

Del beber y el tomar en Juchitán, Oaxaca

Marinella Miano Borruso*

Sergio Lerín Piñón**

RESUMEN: *El objetivo de este estudio es abordar algunas funciones positivas y negativas del consumo de alcohol entre los zapotecos de Juchitán, Oaxaca. Se describe primero la situación del consumo de bebidas con baja gradación de alcohol en su vida diaria: comida, fiestas, reuniones sociales y fiestas religiosas. Después se analiza cómo el consumo de alcohol influye en sus relaciones sociales, y finalmente, expone cómo se introdujo la comercialización de cerveza en su sociedad y cómo ésta ha sustituido el consumo de bebidas alcohólicas tradicionales.*

ABSTRACT: *The objective of this study is to describe the positive and negative roles of alcohol consumption among the Zapoteco Indians living in Juchitán, in the State of Oaxaca, Mexico. First it describes, the situations in which the consumption of low graduation alcohol beverages occurs in their daily lives, such as in meals, parties, social gatherings and religious festivities. Secondly, it analyzes the ways in which alcohol consumption contributes to their social transactions and finally, it explains how the commercialization of beer is introduced in their society and how it displaces the consumption of traditional alcoholic beverages.*

En memoria de Manuela León

*Que no se emborrache el santo
que a lo mejor nos la quita
ya que cuando iremos pa'l camposanto
será con las botellitas.*

El artículo trata de recuperar la dimensión sociocultural de uno de los temas más importantes en la antropología, el uso y abuso de bebidas alcohólicas en comunidades indias, mestizas o de campesinado tradicional, aunque no exclusivamente. La producción antropológica mexicana sobre este tema-problema generó alrededor de 30 estudios importantes, para los sesenta y setenta los trabajos fueron prolíficos en nuestro medio pero se realizaron por antropólogos no nacionales, y en las últimas tres décadas disminuyeron notoriamente. [Menéndez, 1991:17]

* ENAH

** CIESAS

Después de los setenta, se asentaba información sobre las funciones rituales, festivas, alimenticias, curativas, deshinibitorias, anestésicas, afrodisíacas, energéticas o narcotizantes del alcohol en distintos ámbitos y culturas de América Latina; desde esa época la producción per cápita de alcohol ha ido en aumento. Hacia los años ochenta, Menéndez exponía que el incremento en el consumo de alcohol se dio básicamente por la producción y comercialización de la cerveza y las bebidas destiladas de grano [1982:9], desplazando a las bebidas tradicionales—incluyendo al pulque—no sólo en zonas urbanas sino, incluso, en zonas rurales de difícil acceso. Su uso y abuso frecuente ha acompañado el incremento de accidentes, la violencia hacia los hijos y las mujeres, los homicidios endémicos entre hombres, la destrucción familiar y los conflictos en la comunidad, así como pérdidas económicas considerables por las horas hombre perdidas a causa del alcohol.

EN JUCHITÁN HAY MUCHAS FIESTAS,
MUCHA CERVEZA
Y A DIARIO TIENE UNO QUE TOMAR

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

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

Este trabajo parte y comparte la posición de Heath [1974:99], que recupera la orientación sociocultural como fundante en los estudios de los hechos sociales donde tiene un papel institucionalizado el alcohol, dado que los factores socioculturales afectan:

[...] no sólo la decisión de si un individuo beberá o no alcohol, sino también, qué clase de alcohol beberá (o no), dónde, cuándo, cómo, en compañía de quién, con qué utensilios, y en asociación con qué palabras, gestos, actitudes, etc., y —con evidencia creciente— aun (en grado significativo) cómo será afectado por el alcohol.

SI VAS A LA FIESTA Y NO TOMAS TU CERVECITA
QUE TE OFRECE LA SEÑORA,
¿PA' QUE VAS ENTONCES?
ES ABURRIDO, NO VAS A ESTAR ALEGRE

En la fiesta, por supuesto, no debe ni puede faltar cerveza, si ésta escasea el anfitrión —que en muchos casos es el mayordomo— es sancionado por la comunidad, se le considera por lo menos tacaño y puede ver disminuido su prestigio. En la fiesta no hay ambiente si no está bien dotada de cerveza y aquél que en estas ocasiones no bebe, es mal visto y tal vez más sancionado que el alcohólico, también el que no bebe al ritmo de la “costumbre” es visto con desconfianza y conmiseración. En Juchitán los mecanismos de control para beber son muy explícitos y tal vez menos regulados que los que se describen en el excelente trabajo de Pozas [1952] para las comunidades chamulas a través del rol de niño copero, quien respeta la ronda, el tiempo y la cantidad de bebida conforme al estatus y jerarquía, un hallazgo similar lo describe Bunzel. [1981]

En Juchitán es tan mal visto el que no bebe como el que bebe en exceso, es muy difícil sustraerse a esta norma, por lo que es un deber apreciar a los sujetos que logran dejar de tomar en este contexto. En muchas localidades del México indio la cruel realidad plasmada por Juan Pérez Jolote en el relato de vida, se observa el drama del bebedor que cumple con la regla:

A mi casa vienen a beber todos los días mis compañeros que llegan a comprar; me dan de lo que toman, y con todos tomo yo. “Ya no tomes más”, me dice mi Lorenzo y mi Domingo; pero yo no puedo dejar de tomar. Hace días que ya no como. . . así murió mi papá, pero yo no quiero morirme. Yo quiero vivir. [Pozas, 1952:113]

La mayor ofensa por parte de un lugareño y más de un fuereño, es rechazar lo que se le ofrece, inmediatamente se establece una barrera o desconfianza en la interacción que puede generar rechazo, comentarios irónicos y burla en zapoteco, hacia la persona sobre todo si el sujeto no tiene manejo de la lengua. Esto no siempre es tan drástico, a las personas que expresan motivos válidos socialmente para no tomar, se les respeta su compañía pero no se establece tan fácilmente la relación, no se le sanciona pero tampoco se le hace mucho caso. Una mujer que aun siendo juchiteca no se le acepta del todo su abstinencia, expresó: “Yo casi nunca voy a las fiestas porque no tomo, me dicen aguada, las señoras no me hacen caso”.

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

Con sus excepciones como los convertidos a las sectas, los protestantes y los pocos abstemios que puedan existir, el beber es más que una costumbre generalizada; en las fiestas hombres y mujeres toman parejo o casi igual, pero esta actividad está regulada, nunca toman juntos debido a que los espacios de socialización, aún en reuniones familiares, son distintos y están separados para los dos sexos. Por un lado los varones toman y por el otro toman las mujeres e incluso bailan entre ellas. Bunzel [1981] observó esta práctica en Chichicastenango pero también encontramos reportes de ésta entre los otomíes y los mazahuas, todos ellos de la familia otomiana, en la que los espacios donde beben unos y otros están separados; las mujeres en espacios abiertos, generalmente en tienditas donde venden pulque, incluso llegan a dormir la "mona" a plena luz del día sin recibir sanciones del grupo.

Las mujeres no están exentas por esto, de seguir cumpliendo su rol en la reproducción familiar. Lo que pasa con las mujeres juchitecas llama la atención, siendo incomprensible de dónde sacan tanta energía y durante tanto tiempo, para poder preparar alimentos, atender a los invitados, vigilar la casa y toda la organización de la fiesta, conversar, bailar sin parar, tomar cantidades asombrosas de cerveza y eventualmente emborracharse, todo al mismo tiempo y sin perder en ningún momento el control de sí mismas o de la situación. Al día siguiente, desafiando cualquier resaca, ya están en el mercado a primera hora para vender.

Los hombres tienen una permisibilidad social mayor, en Juchitán la tendencia es tomar casi todos los días, después del medio día al terminar de trabajar ya están entre amigos en la cantina, allí trabajan muchachas del mismo pueblo o de los poblados cercanos. Algunas cantinas están bien arregladas y son agradables, otras son

sencillas enramadas construidas en el patio, con un aspecto algo familiar y algo de negocio, algunas definitivamente son de malamuerte. Las mujeres nunca toman en la cantina con excepción de las prostitutas —que casi siempre son de otros pueblos— ésta está reservada para los hombres. Cuando las mujeres van a la cantina es para buscar a un marido, un padre, un tío, un sobrino o a un hijo que está en problemas o ya no puede llegar por su propio pie a la casa, en estos casos sólo llegan a la puerta y mandan adentro a algún hombre, familiar o conocido para que saque al desafortunado bebedor, el imaginario del bebedor es saber tomar, no tomar hasta emborracharse o caer, aunque la mayoría de las veces en realidad suceda lo contrario.

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

La misma tendencia se observa en distintas sociedades y grupos; son las mujeres y los jóvenes quienes engrosan las cifras de bebedores sociales, llegando a ser la relación de dos a uno en algunos países, como en el caso de Inglaterra. En México, si bien es cierto que el consumo femenino es más bajo, algunos datos reportados por Menéndez en su texto *El alcoholismo I* [1982:107], provenientes de fuentes hospitalarias, reportan que el incremento en la patología femenina pasaría de nueve hombres por cada mujer a nueve hombres por cada cinco mujeres en los ochenta. Este hecho también implica la iniciación temprana en el consumo de bebidas alcohólicas por parte de la población infantil, como documentaron Lerín y Ravelo para la ciudad de México en 1985.

La costumbre de tomar cuando se socializa, de ninguna manera significa tomar para emborracharse y caer al suelo sin sentido, esto no es aceptable pues se considera que quien se emborracha rápidamente o hasta perder el sentido es alguien que no sabe tomar, es sinónimo de no saber convivir con los otros y es altamente reprobado. Se toma cerveza para entrar y permanecer constantemente en un estado más cercano al eufórico que al etílico. Una persona puede alcanzar cierta ebriedad, incluso emborracharse, pero las reglas de convalidación exigen que el bebedor no pierda el control de sí mismo y de sus acciones, como faltarle al respeto a una mujer, agredir con expresiones fuertes, salirse de la plática con tonterías, quebrantar las reglas y faltar a los modales.

En una fiesta, al principio, todos están sentados por un largo rato de manera muy formal, casi no se conversa ni se baila aunque la cumbia retumba a todo volumen.

Sólo después de cierto número de cervezas, el ambiente se vuelve cálido y festivo. La fiesta, la cantina y la taberna son espacios de socialización donde se contienen las transgresiones, donde se permite y tolera la desinhibición e incluso se permite beber y beber por días enteros. Como afirma Flanet (1977-1986), las fiestas son espacios donde se "habla", donde se está acompañado, pero es también allí donde se puede morir. En Jamiltepec, Oaxaca, en las fiestas existe la posibilidad y necesidad (implícita) de muertos, la fiesta puede fracasar si no hay muertos. [Menéndez, 1991: 23]

Tomar tiene que ver con la evasión de una realidad desesperante o negativa, como es el caso de personas o grupos marginados, desviados o desestructurados sentimentalmente. Sin embargo, el espacio de lo festivo es todo lo contrario, es la sublimación vital de una realidad y un presente intensamente vivido en lo individual y lo colectivo. Es una atención compulsiva dedicada a la situación presente, a todo lo que ocurre alrededor hasta los detalles. Cuando uno ya no está en condición de controlar la situación y se habla más de la cuenta ha llegado el momento de alejarse, pues no puede compartir su experiencia imaginaria o real con los otros.

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

Respecto de los problemas de salud y mortalidad ligados a la ingestión de alcohol, según una evaluación somera de la Jurisdicción Sanitaria núm. 2 "Istmo", de la Secretaría de Salud del estado de Oaxaca, la mortalidad, las enfermedades y los problemas asociados o causados por el alcohol, como los accidentes, riñas, homicidios, diabetes y cirrosis tienen una incidencia de casi 60% sobre el total de las situaciones médicas en la población masculina adulta, los hombres tienen una expectativa de vida diez años menor que las mujeres.¹ Esto se está incrementando porque, si anteriormente los hombres solamente tomaban mucho en fiestas, ahora la bebida alcohólica forma parte de la vida diaria.

Es muy importante mencionar que los problemas asociados al consumo de alcohol en el estado de Oaxaca no aparecen como relevantes en la Encuesta Nacional de Adicciones de 1990. Esto no quiere decir que el problema no exista, sino tal vez se debe a la carencia de información o al subregistro de información regional y puntual; sin embargo, la mortalidad por cirrosis ha aumentado desde la década de los veinte, cuando ocupaba el lugar número 12 de mortalidad; para los cincuenta se

¹ Comunicación verbal del médico epidemiólogo de la Jurisdicción.

ubicó entre las 10 primeras causas de muerte, en tanto que para 1994 y 1995 alcanzó el sexto lugar en mortalidad en general, y por estados, Oaxaca ocupó junto con otros el cuarto lugar en el grupo etáreo de 15 a 64 años, siendo los hombres en edad productiva y avanzada los más afectados. [Narro, 1999:93]

La tendencia actual, tanto de las mujeres como de los hombres, es tomar con una frecuencia y con tal exceso que la misma convivencia se ve afectada. La población juchiteca admite que el consumo desproporcionado de cerveza y el alcoholismo en la comunidad está alcanzando niveles alarmantes.

Muchos pobladores se quejan de que "las fiestas no son como antes, ya son pura borrachera", que la capacidad de trabajo y producción se va mermando por la exagerada ingestión de alcohol y que han aumentado los delitos y la violencia a causa del alcohol.

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

Casi 90% de los casos que se ventilan diariamente en el Juzgado Familiar o Municipal están relacionados de alguna manera con el alcohol.²

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

² Comunicación verbal de los jueces.

AQUÍ, ESTO DEL TOMAR ES UNA LOCURA,
 PERO QUIEN NO LO ENTIENDE,
 NO ENTIENDE NADA
 NI DE JUCHITÁN NI DE LOS ZAPOTECOS

La aproximación etnográfica clásica busca permanentemente las funciones integradoras del alcohol omitiendo sus costos negativos, en lo social y lo individual, sin dimensionar lo económico-político del alcohol. Esta tendencia de la disciplina la expresa claramente Menéndez en su texto *Alcoholismo II* [1987:47]:

La práctica antropológica al focalizar la funcionalidad del alcohol y los patrones dominantes de bebida no sólo ha orientado sus interpretaciones hacia la integración cultural, no sólo no ha percibido el alcoholismo como enfermedad, sino que ha secundarizado sus consecuencias

Lo positivo, lo negativo y lo contradictorio se perciben en los comentarios, de lo visto y vivido en la comunidad juchiteca. La hipótesis de trabajo es que el excesivo consumo de bebidas alcohólicas corresponde esencialmente a dos factores que se manifiestan positiva y negativamente, uno por supuesto ligado al valor social y cultural que el grupo le otorga y otro a la política mercantil de las empresas cerveceras, en la que son más afectadas las mujeres debido a la alcoholización de sus hombres, pero a la vez cumplen un rol imprescindible en la comercialización y circulación del alcohol.

TABERNERAS, CANTINERAS Y LA CORONA

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

Las compañías cerveceras establecieron sus depósitos en el Istmo—en un principio en Tehuantepec— al inicio de los años cincuenta, justamente en el periodo de su gran expansión económica y coincidiendo con el aumento en los hábitos de consumo; en 1925 el consumo per cápita era de 3.5 l y para los cincuenta alcanzó los 14.4 l. [Bernal, 1983:16] De ese periodo a la fecha las compañías han aprovechado muy bien la “costumbre”, desarrollando una política comercial eficaz y agresiva que ha creado nuevas figuras sociales y difundido de manera importante sus hábitos. La política de penetración más inteligente ha sido recrear una figura tradicional feme-

nina ya presente en el panorama de las actividades socioeconómicas del Istmo: la tabernera.

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

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

Otra bebida alcohólica tradicional de baja gradación y de producción regional es la "taberna" —obtenida de una palmera silvestre que se da en la región—³ cuya venta era y es todavía tarea de las mujeres y los homosexuales.

Para introducir el uso de la cerveza, las empresas reclutaron como agentes de venta a mujeres jóvenes solas, viudas o abandonadas, es decir las más necesitadas y desamparadas socialmente, las que posiblemente eran destinadas a la prostitución. A ellas se les dio facilidades de todo tipo, que se incrementaron a raíz de la competencia comercial entre las compañías cerveceras a partir de los sesenta: comisiones, regalías, bonos de 2 x 1, mesas, sillas, hielo, neveras. Además, las empresas contribuían para acondicionar algunos espacios como cantinas, construir una palapa en el patio, pagar el gasto de la electricidad consumida o un alquiler. Varios son los arreglos que se manejaban y se manejan, la Corona o la Carta Blanca son quienes piden los permisos y gestionan los trámites correspondientes con las agencias pre-puestas.

Las viejitas que cumplían un rol importante, descrito por Pozas [1952], Lewis [1960] y Bunzel [1940] entre otros, fueron sustituidas por jóvenes mujeres guapas y agresivas comercialmente. Se formó una moderna categoría social de las taberneras, es decir mujeres que se dedican a vender cerveza en los puestos que ellas mismas montan con una hielera, unas sillas o bancas para los clientes y su capital de cartones a la entrada de las Velas⁴ o cuando hay celebraciones tanto religiosas como civiles. También se incrementaron las cantinas con cantineras.

Ser tabernera tiene su encanto, además de ser un oficio, la mayoría no tiene que ver con la prostitución, aunque llegue a presentarse. A estas mujeres les está permitido socialmente tener una sexualidad más libre pero siempre bajo normas sociales, lo que se aprovecha para hacerse de un capital. Una buena tabernera debe tener la gracia necesaria para entretener y atender a sus clientes creando un ambiente de alegría y compañerismo, son mujeres con una gran capacidad para deleitar con su

³ Esta palmera se da esencialmente en Unión Hidalgo.

⁴ Las fiestas tradicionales del Istmo se llaman Velas que en Juchitán se celebran, en su mayoría, durante todo el mes de mayo.

forma de ser, de contar chistes, albures, platicar y hasta saber escuchar las penas de sus clientes cuando se abandonan a confidencias personales bajo los efectos del alcohol. Debe tener además la capacidad de beber junto con sus clientes sin perder nunca el control de la situación y sobre todo del dinero. Una buena tabernera conversa, cuenta chistes cachondos, habla en doble sentido, ríe y provoca las risas, en fin, construye un ambiente alegre y suelto sin desbordar nunca en la vulgaridad o en lo que en Juchitán está considerado vulgar, (ya que en otros ambientes más sofisticados las alusiones sexuales son vulgares). Los hombres les profesan cierto respeto, cuando no miedo, porque ellas saben muchos de sus "secretos", confesados voluntariamente a veces, y que con su lengua filosa pueden acabar con la reputación de uno.

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

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

Actualmente, las taberneras se han conformado como gremio regulado por un sindicato propio y celebran su propia Vela en mayo. Es necesario saber claramente cual es la diferencia entre taberneras y cantineras. Estas últimas son dueñas de cantinas, mientras que las taberneras son mujeres que venden la cerveza desplazándose a las fiestas y las ferias, y frecuentemente también a otras comunidades de la región.

Pero la actividad comercial de las empresas cerveceras ahora es decisiva en gran parte de la economía familiar y comunitaria; en muchas familias el principal ingreso es por la actividad de la mujer tabernera. En las Velas, por ejemplo, la compañía ofrece gratis el montaje del toldo y de las maderas que delimitan el área de la fiesta—trabajo que anteriormente realizaban los hombres de la comunidad construyendo la enramada con pencas de palma—; asimismo, proporcionan neveras, hielo y sillas a todos los socios, y además paga uno de los conjuntos de música o de las bandas y regala una cantidad de cartones a la sociedad de la Vela, a veces participa de los gastos de los mayordomos con dinero en efectivo. En las comunidades peque-

ñas y pueblitos circunvecinos, también da una cuota anual en efectivo al municipio para la realización de obras públicas, a cambio de la exclusiva o del incremento de la venta en los establecimientos locales. Desde los ochenta la cerveza ocupa el primer lugar en el PIB, más de la mitad de ingresos del total recaudado provienen de ella según la Secretaría de Programación y Presupuesto. [Bernal, 1983:48]

Las fiestas particulares se han incrementado notablemente en los últimos años,⁵ ya que una gran parte de los gastos necesarios para montar una fiesta es sufragada por las agencias cerveceras. “Mamá” Corona y “tía” Carta Blanca intervienen oportuna y abundantemente en el patrocinio de la fiesta, con el préstamo y montaje de la “ramada”, las sillas, las neveras, el hielo, la publicidad a través de la televisión y radio local, regalías en dinero, cartones o el pago de actividades o de los músicos.⁶ Por ejemplo, en ocasión de los festejos del décimo aniversario de un famoso bar de Juchitán, la Corona pagó parte de la redecoración del espacio, la impresión de las invitaciones, el catálogo de las obras pictóricas que se expusieron en esta ocasión y el conjunto de música. Además, regaló un discreto número de cartones para ofrecer a los invitados. Es evidente que esta inversión regresa con creces. En una fiesta familiar, por lo menos el montaje de la lona, el préstamo y transporte de sillas, neveras y hielo son de rigor. Esto expone claramente cómo la economía familiar y comunitaria está indisolublemente enlazada con la política comercial y las motivaciones económicas de las agencias cerveceras.

Uno de los comercios que más se ha difundido entre las mujeres es el de vender cerveza en su casa, ya sea porque son mujeres solas, madres solteras, únicas proveedoras del hogar, porque no tienen puesto en el mercado local o por su edad. Ellas comercializan el alcohol y las relaciones que éste puede generar, construyendo un tipo de vida que también encierra dramatismo.

Como describe Lewis en los relatos de las familias [1989:228]:

La pobre Antonia [. . .] luego se fue a trabajar a un cabaret donde le pagaban por bailar con los hombres y hacerlos beber. A Martha le había dicho que nunca pasó la noche con ninguno [. . .] Después de un año Francisco vio a Antonia bebiendo con hombres en el cabaret, y cuando ellos la dejaron sola se llegó hasta ella para decirle: “Ahora tomas conmigo, te voy a pagar también” [. . .] El se embriagó y golpeó a Antonia cuando ya no quería to-

⁵ Con excepción de las Velas que empiezan a las nueve de la noche y duran hasta el amanecer, todas las otras fiestas se realizan durante el día, a partir de las dos de la tarde, para terminar en la nochecita, desafiando cualquier impedimento que pueda causar el calor intenso, por fin ahí están las cervezas para contrarrestar sus efectos. Me decían que anteriormente se acostumbraba empezar a las doce del día para servir una abundante comida que suponía matar una o más reses, pero los rigores de la crisis económica hizo que se pospusiera el horario para que los invitados llegaran después de haber comido en sus casas y así se les ofrecieran sólo bocadillos, que de todos modos siempre son abundantes y variados.

⁶ El patrocinio de las empresas cerveceras —la “rubia” Corona globalizada— es un elemento determinante para la persistencia y ampliación de la “costumbre”.

mar. "Pero él tiene derecho a pegarme, es mi viejo", dijo Antonia a Martha. Se fueron a un hotel donde ambos se golpearon.

Las compañías cerveceras y la Coca Cola, que tienen grandes depósitos a la entrada de la ciudad, con mucha facilidad consignan un refrigerador o, en el peor de los casos, una nevera y los cartones de "caguamas". Estos minidepósitos familiares se han incrementado notablemente en los últimos cinco o seis años, hasta el punto que es difícil encontrar una cuadra, sobre todo en las secciones más populares, donde no exista una señora que no venda cerveza. Siendo parte del sector informal del comercio, no existe un censo exacto de estas reventas; sin embargo, una evaluación somera de la Regiduría de Salud nos puede dar una idea de la cantidad y del volumen de este rubro comercial. Se calcula que existen 500 depósitos de la Corona y 250 de la Carta Blanca de los cuales sólo 20% está registrado.⁷ Tan sólo la Corona distribuye cotidianamente un promedio de 5 000 cartones en los días feriales y en temporadas no festivas.⁸ El incremento "desmesurado" de este comercio informal se constató empíricamente durante ocho años de trabajo de campo realizado en la comunidad. En todos estos años se ha incrementado la presencia de tal forma que es muy común encontrar en las casas actividad comercial y publicitaria de las compañías cerveceras o refresqueras: mesas y sillas de metal o de plástico con el logotipo de la Corona, de la Carta Blanca o de la Coca Cola, platos y bandejas, neveras, vasos, carteles. Todo esto indica hasta qué punto estas empresas están imbricadas en la estructura familiar sobre todo a través del valor económico de las mujeres y cómo este tipo de venta informal se vuelve estructurante para las unidades familiares (y probablemente para el municipio mismo, por los impuestos que generan). También ejemplifica el rol que las mujeres juegan en la distribución y circulación del alcohol. Arma de doble filo, ya que si es cierto que la venta de cerveza es una importante contribución a la economía familiar, por otra parte su consumo desmedido es un elemento que favorece los procesos de violencia hacia los hijos y las mujeres y las frecuentes riñas e incluso homicidios entre hombres.

⁷ Comunicación verbal del Regidor de Salud.

⁸ Comunicación verbal de distribuidores de la Corona.

HOMBRES Y CANTINAS

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

Las formas de beber y sus significaciones son diferentes en las fiestas y en las cantinas, las primeras son ocasiones comunitarias integrativas donde participan hombres y mujeres, mientras que la cantina es un espacio de socialización masculina, al cual tiene acceso con un rol significativo (en virtud de su “masculinidad”) el homosexual zapoteco. Éste —que en la sociedad zapoteca tiene un estatus social valorado en relación con las funciones familiares y sociales que desempeña [Marinella, 1998: 186-237]— puede ser el dueño de la cantina, en este caso será un muxe adulto, o en el caso de ser un joven muxe puede desempeñarse como camarero, cocinero o trabajador sexual. Las mujeres que trabajan como camareras en las cantinas pueden ser al mismo tiempo trabajadoras sexuales. Como no se ve bien que una mujer sirva en un bar o una cantina, la mayoría de las trabajadoras son centroamericanas o muchachas de otras comunidades.

Algunas cantinas del centro ofrecen algo más que cerveza y botana, se han vuelto lugares de difusión cultural —principalmente de música. En el *Rián bacheeza* por ejemplo se han hecho exposiciones de pintura y escultura, presentaciones de libros, de poetas y narradores, conciertos de música local. El Bar Jardín sigue el ejemplo con exposiciones periódicas de pinturas. La Flor de Cheghigo, muy cerca de la Casa de la Cultura, es el lugar de encuentro de los artistas y de quien se dedica a la vida bohemia. Coincido con Campbell [1993] acerca de las ideas y las cantinas cuando afirma:

For local intellectuals they are place to test their political ideas, read poems, give musical performances, learn about local history, recite folklore, and affirm their ethnic identity.⁹

Este tipo de cantina es donde los políticos e intelectuales locales llevan a los turistas (sobre todo los turistas) a tomar, saborear las numerosas botanas tradicionales y asistir a la exhibición de las artes locales: música, poesía, artes plásticas. Estos hombres han creado inconscientemente un discurso estereotipado de exaltación de la cultura zapoteca, en su versión local, y de la “historia de lucha” de Juchitán que se

⁹ “Para los intelectuales locales es un lugar donde pueden discutir sus ideas políticas, leer poemas, ver representaciones musicales, aprender acerca de la historia local, expresar su folklore y afirmar su identidad étnica” [traducción libre de los autores].

repite en todas las ocasiones en que están presentes fuereños. La misma arenga sobre la historia, la lengua y la identidad juchiteca se repite incansablemente.

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

En el caso de los jóvenes es también el lugar donde se “vuelven adultos” a través de la ingestión de alcohol; la primera borrachera —en compañía de un tío, de los primos y amigos— es de rigor y es el ritual obligatorio para legitimar el paso de la adolescencia a la adultez. Alcohol, música y sexo son los ingredientes necesarios e indispensables. Al joven u hombre muy tomado se le cuida, se le acompaña, se le escucha con paciencia, se le lleva hasta su casa y su hamaca, es suficiente con que el acompañante esté un poco menos tomado.

También es el espacio donde los hombres pueden dar espacio a la emotividad, a las lágrimas, al dolor y a la nostalgia, que viene siempre acompañada y enfatizada por una guitarra y el canto de la música zapoteca. Los músicos son itinerantes, van de cantina en cantina todo el día, así que es posible tener un panorama bastante amplio de la música del Istmo quedándose tranquilamente sentado en una mesa frente a una cerveza helada, tarde o temprano por ahí pasan el Trío Xabizende, Pancho Tina (otra institución cultural viviente e inventor del único instrumento que toca un palo con una cuerda apoyado en una tina de aluminio), Eriberto López, el Trío Coronita, y otros innumerables autores y cantores. La música tradicional zapoteca, siempre acompaña y es parte esencial de su convivencia normal, utilizada y de franca ebriedad, porque es la que mejor expresa y despliega la esfera afectiva.

Como en todo México las cantinas son lugares de invención y florecimiento del albur y de los chismes sobre las mujeres y de las competencias lingüísticas entre compañeros, es el ámbito privilegiado de la interacción social entre hombres. Los estudios de cantina son muy importantes no sólo porque describen los roles, los hábitos, los mecanismos de transacción, etcétera, sino también por analiza la estructuración de los espacios. Al respecto, uno de los trabajos más importantes es el de B. Stross [1967], “La cantina mexicana como un lugar para la interacción”, quien opina que:

El problema reside en encontrar y emplear un marco de referencia adecuado para la descripción de la estructura de la situación de la cantina focalizando, al mismo tiempo, en el proceso de interacción social. [Menéndez, 1991:285]

Al amigo se le dicen cosas en doble sentido, se le vacila, se le “cotorrea”. Es hábil, inteligente y, sobre todo, es dueño del lenguaje zapoteco quien logra zafarse rápida-

mente de esta "atención" que los otros dedican a su persona y pueden pasarle la "bola" a otro compañero. Es el lugar de la complicidad masculina, de los cuentos, los chismes y los sueños acerca de las mujeres, sobre todo del ejercicio privado de la palabra y de la creatividad.

La borrachera no sólo es individual sino ante todo un hecho social, Kearney [1970] en su estudio "El rol del borracho en un pueblo oaxaqueño", dice que con frecuencia lo que define el rol del borracho es la borrachera social. En el poblado de Amilpas lo que sucede en realidad es que los borrachos no lo son tanto, sino que aparentan serlo con el fin de realizar acciones que de otra manera serían inaceptadas.

Las cantinas son lugares donde los hombres pasan buena parte de su vida cotidiana, donde construyen, desarrollan y expresan, con otros hombres y los muxe, su masculinidad adulta y una sociabilidad separada, privada y vedada a las mujeres. La cantina parece desempeñar las mismas funciones de la "casa de los hombres" que se encontraban en las sociedades primitivas, o de interés etnológico, como ahora se definen, en el sentido de que todo lo que allí pasa es parte de una cultura masculina "secreta", "privada", "separada", a la cual las mujeres "decentes" no tienen acceso.

A MANERA DE SÍNTESIS

Metáfora, lenguaje, identidad y cerveza

Cuando se trata de etnografía es imprescindible recordar a personas entrañables, en este caso Manuela León es la mujer, el sujeto social, el actor social, el personaje local que condensa gran parte de la información aquí trabajada. Una tabernera muy famosa por su gracia y capacidad en su negocio. Era una noche de Cuaresma, en la Ermita que se celebró en la Iglesia de San Vicente, el santo patrón de Juchitán, cuando cruzó mi mirada con la de mi "hermano" Delfino, pintor poético del núcleo histórico de artistas de la Casa de la Cultura, sentado en la banqueta, tristísimo y con ojo húmedo, una Corona le colgaba entre las manos, esperaba desde hacía cinco horas a su novia sin moverse de aquella piedra. Lo miré impotente, me miró afligido y desolado y dijo con voz de ultratumba: "vamos a ver a Manuela León". Y fuimos a su puesto, justo frente a la Iglesia, el último que quedaba todavía concurrido por los últimos irreductibles. Estuvimos tomando un buen rato, mientras ella atendía a sus clientes.

Como de costumbre e incluso de manera despectiva porque estaba presente una guada (extranjera), hablaba zapoteco, casi nada español. Cuando me hablaba en es-

pañol, lo hacía con una actitud de concesión. A partir de cierto momento, no sé cuando, pero sin duda después de varias "coronitas", empecé a entender el sentido de los cuentos y chistes pícaros, Doña Manuela empezó a carcajearse durante un buen rato. Se pactó la amistad, por supuesto, y Manuela me obligó a cargar en mi "vocho" todos sus tiliches, sillas y cartones, y a acompañarla a su casa. El episodio puede no ser especial pero me clarificó algunas cosas respecto al papel del lenguaje y a las relaciones identitarias.

La reflexión es que se pudo entablar la comunicación por dos condiciones favorables; una es por la lengua y su uso popular, lo metafórico y cachondo, que facilitó la comprensión no de todas las palabras, pero sí de su sentido en otra lengua con las mismas características que la mía, de origen napolitano; la segunda cuestión es que no hubiera captado nada si me hubiera encontrado en mis cinco sentidos.

En Juchitán se valora mucho el lenguaje y sobre todo hay un culto a la palabra. El gusto máximo en las relaciones interpersonales es el juego por medio de las palabras, la capacidad de trasponer la realidad a lo metafórico, de traducirla a lo fantástico u onírico a través del habla, ya que la misma lengua, por ser tonal, se presta. Como dice el proverbio: *Diidxa' ribee didxa'* ("Las palabras desenvainan palabras") y más en los procesos de alcoholización.

El alcohol propicia un estado de salida de sí mismo, una descarga de tensiones, una desinhibición de las reglas constrictivas de la *psique*. La persona se siente más libre y las reglas sociales son menos restrictivas, se dice que uno hace lo que normalmente no tendría valor de hacer. También se agudizan los sentidos: el color es más brillante, el sabor del marisco es más rico, la música tiene notas nunca escuchadas, el perfume de una flor inunda el alma. En un estado de euforia o de ebriedad uno empieza a captar en una dimensión intelectual toda una serie de significados, de las experiencias vividas y de las palabras que normalmente están en la esfera de lo inexpresable y de lo no-racional; parece como si el mundo de lo fantástico e imaginativo se hiciera inteligible y al mismo tiempo manejable.

Esta ampliación y manifestación de la imaginación parece favorecer la comunicación afectiva con el otro, siempre y cuando se compartan ciertos referentes culturales expresados por los juchitecos a través del trato justo de las palabras, de la música, de las imágenes, del acercamiento físico, de incorporar permanentemente lo sensual. Cuando esta desinhibición de lo sensual y de la imaginación se socializa, se establece otra dimensión en la comunicación del grupo, otra dimensión de la palabra, se le agrega otra significación a la realidad compartida entre quienes pertenecen a una misma cultura. Parece que los juchitecos disfrutaban de compartir y vivir la dimensión de las representaciones, las fantasías se exponen a lo social, cosas que comúnmente en la cultura occidental genera contrasentidos.

Uno de los mayores gustos de los zapotecos es la *guendarusiguii*, "mentira", que

no busca engañar sino divertir. Este género de la tradición oral es la base del humor y las competencias verbales en las cantinas.¹⁰ [Cfr. Cruz, 1984:23]

En Juchitán, las pláticas y el lenguaje incluyen la esfera sexual humana o animal, las comparaciones entre hombres y animales, los apodos en relación al mundo animal son componentes fundamentales del lenguaje usado, de hecho la mayoría de los sobrenombres de los hombres se refieren a los animales.

Esta relación mágica entre hombres y naturaleza se hace color y forma en la pintura de los artistas juchitecos. Un tema constante, aunque tratado de diferente manera, es la humanización de los animales y la animalización del hombre, personajes que se transforman en animales o animales que hacen cosas humanas, es suficiente recordar la pintura de Francisco Toledo.

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

¹⁰ Macario Matus, poeta y literato juchiteco, sostiene que este género se encuentra ya en *La nil y una noche* y que los zapotecos lo han adoptado y hecho propio. Algunos ejemplos de estas mentiras:

1. Cuando tengo dolor en la espalda, me voy a acostar sobre la vía del tren, para que cuando pase el tren me sobe la espalda.
2. En Juchitán hay un hombre que tiene el miembro viril más largo del mundo. Vive de este lado de la estación del ferrocarril y su amante vive del otro lado. Ni siquiera sale de su casa para acostarse con ella. Su único problema surge cuando están haciendo el amor y viene el tren. Allí lo tienen jalando rápidamente su descomunal colgante.
3. Cuando era chamaco Manuel Yela tenía un caballo tan rápido que nadie quería jugar carreras contra él. Un día nublado, Manuel se hallaba en la milpa. Vio que iba a llover y ensilló el caballo. Cuando lo montó empezó a llover y obligó a su caballo a marchar al galope, y la lluvia tras él. Atravesó el río, y la lluvia tras él. Llegaron a su casa, y la lluvia tras él. Entraron a la cuadra del caballo. Manuel lo palpó y solamente se había mojado la puntita de la cola del caballo. [Tomadas de *Tierra adentro*, núm. 82, oct-nov, 1996:30]

BIBLIOGRAFÍA

Bernal Sahagún, Víctor M., et al.

1993 *El alcoholismo en México. Negocio y manipulación*, México, Nuestro Tiempo.

Bunzel, R.

1981 *Chichicastenango*, Guatemala, José de Pineda Ibarra, Ministerio de Educación.

Campbell, Howard

1993 "Culture in a Mexican cantina", in *Sociological Explorations. Focus on the Southwest*. Howard Candistel and Cheryl Howard editors, Minneapolis, MN: West Publishing

Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)

1988 *Teoría e investigación en la antropología social mexicana*, México, CIESAS-UAM-Iztapalapa, Cuadernos de la Casa Chata 160.

Cruz, Víctor de la

1984 *La flor de la palabra*, México, Premia editora.

Heath, D. B.

1974 "Perspectivas socioculturales del alcohol en América Latina", en *Acta psiquiát. psicol. Amér. Lat.*, núm. 20, pp. 99-111.

Instituto Nacional Indigenista (INI)

1990 *Programa Nacional de Desarrollo de los Pueblos Indígenas, 1991-1994*, México, INI.

Lerín Piñón S. y Ravelo P.

1985 *Percepción del alcoholismo en niños*. Tesis de licenciatura en antropología física, México, ENAH.

Lewis, O.

1970 *Una muerte en la familia Sánchez*, México, Joaquín Mortiz

1989 *Antropología de la pobreza. Cinco familias*, México, Fondo de Cultura Económica.

Mariátegui, J.

1974 "Investigación epidemiológica del alcoholismo en América Latina. Enfoque general", en *Acta psiquiát. psicol. Amér. Lat.*, núm. 20, pp. 86-97.

Menéndez, E. L.

1987 *Alcoholismo II. La alcoholización, un proceso olvidado. . . patología, integración funcional o representación cultural*, México, CIESAS, Cuadernos de la Casa Chata 150.

Menéndez, E. L. (ed.)

1991 *Antropología del alcoholismo en México. Los límites culturales de la economía política 1930-1979*, México, CIESAS, Ediciones de la Casa Chata 36.

Menéndez, E. L. y R. B. Di Pardo

- 1982 *Alcoholismo I. Características y funciones del proceso de alcoholización. Alienación, enfermedad o cuestionamiento*, México, CIESAS, Cuadernos de la Casa Chata 56.

Miano Borruso, Marinella

- 1998 "Gays tras bambalinas. Historia de belleza, pasiones e identidades", en *Debate Feminista*, Año 9, Vol. 18, octubre.

Narro Robles, José R., et al.

- 1999 "Cirrosis hepática", en de la Fuente, Juan R. y J. Sepúlveda Amor (comp.), *Diez problemas relevantes de salud pública en México*, México, Instituto Nacional de Salud Pública, Academia Mexicana de Ciencias, Fondo de Cultura Económica.

Pozas, R.

- 1998 *Juan Pérez Jolote. Biografía de un tzotzil*, México-Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Quiróz Cuarón, A.

- 1960 "Alcoholismo y criminalidad", en *Revista de la Facultad de Medicina*, año II, vol. 2, núm. 8, agosto de 1960, pp. 549-559, México.

Ravelo Blancas, P.

- 1985 *Patrones de consumo y construcción social del proceso de alcoholización en la percepción infantil*, tesis de licenciatura en sociología, México, UNAM-FCPyS.

Sánchez, H.

- 1974 *La lucha en México contra las enfermedades mentales*, México, Fondo de Cultura Económica.

Secretaría de Salud (SSA)

- 1988 *Encuesta Nacional de Salud, Oaxaca*, México, SSA, Subsecretaría de Servicios de Salud-Dirección General de Epidemiología, Sistema Nacional de Encuestas de Salud.
- 1990 *Encuesta Nacional de Adicciones, Alcohol*, México, SSA, Dirección General de Epidemiología, Sistema Nacional de Encuestas, Instituto Mexicano de Psiquiatría.

Stross B.

- 1967 "La cantina mexicana como un lugar para la interacción", en Menéndez, E. C., *Antropología del alcoholismo en México. Los límites culturales de la economía política 1930-1979*, México, CIESAS, Cuadernos de la Casa Chata 36.

Velasco Fernández, R.

- 1981 *Esa enfermedad llamada alcoholismo*, México, Trillas.

Viqueira, C. y A. Palerm

- 1954 "Alcoholismo, brujería y homicidio en dos comunidades rurales de México", en *América Indígena*, vol. XIV, núm. 1, enero, pp. 6-36, México.