ya consume licor por la edad que posee.</p>
--	--

## REFLEXIONES FINALES

El proceso de la investigación para optar por el título de antropólogo se produjo con los traspiés promedio de toda investigación en que, la delimitación entre el deber ser del antropólogo y el objeto-sujeto de estudio se ven transgredidos por medio del trabajo de campo, en donde las interacciones sociales y la compenetración en el contexto terminan vislumbrando aspectos de la vida en el bar que a simple vista parecen ser placenteros, pero que la periodicidad de estos placeres terminan convirtiéndose en elementos absorbentes que ciegan la lógica del observador-participante y abren paso al bebedor festivo, al que cualquier situación es optima para consumir licor, desde este punto logre enfocar el consumo de licor en el bar y determinar algunas de las posibles conclusiones del proceso de investigación.

Inicialmente se debe destacar que las posturas investigativas interdisciplinarias han considerado el consumo de licor como un elemento negativo para la sociedad en general, esto por los parámetros de percepción desde los cuales han abordado el proceso de ingerir bebidas embriagantes, a pesar que este es un elemento presente en casi todas las culturas y sociedades humanas –no se puede expresar todas al no conocerlas en su totalidad-, la popularización y permisividad con que se a desarrollado su consumo a dejado grandes brechas entre lo que la sociedad debe considerar como marcos de comportamiento y consumo, esto porque, el deseo del ser humano a satisfacer sus necesidades lo lleva a satisfacer placeres, la dificultad con ello se da con respecto a las partes de la sociedad que no consumen licor o que controlan la satisfacción de placeres, puesto que ellas son los detractores que terminan considerando algunos aspectos propios de una u otra cultura elementos nocivos para la sociedad, por mostrar los verdaderos rasgos del ser por medio de la desinhibición producida por los licores en el cuerpo, ante estos sucesos históricamente el licor se convirtió en un elemento manipulable según la

visión de la comunidad, puesto que, a veces es mostrado como un buen ciudadano que acompaña todos los momentos placenteros, apoya los eventos públicos y hasta aporta con dinero a las arcas nacionales, pero por otra parte es designado como uno de los mayores males de la sociedad, sin tener en cuenta que, un elemento no es culpable por su propia cuenta de los posibles males atribuidos a sus efectos, la dificultad principal radica en el uso que la sociedad le termina dando.

Los bares a pesar de estar presentes en la ciudad de Popayán mucho antes que la ciudad se declarara ciudad, han sido relegados a un segundo plano por la iglesia católica y sus “*fieles*” devotos, esto por la transgresión que la desinhibición implica dentro las leyes del catolicismo, puesto que el ser humano debe de comportarse según los parámetros dictaminados por las leyes católicas; los procesos de segregación de los espacios que desean ser invisibilizados por partes de la sociedad, intentando mantener fuera del contexto urbano dichos sitios dedicados a realizar actividades indebidas según la moralidad católica, dentro de la ciudad de Popayán se presentan casos continuos de discriminación e inclusive negación de dichos comportamientos, esto por la historia de la ciudad y el reconocimiento nacional como ciudad histórica, blanca y católica, no obstante los bares y demás espacios dedicados a actividades mal vistas están presentes dentro del espacio urbano, esta situación se da por el apoyo constante y periódico de la ciudadanía a estas actividades y negocios, puesto que es visto como una válvula de escape a la cotidianidad de la ciudad patoja, aun así, la población en general se declara como bebedores ocasionales que asisten a los espacios dedicados al tema en formas muy ocasionales, dejando como pauta básica la rutina con que asisten a dichos establecimientos, contra la concepción popular de quien asiste a dichos lugares de forma periódica es mal visto, por esto, tan solo con los elementos brindados por los datos cuantitativos se logra demostrar que, a pesar de la moralidad expresada por la ciudadanía en general la realidad es que los bares y otros establecimientos,

están presentes dentro del contexto de Popayán a pesar que no deseen ser destacados dentro de las tradiciones de la ciudad.

El consumo de licores virtuosos dentro de la ciudad de Popayán en personas jóvenes presenta distintas características sociales que se desenlazan de la ingesta y sus posteriores efectos, uno de los principales es la cohesión social, esto se da por la confraternidad que se produce al ingerir bebidas alcohólicas, puesto que esta situación se presenta como una suerte de ritual que proporciona losos de amistad nuevos, confianza entre desconocidos y afianzamiento entre lasos ya establecidos, es por esto que algunas de las principales características percibidas en el trabajo de campo es, (1) el ingerir licores en grupos de personas jóvenes, (2) la creación de subgrupos después de la ingesta prolongada de licor, (3) el comportamiento de los grupos dentro del bar como uno solo en horas de la madrugada, (4) como ya se expreso anteriormente, el afianzamiento de los lazos de amistad por parte del grupo; además de los elementos expuestos se debe tener en cuenta que el licor además es una elemento simbólico masculino, puesto que para la mayoría de los hombres es importante el tipo de licor consumido, la marca del mismo y la cantidad consumida, además de ello es el elemento principal para presentar “*respeto*” hacia otras personas, por medio del ofrecimiento del mismo.

Se ha logrado demostrar por medio de la investigación las razones más básicas por las cuales la comunidad joven consume licor en contextos separados de la cotidianidad urbana, dicho de otra forma en el bar, la razón básica para el consumo es la interacción social, ya sea entre personas conocidas o para entablar nuevas amistades, esto se da principalmente por los estados desinhibitorios que se logran percibir en el cuerpo, pero además, por la sensación de éxtasis momentáneo alcanzado por el grupo en general dentro del bar esto, claro esta, asociado a factores que el contexto del espacio brinda, tales como: la música, las luces, el volumen ensordecedor del sonido, la obscuridad del espacio, los espacios cerrados y pequeños que obligan a la cercanía entre unos y otros, el

ambiente interno que brinda la falsa sensación de libertad y descontrol; los factores anteriormente expresados son la razón básica por la cual las personas gustan de ir al bar, por ser un contexto fuera del contexto urbano tradicional-moralista de la ciudad de Popayán, expresado de otra forma, en el bar muchas de las personas logran expresar corporalmente lo que en la cotidianidad deben, por una u otra razón, ocultar.

Una de las principales dudas con respecto al consumo de licor en la ciudad de Popayán esta ligado hacia si es una tradición o cultura, con los datos arrojados por el presente trabajo se logro demostrar que, a pesar que el consumo de bebidas alcohólicas a estado presente en la sociedad patoja desde antes que se relatara como historia de la ciudad, la misma nunca se ha sentido identificada con el consumo de bebidas alcohólicas, esto y como ya se expreso anteriormente, porque al ser una población con tradición católica no se ha visto nunca con buenos ojos la ingesta de dichas bebidas, ya sean tradicionales o contemporáneas, para centrarse en elementos un poco mas con la actualidad, se puede expresar que es tal el caso, que inclusive los pobladores no se identifican con el aguardiente del Cauca como producto, a pesar que este sea consumido en grandes cantidades por ellos mismos, el proceso del consumo se convierte, ante estas evidencias en una tradición que es heredada por medio de aprendizaje visual, en la mayoría de las ocasiones, en las cuales se da un inicio del consumo en el conjunto familiar, pero no por ello sea bien visto por ellos mismos (el conjunto familiar), la tradición del consumo de licor esta pues, ligada a la interacción social por la aceptación de la misma, no por identificación cultural con ella.

Una de las pautas principales para la investigación dentro de los bares, se termino dando por la separación por géneros en cuestiones de comportamiento y consumo de licores, estos elementos permitieron realizar una comparación, no solo con los antecedentes inmediatos, sino con investigaciones medianamente recientes, esta



situación logro demostrar un cambio generacional de los comportamientos en beneficio del consumo de licor, hasta hace 10 años se encontraba una cierta normalidad por parte de la comunidad al percibir una ingesta de licores con tendencia al aumento por parte de la comunidad masculina joven, con el supuesto de las nociones moralistas femeninas impartidas por la familia que evitaban este aumento en el consumo por parte del genero femenino, siendo el caso que en la actualidad de la investigación, estas separaciones y nociones se encuentran cada vez mas desvanecidas, siendo la situación que, la investigación se puede realizar desde una misma perspectiva hacia los dos géneros, en la que posiblemente en próximas investigaciones las paralelas de separación de sexos se junten en una misma percepción.

Los procesos que terminan concibiéndose como cambios culturales se encuentran ligados de forma directa a la permeabilidad de una sociedad en frente a las posturas de cambio desarrolladas por comunidades ajenas a dicha cultura, en el caso de sociedad patoja como una cultura y un contexto, se ha visto permeada, al igual que muchas otras, por las nuevas posturas de cultura mundo, el contexto globalizado y la velocidad de intercambio de información a tenido un efecto homogeneizante dentro de las sociedades jóvenes realizando un cambio de paradigmas, en donde, el licor y su respectivo consumo termina siendo percibido como una cotidianidad de la sociedad, convirtiéndose en un acción rutinaria con poco sentido, a pesar de ellos el carácter ritual del consumo emerge en momentos en donde es necesario, esta situación se repite de forma constante dentro de los bares, para los efectos ya mencionados como lo son: la socialización, como forma de respeto, símbolo de estatus y afianzamiento de la masculinidad.

## FUTURAS INVESTIGACIONES

Ante el hecho del cambio continuo en la sociedad patoja con respecto al consumo de licor, el tema parece estar predispuesto para investigaciones futuras, ya sea en contextos cerrados, como los bares, o mucho más amplios, como es sociedades completas o subculturas; pero la complejidad de los elementos que se convergen deja claro que, de la presente investigación existe la posibilidad de profundizar en un sinnúmero de posibilidades, tales como: marketing en el licor, efectos en la sociedad joven; comparaciones generacionales con respecto al consumo de licor; economía y consumo en la comunidad de Popayán; percepciones de mujeres jóvenes universitarias con respecto al consumo de licor (cambio); traumas de la guerra, militares ahogando las penas en el licor; “*policía*”, los agentes del orden causando desorden (efectos del licor en agentes de policía); y por ultimo un elemento no tocado en el texto pero que si me causo especial interés, promiscuidad e inconstancia en las relaciones afectivas de los trabajadores de los bares.

La multiplicidad de situaciones que se presentan con y por el licor dan el espacio para investigaciones antropológicas, estas pueden terminar comprometiendo al investigador y convirtiéndose en parte de la investigación, haciéndolo participe de una sociedad que no se puede delimitar desde una sola tendencia científica, tal como los consumidores de licor.

## BIBLIOGRAFÍA

ADIS CASTRO G.

"Alcoholismo y comunicación". Leído en una mesa redonda: Definiciones sobre Alcoholismo.

San José, Costa Rica, 1973.

AGUIRRE, Cesar

País De Alcohol "El problema del alcoholismo en Colombia"

Castillo Editorial Ltda.

Santafé de Bogotá, junio 1996

ALMEIDA V.

Estudios sobre consumo del alcohol en el Perú.

Rev. sanidad militar del Perú, 1959, 95, 1.

ALMEIDA V.

Investigación clínica sobre la evolución del alcoholismo.

Rev. neuropsiquiat, 1962. 25, 07

Alcoholics Anonymous World Services, Inc.

"LIBRO GRANDE EN LINEA"

Primera impresión: 1990

Traducción revisada por CIATAL

URL: [http://www.aa.org/bigbookonline/sp\\_tableofcnt.cfm](http://www.aa.org/bigbookonline/sp_tableofcnt.cfm)

(Consultado: 13/06/2008)

ANDERSON R. K., CALVO J., SERRANO G., PAYNE G.

A study of the nutritional status and food habits of Otomi indians in the Mezquital Valley of México.

Amer. j. publ. health., 1946, 36, 883.

ANGROSINO M.

Outside is death; alcoholism, ideology and community organization among the East Indians of Trinidad. Wake Forest University. Overseas Research Center. Medical behavioral science monographs.

Winston Salem, N. C. expected 1974.

ARAUJO R. L.

Consideraciones estadísticas sobre el consumo de bebidas alcohólicas por la población de Venezuela.

Rev. de sanidad y asist-soc., 1955, 20, 39.

ARTEAGA PATIÑO, William Rolando.

Tesis: "ALCOHOL, TOXICO VENENO Y REMEDIO CULTURAL, ¿ESCAPE PERFECTO?...; 'Un borracho es el animal mas parecido al hombre' Vladdo"

Universidad Del Cauca

Biblioteca el Carmen

F.C.H.S

2010

"Los Doce Pasos";

URL: <http://www.geocities.com/drogodependencias/12pasos.htm>

(Consultado: 11/06/2008)

BABOR T, CAETANO P, CASSWELL S, EDWARDS G, GIESBRECHT N,  
GRAHAM K.

Alcohol: No Ordinary Commodity.

Oxford University

2003.

<http://www.apolnet.ca/resources/pubs/Alcohol-NoOrdinary2-Summary.pdf>

(Consultado: 07/09/2009)

BANBAREN VIGIL C.

Consumo de alcohol y habla popular peruana.

Lima, Univ. peruana Cayetano Heredia, 1973.

Barr, Andrew,

*Drink: A Social History of America*, New York,

Carroll and Graf Publishers, Inc., 1999. 466 pp.

BARRERA VASQUEZ A.

El pulque entre los mayas.

Cuadernos Mayas 3.

México, 1941.

BEABRUM M. H.

The influence of socio-cultural factors in the treatment of alcoholism in the West Indies. En: Kiloh L., Bell D. (eds.). Congress on Alcohol and Drug Dependence. Sydney, Butterworths.

1971.

BEALS R.

The Comparative Ethnology of Northern México before 1750. Berkeley, Univ. of California Press, 1932.

BEJARANO J.

La derrota de un Vicio: Origen e Historia de la Chicha. Bogotá, Iqueima, 1950.

Bejaraño J.

"La experiencia colombiana en la campaña contra la chicha y la coca". En: Informe final de la Conferencia Nacional de Alcoholismo. Lima, 1957.

Becoña. E

*Bases teóricas que sustentan los programas de prevención de drogas.* Madrid: Plan Nacional sobre Drogas. (1999).

BERRUECOS VILLALOBOS, Luis.

ASPECTOS CULTURALES DEL CONSUMO DE SUSTANCIAS ADICTIVAS  
Artículo del 2005

URL: <http://www.liberaddictus.org/Pdf/0886-88.pdf>

(Consultado: 02/02/2007)

BERRUECOS VILLALOBOS, Luis.

La investigación sobre el consumo de alcohol entre la población indígena de México

URL: <http://www.liberaddictus.org/Pdf/0871-85.pdf>

(Consultado: 08/10/2009)

BORGES, G; MEDINA-MORA, ME; CHERPITEL, C; CASANOVA, L;  
MONDRAGÓN, L; ROMERO, M.

Consumo de bebidas alcohólicas en pacientes de los servicios de urgencias de  
la ciudad de Pachuca, Hidalgo

Consumo de bebidas alcohólicas en pacientes  
de los servicios de urgencia de la ciudad  
de Pachuca, Hidalgo.

Salud Publica Mex 1999;41:3-11.

<http://www.scielosp.org/pdf/spm/v41n1/41n1a01.pdf>

(Consultado: 09/10/2009)

BOURDIEU, Pierre. (1930-2002)

LA DISTINCIÓN: criterios y bases sociales del gusto

Titulo original: The Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste.

Traducción de: María del Carmen Ruiz de Elvira.

Madrid: Ediciones Taurus, 1988.

BOURGUINON E. E.

Comment on Leacock's "ceremonial drinking in an Afro-Brazilian cult".

Amer. Anthropol., 1964, 66, 1393.

BRUMAN H.

Asían origin of the Huichol still.

Geographical review, 1944, 34, 418.

BUNZEL R.

The role of alcoholism in two central American cultures.

Psychiat, 1940, 3, 361. (En español: Bol. del Inst. Indigenista Nac.  
(Guatemala), 1956. 2, 3).

CALAFAT, A.

Replantear la prevención del uso recreativo de drogas. En *IV Jornadas Municipales sobre drogodependencias*.

Bilbao: Ayuntamiento de Bilbao, p. 15-24. (2001)

CALDERÓN NARVAEZ G.

Consideraciones acerca del alcoholismo entre los pueblos pre-hispánicos de México, *Rev. Inst. Nac. neurobiol.*, 1968, 3, 5.

CARAVEDO B., ROTONDO H., MARIATEGÜI J. (eds.).

Estudios de Psiquiatría Social en el Perú.

Lima, Ediciones del Sol, 1963.

Carrier, James y Josiah Herman (1997)

“Consumption and Political Economy”

The Journal of the Royal Anthropological Institute, vol.3, no.2

[http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/\(ISSN\)1457-8645](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/(ISSN)1457-8645)

(Consultado: 05/14/2011)

CARVAJAL M.

Contribución a la lucha antialcohólica: alcohol, alcoholismo y locura.

*Rev. Med. (Bogotá)*, 1919, 37, 176.

Centro Provincial de Drogodependencias de Cádiz. Grupo de Investigación en Medicina Psicosocial de la Universidad de Cádiz.

[http://www.dipucadiz.es/opencms/export/sites/default/dipucadiz/galeriaFicheros/drogodependencia/ponencias5/Instrumentos\\_de\\_evaluacixn\\_y\\_diagnxstico\\_en\\_drogodependencias.pdf](http://www.dipucadiz.es/opencms/export/sites/default/dipucadiz/galeriaFicheros/drogodependencia/ponencias5/Instrumentos_de_evaluacixn_y_diagnxstico_en_drogodependencias.pdf)

(Consultado: 14/11/2009)



CHASSOUL M., Ch. PÉREZ GUEVARA I., ADIS CASTRO G., HEATH D. B.,  
ELLIECER VALVERDE J.

Encuesta nacional sobre hábitos de ingestión de alcohol (versión preliminar).  
San José, Costa Rica, Comisión sobre alcoholismo.  
1970.

CHASSOUL M., Ch. PÉREZ GUEVARA I., ADIS CASTRO G., HEATH D. B.,  
ELIECER VALVERDE J.

Encuesta nacional sobre hábitos de ingestión de alcohol (versión preliminar  
revisada y aumentada). Monog. cientif. no. 1, San José, Costa Rica, Centro de  
estudios sobre alcoholismo.  
1973.

CONCILIO VATICANO II

CONSTITUCIÓN PASTORAL: *gaudium et spes*; sobre la iglesia en el mundo  
actual

*Roma, en San Pedro, 7 de diciembre de 1965.*

URL:

[http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_const\\_19651207\\_gaudium-et-spes\\_sp.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_sp.html)

(Consultado: 23/10/2011)

COOPER J. M.

"Stimulants and narcotics". In: Steward J. H. (ed). Handbook of South American  
Indians: 5 comparative ethnology of South American Indians.

Washington, Bureau of American Ethnology Bulletin 143, 1949.

DOUGHTY P. L.

The social uses of alcoholic beverages in a Peruvian community. Human organization.

1971, 30, 187.

ECO, Umberto.

COMO SE HACE UNA TESIS: Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura.

Ed, gedisa.

España, 1994.

Editores: Dra. Elsa Gutiérrez Boró., Dr. Ramón Aneiros-Riba.

Toxicomanías Y Adolescencia: Realidades Y Consecuencias  
(colectivo de autores)

URL: <http://www.sld.cu/libros/libros/libro5/toxicolo.pdf>

(Consultado: 12/10/2009)

EFRON V.

Factores sociológicos y culturales en la ingestión excesiva de alcohol. Archivos de biología y medicina experimentales (Santiago), Suplemento.

1969, 3, 251.

ELIZABETH MORI DONAYRE

Estudio Comparativo de factores de consumo y no consumo.

URL: <http://www.monografias.com/trabajos14/alcotabaq/alcotabaq.shtml>

(Consultado: 23/09/2009)

ESPADA, J, MÉNDEZ, X., GRIFFIN, K. Y BOTVIN, G.

Adolescencia: Consumo del alcohol y otras drogas.

*Papeles del psicólogo*, 23, (84), 9-17. (2003).

FERRATER MORA, José  
Diccionario de Filosofía  
Editorial Sudamericana  
Buenos Aires – Argentina  
(Versión pdf; Consultado: 13/05/2007)

GÓMEZ J.

Chichismo: estudio general, clínico y anatomopatológico de los efectos de la chicha en la clase obrera de Bogotá.

Repertorio de medicina y cirugía (Bogotá), 1914-1915, 5:302, 424, 483, 640, 588, 652, 6:179.

GENIN A. M. A.

La cerveza entre los antiguos mexicanos y en la actualidad (sin imprenta).

México, 1924.

GONÇALVEZ DE LIMA O.

El magney y el pulque códigos mexicanos.

México, Fondo de Cultura Económica, 1956.

GONZÁLEZ MORA, Felipe.

Reales Fabricas De Aguardiente De Caña En El Nuevo Reino De Granada.

Centro editorial javeriano, CEJA. col. bibli. del prof.

Pri ed. 2002

GUTIÉRREZ de P. V.

Alcohol y cultura en una clase obrera.

CINVA, Bogotá, 1956 (mimeografiado).

GONZÁLEZ SAIZ, Francisco.

Instrumentos de evaluación y diagnóstico en drogodependencias.

URL:[http://www.dipucadiz.es/opencms/export/sites/default/dipucadiz/galeriaFicheros/drogodependencia/ponencias5/Instrumentos\\_de\\_evaluacion\\_y\\_diagnostico\\_en\\_drogodependencias.pdf](http://www.dipucadiz.es/opencms/export/sites/default/dipucadiz/galeriaFicheros/drogodependencia/ponencias5/Instrumentos_de_evaluacion_y_diagnostico_en_drogodependencias.pdf)

(Consultado: 08/10/2009)

HARTMANN G.

Alkoholische Getränke bei den Naturvölkern Südamerikas.

Berlin, Freie Universität Berlin, 1958.

HARTMANN G.

Destillieranlagen bei südamerikanischen Naturvölkern.

*Zeitschrift für Ethnologie*, 1968, 93, 225.

HAWKINS, J.D., CATALANO, R.F. MILLER, J.Y.

Risk and protective factors for alcohol and other drug problems in adolescence and early adulthood: implications for substance abuse prevention. *Psychological Bulletin*, 112, 64-105. (1992).

HEATH D. B.

Drinking patterns of the Bolivian Camba. *Quart. j.*

*stud. aeth.*, 1958, 19, 491

(versión revisada en Pittman & Snyder, 1962).

HEATH D. B.

Comment on D. Mandelbaum's "Alcohol and culture" *Current anthropology*,

1965, 6, 289.

HEATH D. B.

Peasants, revolution and drinking: interethnic drinking patterns in two Bolivian communities.

Human organization, 1971,30, 179.

HERRERA J. J.

Aspectos médico-legales y sociales del Alcoholismo y otras toxicomanías.

Acta psiquiát. psicol. Amér. lat., 1962, 8, 118.

HOLMBERG A. R.

The rythms oí drinking in a Peruvian coastal mestizo community.

Human organizatión, 1971, 30, 198.

HORWITZ J., ADIS CASTRO G.

"Comentario final". En: Horwitz J., Marconi J., Adis Castro G. (eds.).

Epidemiología del Alcoholismo en América latina.

Buenos Aires, ACTA, 1967.

HORWITZ J.

"Introducción". En: Horwitz J., Adis Castro G. (eds.). Epidemiología del Alcoholismo en América latina.

Buenos Aires, ACTA, 1967.

KATTAN L., HORWITZ J., CABALLERO E., CORDUA M., MARAMBIO C.

Características del alcoholismo en la mujer y evaluación del resultado de su tratamiento en Chile.

Acta psiquiat. psicol. Amér. lat, 1973, 19, 194.

KELLER, Mark.

“The disease concept of alcohol revisited”, J.  
Stud. Alc. 37, 11:1694-1717, New Jersey, E.U., 1976.

KEARNEY M.

Drunkness and religión conversión in a Mexican village.  
Quar. j. stud. ale, 1970, 31, 132.

KENNEDY J. G.

Tesguino complex: the role of beer in Tarakumara culture.  
Amer. anthropol., 1963, 65, 620.

LARA ALVARES, Braulio.

Sustancias que producen farmacodependencia.  
Secretaría de Salud Pública Municipal de Popayán, 1996

LEACOCK S.

Ceremonial drinking in an AfroBrazilian.  
Cult Amer. anthropol., 1964, 66, 344.

LIBERMAN D.

Psicoanálisis del alcoholismo y de la adicción a las drogas.  
Acta neuropsiquiát. arg., 1959, 5, 161.

LOMNITZ L.

Función del alcohol en la sociedad Mapuche.  
Acta psiquiat psicol. Amér. lat, 1969, 15, 157.

LOMNITZ L.

Patrones de ingestión de alcohol entre migrantes Mapuches en Santiago.  
Amér. indíg., 1969, 29, 43.

MADSEN W., MADSEN C.

The cultural structure of mexican drinking behavi.  
Quart j. stud. ale, 1969, 30, 701.

MANGIN W.

Drinking among Andean Indians.  
Quart. i. stud. ale, 1957, 18, 55.

MANGIN W.

La bebida entre los indios de los Andes.  
Perú indígena, 1958, 7, 14

Mapa geografía de Colombia.

Fuente: "Google Maps".

Modificada por: Carlos Julián Muñoz G.

Url: <http://www.popayan-cauca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=m-m1--&x=1364644>

Mapa geográfico del Cauca.

Fuente: "Proyecto de reorganización territorial".

Url:<http://hugosalamancaparra.net/K013%20Actual%2019%20Departamento%20del%20Cauca.htm>

Mapa de Popayán.

Fuente: "Google Maps".

Modificada por: Carlos Julián Muñoz G.

Url: <https://maps.google.es/?mid=1374955610>

MARDONES J., VÁRELA A.

Enfoque farmacológico de las toxicomanías y en especial del alcoholismo.

Rev. psiquiat. Chile, 1957, 22, 83.

MARCONI J.

Barreras culturales en la comunicación que afectan el desarrollo de programas de control y prevención del alcoholismo.

Acta psiquiat psicol. Amér. lat, 1969, 15, 351.

MARIANI C.

"Alcoholismo y giros folklóricos chilenos".

Anales del III Congreso Latinoamericano de Psiquiatría. Lima, 1964.

MARIATEGUI J.

"Ingestión de alcohol y factores sociocultural es".

En: Horwitz J., Marconi J., Adis Castro G. (eds.). Epidemiología del Alcoholismo en América Latina. Buenos Aires, ACTA, 1967.

MARROQUIN J.

Alcoholismo entre los aborígenes peruanos.

Crón. méd. (Lima), 1943, 60, 226.

MARTIN DEL CAMPO R.

El pulque en México precortesiano.

AnaL Inst. BioL (México), 1938, 9, 5.



Martínez, E.

*Hacia una prevención con sentido.*

Bogotá: Colectivo Aquí y Ahora. (2006).

MAYNARD E., BJARKE, FROLAND, RASMUSSEN CH.

Drinking Patterns in Highland Ecuador. Andean indian community research and development program.

Cornell University, Dpt. od Anthropology, 1965 (mimeografiado).

MEDINA-MORA, María Elena.

“Las adicciones: su situación actual”, en Berruecos Villalobos, Luis *et al.*, *Curso Básico sobre Adicciones*, México, Fundación Ama la Vida, A.C., antes Centro contra las Adicciones, 1994. pp. 9-52., *et al.*, “Patrones de consumo de alcohol en México”, en *Alcohol Consumption among Mexicans and Mexican-Americans: A Binational perspective*, UCLA, Spanish Speaking Mental Health Research Center,

California (ed. by Jean Gilbert), 1988: 27-52.

MESA y P. S., A.

Historia del alcohol y el alcoholismo en Europa y en América. Orientaciones médicas (Medellín), 1959, 8, 107.

MORALES DE FLORES I-, CHASSOUL CH.

Diagnóstico de alcoholismo en Costa Rica: resumen y conclusiones.

San José, Comisión sobre alcoholismo, 1972.

NEGRETE J. C.

Factores soció-culturales en el alcoholismo. Leído en el Curso Internacional sobre Alcoholismo.

San José, Costa Rica, 1973.

OWEN R.

Alcohol use in urban Brazil: religions and ethnic factors. Leído para la Asociación Americana para el Avance de la Ciencia.

Berkeley, California, 1965.

PÉREZ GÓMEZ, Augusto.

Recuperación natural y recuperación con tratamiento del consumo de drogas y alcohol.

URL: <http://www.adicciones.es/files/perezgomez.pdf>

(Consultado: 22/09/2009)

PÉREZ GÓMEZ, Augusto, Ph.D; SCOPPETTA, Orlando D.G, M.Sc.

Consumo de alcohol en menores de 18 años en Colombia: 2008 un estudio con jóvenes escolarizados de 12 a 17 años en 7 capitales de departamento y dos municipios pequeños

corporacion Nuevos Rumbos

Este estudio fue financiado por Bavaria S.A., dentro de su política de responsabilidad social empresarial.

El proyecto fue iniciativa de Nuevos Rumbos. Bavaria no tuvo intervención en ninguna de las fases de preparación ejecución del proyecto. Por política empresarial, Bavaria S.A. no tiene acceso a las bases de datos con informaciones referentes a menores de 18 años, y en este caso concreto tales bases de datos son propiedad exclusiva de la Corporación Nuevos Rumbos.

URL: <http://www.todospodemosserpadres.com/pdf/AlcoholMenoresEdad.pdf>

(Consultado: 22/09/2009)

PIGA PASCUAL A.

La lucha antialcohólica de los españoles en la época colonial.

Rev. de Indias, 1942, 3, 711.

PINTO OCAMPO, Italo Alberto.

Tesis: "LA TABERNA. Algunas Interacciones Sociales"

Universidad Del Cauca

Biblioteca el Carmen

F.C.H.S

2009

PORTELLA, Eduard; RIDAO, Manuel; CARRILLO, Esteban; RIBAS, Eduard;  
RIBÓ, Cristina; SALVAT, María.

EL ALCOHOL Y SU ABUSO: Impacto Socioeconómico.

Ed Panamericana

España, 1998.

QUILINDO SALAZAR, Paula Andrea.

Tesis: "TRANSFORMACIONES DEL COMPORTAMIENTO SOCIAL DE 'LOS  
JÓVENES' EN ESPACIOS PÚBLICOS. Una Aproximación A Imágenes De  
Modernidad En Popayán"

Universidad Del Cauca

Biblioteca el Carmen

F.C.H.S

2005

RESTREPO, Diana; CLARA, Maria.

La chicha una bebida fermentada a través de la historia.

Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología, 1994

RIVERA CRUCES, Ismael.

"Hábitos y prácticas de consumo de alcohol de los jóvenes en bares y  
discotecas del país"

*Cuadernos FISAC*, año 2, vol. 1, núm. 9, pp. 35-46, mayo 2001.

RODRÍGUEZ, J., AGULLÓ, y AGULLÓ, M.

Jóvenes, fin de semana y uso recreativo de drogas: evolución y tendencias del ocio juvenil.

*Adicciones: Monografía de drogas recreativas*, 15 (2), 7-34. (2003).

RODRIGUES OSPINA, Edgar.

Consumo de sustancias Psicoactivas.

Colombia 1996. Bogotá : Editorial Carrera 7a., 1997.

RODRÍGUEZ SANDOVAL L.

Drinking motivations among the indians of the Ecuadorean sierra.

*Primitive man*, 1945, 18, 39.

ROJAS GONZÁLEZ F.

Estudio historico o-etnográfico del alcoholismo entre los indios de México.

*Rev. mex. sociol.*, 1942, 4, 111.

ROJAS U. (compilador).

La lucha contra las bebidas alcohólicas en la época de la colonia.

*Repertorio boyacense*, 1960, 46, 877.

ROSENBLAT E., SOLARI G., MARCHESSE I., MARCONI J., ALVARADO R., ENRIQUEZ W.

Estudio de algunas condiciones socioeconómicas en relación con alcoholismo de una población de Santiago.

*Int j. of. ale. and alcoholism-*, 1955, 1, 163.

RUIZ MORENO A.

La lucha antialcohólica de los jesuitas en la época colonial.

*Estudios (Buenos Aires)*, 1939, 62, 339; 423.

SAYRES W. C.

Ritual drinking, ethnic status and inebriety in rural Colombia.

Quart j. stud. ale, 1956, 17, 53.

SIERRA ACUÑA, Diana Raquel

URL: [http://www.nuevosrumbos.org/documentos/Recuperacion\\_natural.pdf](http://www.nuevosrumbos.org/documentos/Recuperacion_natural.pdf)

(Consultado: 01/10/2009)

SIMMONS O. G.

Drinking pattern and interpersonal performance in a Peruvian mestizo community.

Quart. j. stud. ale, 1959, 20, 103.

SIMMONS O. G.

The sociocultural integration of alcohol use; a peruvian study.

Quart. j. stud. ale, 1968. 29, 15Z

TYLOR, Edward B.

Cultura primitiva: Los orígenes de la cultura./ Edward B. Tylor, traducción de Marcial Suárez.

Madrid: Ayuso, 1977

VÁRELA A., MARCONI J.

Adicción al alcohol: estudio de la evolución de la enfermedad en pacientes chilenos.

Rev. psiquiát. (Santiago), 1952, 17, 19.

VARGAS GUADARRAMA, Luis Alberto.

“El pulque en la cultura de los pueblos indígenas”

*Cuadernos FISAC*, año 1, núm. 2, pp. 11-20, noviembre 1999.

VELASCO FERNÁNDEZ, Rafael.  
Salud mental, enfermedad mental y alcoholismo: Conceptos básicos.  
ANUIES-TRILLAS, México, 1980.

VELASCO FERNÁNDEZ, Rafael.  
Esa enfermedad llamada alcoholismo,  
Trillas, México, 1981.

VARGAS, Ricardo (compilador)  
Drogas, poder y región en Colombia.  
Santafé de Bogotá: CINEP., 1995.

VIQUEIRA C, PALERM A.  
Alcoholismo, brujería y homicidio en dos comunidades rurales de México.  
Amér. indíg., 1954, 14, 7.

VOLVERAS HERNANDEZ, Carolina.  
Tesis: "EL USO Y EL ABUSO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN LA ZONA  
URBANA DEL MUNICIPIO DE TIMBIO-CAUCA. Una Mirada Sociocultural"  
Universidad Del Cauca  
Biblioteca el Carmen  
F.C.H.S  
2008

WEBE G. A.  
Distributional study of drinking among South American Indians.  
(en preparación).  
URL: <http://pubs.niaaa.nih.gov/publications/aa55.htm>  
(Consultado: 14/10/2009)

YAWNEY C. D.

Drinking patterns and alcoholism in Trinidad.

McGill stud. in Carib. anthrop.,l. ocase. papers, 1969, 5, 34.

ZINNGG R. M.

The genuine and spurious values in Tarahumara Culture.

Amer, anthropol., 1942, 44, 78.

ZULETA J., Luis Alberto; JARAMILLO G., Lino.

LOS IMPUESTOS A LOS LICORES EN COLOMBIA

(Estudio elaborado para la DIAN)

FEDESARROLLO

URL: <http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/LOS-IMPUESTO-A-LOS-LICORES-EN-COLOMBIA-TEXTO-FINAL.pdf>

(Consultado: 26/08/2011)

(Historia de Popayán-Cauca)

Fuente: <http://www.popayan-cauca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mlxx-1-&m=f>

Consultado: 23/05/2013

## ANEXO 1

<b>FORMATO DE ENCUESTA</b>									
Sexo:	Masculino:			Femenino:					
Edad:	(años de edad)								
Lugar de Nacimiento:									
Grupo Étnico:									
Estado Civil:	Soltero:			Casado:					
Nivel de escolaridad:	Primaria:		Secundaria:		Técnico:		Universidad:		Ninguno:
Lugar de residencia:									
Actividad económica:									
1. ¿A que edad probó por primera vez bebidas alcohólicas?	Antes de los 13 años								
	Entre 13 y 15 años								
	Entre 16 y 18 años								
	Entre 19 y 21 años								
	De 22 en adelante								
2. ¿Con quien (es)?	Familia								
	Amigos								
	Pareja								
	Solo								
	Otros								
3. ¿En que lugar?	Casa de la familia								
	Casa de un amigo								
	Bar, taberna o establecimiento								
	En la calle								
	Otro								
4. ¿A que edad asististe por primera vez a un bar?	Antes de los 18 años								
	Entre 18 y 19 años								
	Entre 19 y 20 años								
	De 21 en adelante								
5. ¿Con quien (es)?	Familia								
	Amigos								
	Pareja								
	Solo								
	Otros								
6. ¿Cuál es su bebida preferida y por qué?	Aguardiente								
	Ron								
	Brandi								
	Cerveza								
	Otro								
NOTAS: _____									
_____									
_____									
_____									
_____									



7. ¿Cuándo, donde y por qué prefieres ingerir bebidas alcohólicas?	Cuando	Entre lunes y miércoles	
		Entre jueves y sábado	
		Día domingo	
		Solo días festivos	
		Días especiales	
		Cualquier día	
	Donde	En un bar, taberna o discoteca	
		En un estanco o tienda	
		En un parque o espacio abierto	
		En tu residencia	
		En la residencia de un amigo	
		Otro	
	Por que	Por diversión	
		Para compartir con los amigos (as)	
		Para compartir con tu pareja	
Para dispersarse y salir de la monotonía			
Por costumbre			
No hay razón específica			
8. ¿Cuántas veces a la semana, o al mes, sales a bares o establecimientos especializados en la venta y consumo de licor?	Entre 1 y 2 veces por semana		
	Entre 2 y 4 veces por semana		
	Entre 1 y 2 veces por mes		
	Entre 2 y 4 veces por mes		
	Mas de 8 veces al mes		
9. ¿Tiene días especiales en los cuales prefiere ingerir alcohol?	No		
	Si	Lunes	
		Martes	
		Miércoles	
		Jueves	
		Viernes	
		Sábado	
		Domingo	
10. ¿Tiene fechas especiales en los cuales prefiere ingerir alcohol?, ¿cuales? (puedes seleccionar mas de una fecha)	31 de Diciembre y 1 de Enero		
	Día de la madre		
	Día del padre		
	Cumpleaños		
	Fiestas y ferias de pubenza		
	Semana santa		
	Aniversarios		
	Fechas de luto		
Otros			
NOTAS: _____			
_____			
_____			
_____			
_____			
_____			
_____			



17. ¿Cómo percibes tu última embriaguez?		Como algo agradable	
		Como algo no muy agradable pero que repetiría	
		Como algo desagradable	
		Como algo que no haría de nuevo	
		No recuerdo mi última embriaguez	
18. ¿Por qué consumes alcohol (Ron y/o Aguardiente) con cierta frecuencia?		Por gusto	
		Por tradición	
		Por costumbre	
		Por moda	
		Por regionalismo	
		Para agradar a otras personas	
		Por compartir con amigos (as)	
19. ¿Crees que puedes llegar a ser alcohólico?		Si	
		No	
20. ¿Tienes algún familiar o amigo que la sociedad considere alcohólico?		Si	
		No	
21. ¿Tienes algún familiar o amigo que tú consideres alcohólico?		Si	
		No	
22. ¿Qué es lo que más te agrada cuando consumes bebidas alcohólicas?		El estado desinhibitorios	
		La compañía	
		La euforia	
		La embriaguez	
		Los efectos en el cuerpo en general	
23. ¿Qué es lo que más te molesta cuando consumes bebidas alcohólicas?		La desinhibición exagerada	
		La pérdida de conciencia	
		El deseo de vomitar	
		La embriaguez	
		Los efectos posteriores (Guayabo)	
		La depresión por lo hecho (Guayabo moral)	
		El gasto económico innecesario	
24. ¿Consumes bebidas alcohólicas con tu familia?; ¿En donde (espacio o sitio)?	No		
	Si		Casa familiar
			Finca familiar
			Bar, taberna, estanco, etc.
			Otro
NOTAS: _____			
_____			
_____			
_____			
_____			
_____			
_____			
_____			
_____			
_____			