



**Universidad Nacional de La Plata**  
**Facultad de Periodismo y Comunicación Social**

**Trabajo de Tesis realizado como requisito para  
optar al título de  
Doctor En Comunicación**

**Beber en la ciudad de Cochabamba, Bolivia: escena  
comunicacional y prácticas socioculturales**

**Autor: Marcelo Esteban Babio**

**Director: Alejandro Kaufman**

**2021**

## Contenido

Introducción .....	11
Objeto de la tesis .....	12
Inserción institucional .....	14
Marco teórico conceptual y epistemológico.....	15
Justificación del interés del período en estudio.....	18
Recorte espacio temporal .....	20
Recorte temporal .....	26
Enfoque metodológico técnico.....	29
Los grupos motivacionales.....	29
Las observaciones etnográficas.....	31
Entrevistas a informantes clave.....	31
CAPÍTULO 1 LA AUTORREPRESENTACIÓN, UN PRIMER ACERCAMIENTO A LA CIUDAD DE COCHABAMBA Y A SUS HABITANTES .....	33
A comer, a tomar: la identificación cochabambina con el sibaritismo.....	36
Horizontes de identificación.....	38
La bebida y el goce en la identificación.....	41
CAPITULO 2: DE LA UNIDAD HACIA EL ANTAGONISMO: LAS VOCES COCHABAMBINAS EN TENSION .....	43
El uno del Tunari.....	44
La mirada del otro: Cochabamba y sus vecinos regionales en el Eje Troncal Boliviano.....	47
Cochabamba atravesada por el antagonismo: norte – sur y la discordia .....	53
Matrices lógicas: tradicional, moderna, posmoderna.....	58
Posiciones de enunciación cochabambinas: voces y entonaciones sociales.....	61
Futuro – Pasado / Norte – Sur .....	64
Apego al destino.....	70
Cuadrante sur que mira hacia el futuro: adaptativos al mercado.....	71
Cuadrante norte arraigado en la estructura social “cochala”: conservadores insertos .....	73
Con la mirada hacia adelante: identificados con el presente – futuro .....	75
CAPÍTULO 3: LAS COORDENADAS CORPORALES EN LA ESCENA DEL BEBER: EL AQUÍ Y AHORA.....	78
Las coordenadas espaciales del cuerpo .....	79
Alcohol en el cuerpo .....	82
Confluencia material inscripta en el cuerpo.....	90

El análisis de la acción dramática, la puesta en escena de la comunicación .....	98
La escena social en una aproximación escénica en la comunicación.....	106
El alcohol permite ser “uno mismo”. Dinámica de la imagen subjetiva .....	110
Circuitos primario y secundario en el consumo de alcohol.....	118
Circuito primario en el consumo de alcohol .....	119
El circuito primario y la pérdida de consistencia .....	121
Vínculo con el alcohol en el nivel primario .....	123
Circuito secundario: diferenciación simbólica en el consumo de bebidas .....	124
Vínculo con las bebidas alcohólicas en el nivel secundario.....	125
<b>CAPÍTULO 4 EL SISTEMA RELACIONAL DE LAS BEBIDAS.....</b>	<b>127</b>
El marco cultural de las prácticas de beber .....	128
Organización de la información .....	128
Sistema de las bebidas.....	131
Las bebidas como sistema de diferencias.....	135
Las bebidas una por una y como sistema .....	137
La cerveza, festiva, ligera y cara, es de todos .....	140
La cerveza es valiosa, es una bebida jerarquizada .....	144
La cerveza tarda en embriagar, es poco efectiva.....	146
La cerveza, fresca, espumante, es una bebida versátil .....	148
El ron, moderno, fuerte y accesible, se destaca por su efectividad .....	149
Moderno y accesible el ron es un trago juvenil.....	151
Fuerte y disponible a la comunidad cuando se busca rápido la diversión.....	152
Fuerte y accesible, el ron es efectivo.....	154
Vodka, internacional, neutro y sofisticado, es la imagen de lo actual.....	155
Internacional y neutro, el vodka: una plataforma de diseño.....	156
Internacional y sofisticado, el vodka se inscribe en un espacio de diferenciación.....	157
Neutro y sofisticado, una bebida para tragos .....	158
La Chicha, tradicional, ¿verdadera?, barata, es la bebida popular por excelencia .....	159
Una bebida tradicional, popular, la bebida de los humildes.....	160
La bebida de la diversión en el sector popular .....	163
Chicha, la dimensión perdida de lo verdadero .....	163
Contraposición de las bebidas, análisis de rasgos .....	166
El factor económico .....	166

Las bebidas, su percepción organoléptica y su efectividad.....	168
Lo tradicional y lo moderno en el sistema de las bebidas.....	170
Las bebidas en el horizonte de identificación.....	172
La chicha y el sistema de actitudes en la ciudad de Cochabamba.....	172
Chicha: dinámica histórica y dimensión simbólica de la dominación económica.....	175
<b>CAPÍTULO 5 SISTEMA DE DESPLAZAMIENTOS: SEDES, TRAYECTOS Y FRONTERAS</b> 178	
Las prácticas de ingesta de bebidas: vinculación de lo empírico y lo conceptual.....	179
Esquema de los desplazamientos de los bebedores.....	181
Recurrencia de las situaciones y territorialidad de la convivencia.....	182
La bebida a la luz de los parámetros de identificación de los bebedores.....	186
Esquema de los desplazamientos de los bebedores en sectores juveniles.....	188
Sede “ámbito callejero”.....	189
Escenario A. En proximidades de las licorerías en la Recoleta.....	190
Escenario B. En las plazas.....	191
Ron con cola.....	191
Cerveza.....	191
Vodka.....	192
Otros presentes.....	192
Otros ausentes.....	192
Sede “situación callejera”: perspectiva de la segmentación identificatoria.....	192
Apegados a su destino.....	192
Adaptativos al mercado.....	192
Conservadores insertos.....	193
Identificados con el presente futuro.....	193
Consumo en cafés.....	193
Escenario A. “ <i>Previa</i> ” a ir a bailar.....	194
Escenario B. Como actividad en sí misma.....	194
Las bebidas en las sedes “cafés – “ <i>previa</i> ” a ir a bailar.....	194
Cerveza.....	195
Bebidas mezcladoras. Tragos.....	195
Otros presentes.....	195
Otros ausentes.....	196
Sedes cafés como actividad en sí misma.....	196

Cerveza.....	197
Bebidas mezcladoras. Tragos.....	198
Otros presentes .....	198
Otros ausentes .....	198
Sede “situación en cafés”: perspectiva de la segmentación identificatoria	198
Apegados a su destino .....	198
Adaptativos al mercado.....	199
Conservadores insertos.....	199
Identificados con el presente futuro .....	199
Se avanza en el ciclo vital: el sentido del consumo adulto.....	200
Escenario A. Viernes de solteros (entre individuos casados).....	201
Escenario B. Salidas con parejas.....	201
Viernes de soltero: sedes cafés consumo adulto .....	201
Cerveza.....	204
Ron .....	204
Singani.....	204
Salidas con parejas en adultos.....	204
El vino .....	205
Cerveza.....	206
Tragos.....	206
Salidas adultas: perspectiva de la segmentación identificatoria	207
En los viernes de solteros.....	207
En las salidas en pareja.....	207
Otras sedes, otras situaciones.....	208
Por la tarde .....	208
Una sede poco propicia para el alcohol: inhibiciones en el hogar .....	208
Sedes de reunión de la comunidad: las festividades.....	209
Carnaval, fiestas patronales, verbenas.....	209
El exterior salvaje del Chapare.....	209
Los eventos sociales y sus sedes .....	209
La cerveza .....	211
Coctelitos.....	212
Otras bebidas presentes .....	212

Otras bebidas ausentes .....	212
Sede enclavada en el Sur .....	213
En el campo y otras ciudades del Departamento de Cochabamba .....	214
En una fiesta .....	214
En un festejo .....	214
Los ritos tradicionales .....	215
Fronteras .....	215
<b>CAPITULO 6 BEBER EN SITUACIÓN: LA BEBIDA Y EL BEBER PUESTOS EN IMÁGENES</b>	
.....	220
Beber en situación .....	221
Adhesión decisoria: Imaginaciones materiales .....	222
Bebidas, situaciones, rasgos e imágenes .....	225
Cerveza en escena .....	225
La cerveza en cualquier situación .....	225
La cerveza en diferentes niveles .....	226
La cerveza en tren de exhibir ante las muchachas .....	226
La cerveza a la tarde al sol .....	226
La cerveza en la fiesta, gente del Sur .....	227
Carnaval, cerveza en un mar de latas azules .....	227
Lo que se representa de la cerveza: evocación de lo tropical en un clima más bien frío .....	228
Cerveza camaleón .....	229
El ron en escena .....	229
Ron para todos, adelante con la diversión .....	229
Ron para bailar .....	230
El ron: las chicas toman tanto o más .....	230
Ron protagonista de la vida en discoteca .....	231
Ron con amigos, que bien se la va a pasar .....	231
Ron cierta fatiga estilística .....	232
Chicha en escena .....	232
Chicha con chicharrón .....	233
Chicha mítica .....	233
Chicha en la fiesta .....	234
Chicha para el bailongo .....	234

Chicha como anatema .....	234
Chicha en son de guerra .....	235
Chicha para la virgen de Urkupiña.....	235
Cementerio de elefantes.....	236
Rasgos que aporta: CLANDESTINO – MARGINAL – TERMINAL.....	236
Rumor en Cochabamba:.....	236
Singani: una bebida muy arraigada en Cochabamba.....	236
Para el que sabe tomar.....	236
Sensación de pérdida (2013) .....	236
Singani entre jóvenes algo esporádico, ocasional .....	237
El singani de los fetos .....	237
Vodka en escena.....	238
El vodka está de moda.....	238
La crudeza del vodka barato.....	238
El vodka no es lo de ellos pero hoy quieren variar .....	238
Urbano y cosmopolita el tequila.....	238
El fichaje y el tequila.....	239
Con sabor mexicano .....	239
El whisky en escena .....	239
Ingreso al mundo adulto, el whisky iniciático.....	240
Adultos mayores paladean su importancia.....	240
Jóvenes que comienzan a imitar .....	241
Whisky en la disco .....	241
Whisky en el encuentro matrimonial .....	242
Tirillo en situación .....	242
Veneno con muchos nombres, tirillo, husillo, linternazo, casco azul, García Mesa: el hundimiento del pobre.....	242
CONCLUSIONES .....	244
Aportes originales de esta tesis .....	245
La forma en que gozan de la bebida se vincula con la autoidentidad cochabambina .....	246
El espacio social cochabambino se encontraba atravesado por los antagonismos entre el sur tradicional y el norte próspero.....	247
En Cochabamba convivían tres matrices culturales que daban sentido a las prácticas: la matriz tradicional vinculada a las raíces, la matriz moderna del mercado y la matriz posmoderna.....	248

Las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas se desarrollan en el “aquí y ahora” de una escena comunicacional .....	249
Para comprender el sentido de las bebidas se las debe considerar como parte de un sistema relacional .....	250
Las prácticas de consumo de bebidas alcohólicas se tornan comprensibles a partir de su ordenamiento en un cuadro de situaciones .....	252
La bebida y el beber pueden ser traspuestos en imágenes.....	254
Epílogo .....	255
Las bebidas: esa singularidad, la chicha, captada por el sistema industrial de mercado .....	256
El territorio: la ciudad de Cochabamba cada vez más segregada.....	258
El antagonismo: de la pelea fantaseada en el 2002, al choque frontal del 11 de enero de 2007. 259	
Cochabamba profundiza su constitución dual y esta encuentra su expresión polarizada .....	262
Mujeres de pollera en Cala Cala .....	262
Antagonismo e interrogantes a futuro .....	263
BIBLIOGRAFÍA.....	265

## Índice de tablas, esquemas e ilustraciones

Ilustración 1: La molécula de alcohol.....	39
Ilustración 2: El eje troncal según la mirada cochabambina. Cochabamba 2002. ....	49
Ilustración 3: Miradas cruzadas entre paceños y santa cruceños. La Paz / Santa Cruz 2003. ....	53
Ilustración 4: Lectura antagónica del territorio cochabambino. Cochabamba 2002.....	56
Ilustración 5: Matrices en el proceso ideológico cultural. Cochabamba 2002. ....	60
Ilustración 6: Ubicación de 4 voces dominantes en los cuadrantes básicos del antagonismo cochabambino. Cochabamba 2002. ....	67
Ilustración 7: Vectores cerrados de la tradición. Perspectiva "apegada a su destino". Cochabamba 2002.....	70
Ilustración 8: Vector de integración al mercado moderno entre sectores "adaptativos". Cochabamba 2002. ..	72
Ilustración 9: Perspectiva de prosperidad del conservador inserto. Desde el pasado hacia el futuro. Cochabamba 2002. ....	74
Ilustración 10: Vector de mirada hacia el futuro en la perspectiva de clase alta mundializada. Cochabamba 2002.....	76
Ilustración 11: Dos facetas del sí mismo: consistencia narcisista e identidad simbólica. ....	110
Ilustración 12: Circuitos primario y secundario en el consumo de alcohol. ....	119
Ilustración 13: Circuito primario de consistencia narcisista. ....	120
Ilustración 14: La desintegración narcisista y la borrachera. ....	121
Ilustración 15: Desintegración narcisista del sí mismo, el alcoholismo. ....	122
Ilustración 16: Identidad simbólica, la bebida y el Ideal del yo. ....	124
Ilustración 17: Las bebidas en el sistema de ejes político social y económico. Cochabamba 2002. ....	135
Ilustración 18: Análisis de la cerveza: rasgos discriminantes (festiva - liviana - cara) y rasgo central "de todos". Cochabamba 2002.....	140
Ilustración 19: Análisis de la cerveza: rasgo discriminante "jerarquizante". Cochabamba 2002. ....	144



Ilustración 20: Análisis de la cerveza: rasgo discriminante "poca efectividad alcohólica", Cochabamba, 2002.	146
Ilustración 21: Análisis de la cerveza: rasgo discriminante "frescura". Cochabamba 2002.	148
Ilustración 22: Análisis del ron: rasgos salientes (moderno, fuerte, accesible), rasgo central "efectivo".	149
Ilustración 23: Análisis del ron: rasgo discriminante juvenil. Cochabamba 2002.	151
Ilustración 24: Análisis del ron: rasgo discriminante: divertido. Cochabamba 2002.	152
Ilustración 25: Análisis del ron: rasgo discriminante "efectivo". Cochabamba 2002.	154
Ilustración 26: Análisis del vodka: rasgos relevantes "neutro", "sofisticado", "internacional", rasgo central "actual". Cochabamba 2002.	156
Ilustración 27: Análisis del vodka: rasgo discriminante "diseño". Cochabamba 2002.	156
Ilustración 28: Análisis del vodka: rasgo discriminante "diferenciación". Cochabamba 2002.	157
Ilustración 29: Análisis del vodka: rasgo discriminante: "mezcladora - tragos". Cochabamba 2002.	158
Ilustración 30: Análisis de la chicha: rasgos relevantes, tradicional - barata - ¿verdadera?, rasgo central "popular".	159
Ilustración 31: Análisis de la chicha: rasgo discriminante "humilde / pobre". Cochabamba 2002.	160
Ilustración 32: Análisis de la chicha: rasgo discriminante "casera". Cochabamba 2002.	163
Ilustración 33: Análisis del factor económico: diferenciación de las bebidas. Cochabamba 2002.	167
Ilustración 34: Análisis organoléptico y de efectividad: diferenciación de las bebidas. Cochabamba 2002.	168
Ilustración 35: Análisis de las bebidas según el "mundo que habitan". Cochabamba 2002.	170
Ilustración 36: Análisis del espacio socio simbólico de las bebidas. Cochabamba 2002.	172
Ilustración 37: La chicha, la distancia social y el despliegue del conflicto. Cochabamba 2002.	173
Ilustración 38: Vínculo primario y secundario en el consumo de bebidas alcohólicas. Cochabamba 2002.	188
Ilustración 39: Esquema de desplazamientos nocturnos entre sectores juveniles de varones. Cochabamba, 2002.	189
Ilustración 40: Lógica del consumo callejero. Cochabamba 2002.	190
Ilustración 41: Lógica del consumo en cafés. Cochabamba 2002.	193
Ilustración 42: La café como pre <i>dancing</i> . Cochabamba 2002.	194
Ilustración 43: La café como salida en sí misma. Cochabamba 2002.	197
Ilustración 44: El vínculo primario y secundario con el alcohol entre adultos. Cochabamba 2002.	200
Ilustración 45: Lógica del "viernes de soltero". Cochabamba 2002.	202
Ilustración 46: Lógica de las salidas con parejas entre adultos. Cochabamba 2002.	205
Ilustración 47: Lógica del evento social. Cochabamba 2002.	210
Ilustración 48: Ritos tradicionales. Cochabamba 2002.	215

## RESUMEN

Esta tesis se enmarca en el seno de los estudios de las prácticas socio culturales de ingesta de bebidas alcohólicas desde una perspectiva comunicacional crítica. Aborda el espacio social de Cochabamba, Bolivia en el año 2002. Es un esfuerzo de comprensión del espacio social cochabambino y las tensiones culturales que lo atraviesan, a partir de las prácticas del beber tal y como se manifestaban entre varones jóvenes y adultos jóvenes. Beber es encontrar sentido en el seno de una comunidad, las bebidas no son objetos comunicacionales neutros, cobran significación en un entorno socio cultural situado tanto geográfica como históricamente. El sentido mismo de las bebidas, se enlaza con las tensiones vigentes en el medio político y cultural de la ciudad. Interrogar la conformación del mundo cultural de 2002 y la manera en que las prácticas de beber revelaban las tensiones sociales en Cochabamba, nos permite reflexionar sobre un proceso histórico regional en que la lucha simbólica tiene una dimensión política.

El abordaje que adoptamos es de tipo cualitativo, mediante la utilización de técnicas tales como los grupos motivacionales, las exploraciones etnográficas y las entrevistas en profundidad. Nuestra estrategia analítica y conceptual, sigue la tendencia de los estudios comunicacionales en la articulación de saberes provenientes de campos disciplinares diversos. En la configuración del objeto de análisis confluyen tradiciones teóricas, tales como el estudio antropológico del consumo de bebidas alcohólicas a nivel global (Mary Douglas, Heath), la noción de antagonismo social (Laclau), las reflexiones en torno a la territorialización del espacio (Giddens, Mazurek), la noción de ciudad dual (Castells, Sassen), el abordaje constructivo de los objetos culturales (Bourdieu), la constitución subjetiva del bebedor y sus procesos identificatorios (Lacan), la ubicación del bebedor en un aquí y ahora de la escena comunicacional (Goffman), así como la constitución de límites externos e internos en la configuración de identidades comunitarias (Zizek). Esta alternativa de abordaje conceptual, fue posible gracias al auxilio de la vasta producción generada por los intelectuales cochabambinos, sociólogos, antropólogos, historiadores y urbanistas, con los que se establece un diálogo enriquecedor. Por mencionar solo algunos de los referentes que acompañan nuestro trayecto, destacamos a Rodríguez Ostría, Ledo García, Antequera Durán, Gordillo, Tórrez, Solares, Cabrera, Loza, entre tantos otros.

## **Introducción**

Las bebidas tienen la capacidad de representar a la comunidad. Ellas “hacen propias” sus bebidas. Al menos en varios países de la región Latinoamericana, funcionan como emblemas, tienen valor expresivo del “ser de la comunidad”. Son una de las facetas a las que se apela para responder a la cuestión de la identidad general, una de las formas en que se responde a la pregunta acerca del ser de la comunidad. Bebemos en situaciones concretas, en un aquí y ahora de una escena comunicacional en que compartimos con uno u otro en el seno de un territorio. La base de nuestra tesis está constituida por indagaciones cualitativas sistemáticas y, sobre todo, por la experiencia de haber bebido y conversado sobre las bebidas con personas de diferentes extracciones y edades, en diversos ámbitos del territorio cochabambino, sobre todo nocturnos.

Por la simple vía de preguntar ¿Cómo son ustedes los de por acá? llegábamos al tema de lo que bebían y lo que comían los cochabambinos. Las bebidas, como casi ningún otro objeto, tienen la capacidad de representar el alma de la comunidad. Son parte de una respuesta a una pregunta sobre el “ser de la comunidad”, que las ciencias sociales consideran tan complejo de responder, por el simple motivo de que el objeto conceptual “comunidad” no remite a un “ser determinado”.

El beber, la bebida, el espacio en que se bebe, nos proveerán de un soporte material que permite entender algo sobre el mundo cochabambino. “La ciudad” es una referencia ideal inabarcable, múltiple, una construcción social que adquiere distintos significados según la perspectiva socio cultural desde la que nos situemos. Ese soporte material que constituyen las prácticas de beber en sociedad, serán la plataforma desde la cual interrogamos los procesos de identificación que operan en el horizonte de la ciudad. Se trata de enlazar las prácticas de consumo de bebidas alcohólicas con el territorio de Cochabamba, entendido como una construcción de sentido socio cultural.

## **Objeto de la tesis**

Esta tesis se enmarca en el seno de los estudios de las prácticas socio culturales de ingesta de bebidas alcohólicas desde una perspectiva comunicacional crítica. Es un esfuerzo de comprensión de la práctica de beber en general, un estudio acerca de las bebidas y de los bebedores. Esta tesis es también un esfuerzo de comprensión acerca del espacio social cochabambino y las tensiones culturales que lo atraviesan, a partir de las prácticas del beber tal y como se configuraban durante el 2002 y se manifestaban entre varones jóvenes y adultos jóvenes. Estas dos cuerdas se trenzan en un nudo de relaciones. La práctica de beber operará como un “revelador”, como un hilo conductor acerca del sentido socio cultural del territorio de Cochabamba. El espacio social cochabambino, a su vez, nos permitirá situar el sistema de coordenadas que ubican al bebedor en el aquí y ahora de la práctica de beber.

## **Objetivo central de la tesis**

- Describir y analizar la manera en que las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas, localizadas en la ciudad de Cochabamba en el año 2002, nos permiten comprender el sentido simbólico que adquiriría la ciudad para los bebedores varones de entre 18 y 38 años en dicho período y, correlativamente, la manera en que estas prácticas se tornan comprensibles como escenas comunicacionales, a partir de su vinculación con el territorio concreto de Cochabamba.

## **Objetivos particulares.**

- Caracterizar la manera en que los cochabambinos gozan de las bebidas alcohólicas como expresión de su autoidentidad.
- Definir y analizar las tensiones que atraviesan la Ciudad de Cochabamba desde la perspectiva de la teoría del antagonismo social, con el propósito de comprender la forma en que afectan el sentido de las prácticas culturales de ingesta de bebidas alcohólicas.
- Detectar las posibles tensiones que puedan existir respecto de sus pares regionales de La Paz y Santa Cruz de la Sierra en el Eje Troncal Boliviano, a fin de

comprender su relación con la problemática de la identificación comunitaria y con el sentido de las prácticas culturales de ingesta de bebidas.

- Detectar las posiciones de enunciación diferenciales en el seno de la ciudad y la forma en que dichas “voces” se articulan identificatoriamente con una lectura de su actualidad histórica y de sus proyectos de futuro.
- Construir un esquema analítico de la ingesta de bebidas alcohólicas en general, que nos permita ubicar al individuo que bebe en el “aquí y ahora” de la situación comunicacional y proceder a su vinculación con las prácticas concretas de los cochabambinos en el 2002.
- Construir y analizar un cuadro sistemático y diferencial de las bebidas alcohólicas consumidas en Cochabamba en el año 2002, como herramienta para organizar el sentido comunicacional de las prácticas de ingesta.
- Describir las distintas situaciones de consumo de bebidas alcohólicas y comprender qué comunica cada una de ellas, a la luz de su ubicación en el territorio de la ciudad de Cochabamba en el contexto del año 2002.
- Comprender el sentido de dichas prácticas de ingesta de bebidas en su vinculación con las posiciones de enunciación de los bebedores y de sus perspectivas de identificación.
- Recuperar el sentido de las situaciones concretas a través de imágenes materiales que surgen en el plano discursivo y en la inmersión etnográfica en la ciudad de Cochabamba.

## **Inserción institucional**

Esta tesis doctoral es el resultado de años de reflexión en el seno del Núcleo de Investigaciones Científicas y Técnicas denominado ECCO, Estudios sobre Comunicación y Cultura en la Facultad de Ciencias Sociales de la UNICEN. Retoma la referencia empírica de las prácticas concretas de ingesta alcohólica en la ciudad de Cochabamba Bolivia en el año 2002. El abordaje de campo fue posible por nuestra experiencia en investigación de mercado orientada al diagnóstico cultural del consumo de bebidas en el territorio boliviano. Es, por otra parte, el resultado de la confluencia de materias en la inserción docente en la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNICEN, institución en la que ejerzo como Profesor Titular Regular de las materias Psicología y Comunicación y Publicidad y Análisis de mercado. Estas plataformas, la de indagación en el ECCO<sup>1</sup> y la de la práctica docente, fueron constituyendo una base teórica y conceptual que nos permitió acercarnos a la comprensión de las prácticas socioculturales de consumo. La tesis parte de la exploración de las prácticas de consumo de bebidas alcohólicas desde un enfoque crítico y para ello resultó necesario encuadrar las tensiones detectadas en la ciudad de Cochabamba en el año 2002, bajo el título de antagonismos y, en ese sentido, utilizamos la confluencia problemática de la obra de E. Laclau y S. Zizek, autores que ocupan un rol central en la materia Psicología y Comunicación. De esta materia retomamos la reflexión acerca de la constitución de la subjetividad como un hecho social inscripto en un horizonte de comunicación. Para nosotros la subjetividad y su relación con las prácticas en su sentido cultural, no puede ser pensada como algo individual y debe ser conceptualizada desde un enfoque intersubjetivo, basada en el hecho de compartir con otro la escena comunicacional.

---

<sup>1</sup> En la actualidad continúo la investigación en torno a la dimensión corporal en FACSU UNICEN, en carácter de director del Proyecto de investigación del programa de incentivos La configuración mediática del riesgo corporal en las noticias de siniestros vial y femicidio.

<sup>2</sup> Cabe indicar que Bolivia en el año 2001-2002 tenía una población total de 8.274.325 habitantes. Específicamente en la ciudad de Cochabamba la población femenina ascendía a 279.832 mujeres, mientras que la cantidad de varones era de

## **Marco teórico conceptual y epistemológico**

El estudio de las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas desde un punto de vista cultural, cuenta con una tradición académica consolidada a nivel internacional. Este enfoque, que analiza el consumo como hecho cultural, se encuentra fundamentado en las corrientes de estudio de las prácticas de beber, inaugurado por Mary Douglas en la década del 70 y continuada por D. W. Heath en décadas posteriores. Una aproximación desde la antropología de las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas, nos permite comprender los consumos culturales y situarlos en relación a diferentes grupos que habitan la ciudad. Uno de los fundamentos de esta corriente, es la comprensión de las prácticas culturales de ingesta desde una perspectiva regional y temporalmente situada, en ligazón al sentido asociado a la situación concreta (Douglas, 2003). A su vez, dado el carácter comparativo de los estudios culturales mencionados, podremos establecer algunas relaciones de lo registrado en el territorio cochabambino con manifestaciones culturales de otras regiones del mundo. Nuestra tesis retoma el enfoque cultural de esta corriente y aprovecha sus aportes, tanto en el abordaje empírico conceptual (Douglas, 2003), como en la formulación de un abordaje sistemático de las bebidas (Heath, 1995). Esta corriente de estudios, parte de la certeza de que las bebidas generan sistemas de inclusiones y exclusiones y, tal como surge del trabajo de M. A. Thorton, revelan tensiones sociales entre diferentes grupos al interior de las comunidades (Douglas, 2003).

No obstante, el enfoque general de esta corriente de antropología cultural, no llega a integrar el enfoque crítico y la temática del poder en las relaciones sociales. Nuestro aporte a esta corriente de estudios en torno a la práctica de ingesta de bebidas como acontecimiento cultural, será la incorporación de la dimensión comunicacional crítica. En este sentido, haremos hincapié en el concepto de antagonismo social (Laclau, 2004), una noción que ha sido fuertemente apropiada como herramienta de reflexión en las carreras de comunicación en particular y en nuestro medio intelectual en general, en tanto da cuenta de la construcción de hegemonía en las sociedades actuales. Otro aporte que intentamos realizar al estudio de las prácticas de consumo de bebidas, es la consideración de las mismas como prácticas de distinción en el mundo socialmente estructurado y en la producción de sentido en el plano estilístico. Para nosotros, será fundamental la

consideración de las prácticas de consumo en su dimensión simbólica, tal como lo tematiza Bourdieu (Bourdieu, 2002), en tanto articula lo subjetivo y lo social a partir del cuerpo.

Para fundamentar nuestro enfoque de las prácticas culturales, nos apoyaremos en la obra de Ernesto Laclau, autor que tendrá un rol epistemológico central ya que nos permite sostener la idea de que toda identidad social es incompleta (Laclau, 2004). Esta certeza orienta nuestra forma de entender la comunicación social y las prácticas socio históricas. Cochabamba en sí misma es una entidad inasible, no se la puede considerar a la manera de una entidad sustantiva; desde el punto de vista de las Ciencias Sociales, toda entidad debe ser considerada como una construcción. Nada es aprehensible sino desde una perspectiva delimitada, una entrada puntual, un foco que, en este caso, será el de la reflexión sobre las prácticas de beber como dadoras de sentido en el territorio cochabambino. Este recorrido que proponemos, interroga el acto de beber anudado al territorio de Cochabamba en un período concreto del año 2002. Se trata de una tesis sobre el consumo de alcohol, tanto como una tesis sobre el territorio de Cochabamba.

La ubicación del bebedor en un espacio de coordenadas vinculadas al cuerpo, sigue las intuiciones y orientaciones que siempre ha mantenido el NACT ECCO de UNICEN. Para este NACT de investigación comunicacional, el cuerpo ha sido uno de los espacios de elaboración y análisis principales. Quien bebe, el bebedor, es ante todo un cuerpo situado y dado a la interacción, un cuerpo que comunica y se comunica con otro en la escena del beber. Es a nivel del cuerpo que se constituye un eje posible para el sentido. El cuerpo se encuentra arrojado en el seno de prácticas socialmente configuradas y arraigadas a nivel material (Bourdieu, 2007) y, a la vez, resulta irreductible a lo social en tanto viviente, tal como lo predica G. Simmel (Poggi, 1993). Este cuerpo situado está dado como espectáculo a un otro con el que convive en la escena comunicacional (Goffman, 1991).

Otro eje en el que nos apoyamos, ha sido el del psicoanálisis orientado al estudio de la cultura, en particular la obra de S. Zizek, en los puntos en que vincula al goce a la constitución de “lo nacional” (Zizek, 1999). El término clave que nos orientó fue el de goce como punto límite imposible, espacio de derrumbe de lo simbólico y de constitución fantasmática de un mundo de imagen. El punto de fantasmaticación del goce es terreno fértil para el surgimiento de todo tipo de imaginación en torno a lo comunitario y a las bebidas. Allí donde se desvanece la capacidad de constitución como comunidad, en el



punto extremo en que se trata de definir “quién” o “qué” es un conjunto comunitario, se recurre a las maneras en que una comunidad se reúne a gozar, por ejemplo, en el acto de comer o de beber.

Nuestro objeto se encuentra situado histórica y geográficamente, no obstante, y para comprenderlo en profundidad, se procede a una tematización general de la práctica misma del beber, cuyas consideraciones no se encuentran limitadas con exclusividad al ámbito empírico y situado en la Cochabamba del 2002. Se trata de una elaboración conceptual de lo que implica beber y que encuentra sus raíces en la tematización de la idea psicoanalítica de la idealidad de Yo (Lacan 2004); en particular la noción de narcisismo y la contraposición del Yo Ideal y el Ideal del Yo. También situados en el plano de la reflexión general sobre el acto de beber, recurrimos al interaccionismo simbólico de (Goffman, 1999), lo que nos permite comprender la práctica de ingesta de la bebida como una escena comunicacional.

En nuestra exploración de las prácticas de beber y en nuestro acercamiento a la ciudad de Cochabamba, nos encontramos con un territorio escindido, fracturado por el antagonismo. En consonancia con Laclau, prestamos atención a las tensiones antagónicas (Laclau, 2004) que atraviesan el territorio de Cochabamba, lo que nos permite comprender la ciudad como una entidad incompleta, abierta a las luchas por el sentido que enfrentan lo popular a lo dominante. Nuestro objetivo es el de enlazar las prácticas comunicacionales de interacción en situaciones de ingesta de bebidas, con el territorio de Cochabamba comprendido como ámbito con significación socio cultural. Por lo tanto, nuestra vocación crítica, que nos lleva a retomar la idea de antagonismo, deberá anudarse conceptualmente con los estudios comunicacionales vinculados al desarrollo urbano. Con el propósito de abordar esa dimensión del antagonismo y ligarla a los desarrollos urbanos, acudimos al concepto de “ciudad dual” (Sassen, 1991; Borja y Castells, 1997). Esta dualidad constitutiva de la ciudad, según distintas perspectivas de abordaje, ha sido objeto de atención teórica por parte de intelectuales e investigadores cochabambinos, tales como Ledo García, Antequera Durán, Rodríguez Ostría, Solares, Gordillo y Tórrez, entre muchos otros que figuran como referencias indispensables para nuestra comprensión del territorio y su dinámica socio cultural. En este sentido, la espacialidad urbana será abordada desde el concepto de “territorialidad”, según lo entiende la perspectiva de la geografía social, en tanto liga la

materialidad física y espacialidad a las prácticas de apropiación y de constitución de vínculos por parte de los grupos humanos (Mazurek, 2006). Esta noción, relativa a la apropiación territorial vinculada a lo simbólico, se articula con el abordaje comunicacional de Reguillo, en su propuesta de considerar la manera en que la espacialidad es estructurada por los actores sociales al tiempo que estos, como actores históricamente situados son estructurados por ella (Reguillo, 1999: 22). Los antecedentes teóricos y los numerosos estudios empíricos de investigadores cochabambinos registrados en esta tesis, nos obligan a dar cuenta de dos espacios antagónicos: Cochabamba como dualidad se encarna en la contraposición del sur y el norte. Las prácticas comunicacionales de interacción se desarrollan en dos espacios territoriales de gran complejidad, el sur popular y el norte vinculado a las elites. Para la comprensión socio cultural del mundo del sur de la ciudad, contaremos con la guía de los trabajos de Antequera Duran y su abordaje de las dinámicas de territorialización (Antequera, 2007). Con el propósito de comprender el mundo de las elites cochabambinas, acudiremos a la obra de Gordillo, que analiza la evolución de las mismas a través de la historia regional (Gordillo, 2005). En ese sentido, el esfuerzo clave de nuestra tesis reside en el establecimiento de un diálogo con las Ciencias Sociales cochabambinas.

### **Justificación del interés del período en estudio**

Esta es una tesis con una columna vertebral. La espina dorsal del trabajo es la reflexión cualitativa sobre la práctica de beber y su relación con el sentido simbólico que adquiere el territorio para los bebedores. Nuestra tesis cobra sentido en un momento históricamente y espacialmente datado, en 2002 y situado en la ciudad de Cochabamba, Bolivia<sup>2</sup>. Esta datación histórica no es un hecho menor, dado que el espacio social sufre cambios radicales a expensas de las transformaciones políticas que llevan a repensar la totalidad de las relaciones de poder simbólico y el significado de los objetos de consumo.

---

<sup>2</sup> Cabe indicar que Bolivia en el año 2001-2002 tenía una población total de 8.274.325 habitantes. Específicamente en la ciudad de Cochabamba la población femenina ascendía a 279.832 mujeres, mientras que la cantidad de varones era de 257.047 habitantes, lo que arroja un total de 536.879 habitantes. En cuanto al déficit en el nivel educativo, afectaba considerablemente a las mujeres, cuyo porcentaje alcanzaba un 8,7% de analfabetismo. En tanto para los varones era de 1,9%. En Cochabamba conviven los siguientes grupos poblacionales: mestizos (57 %), Indígenas de etnia quechua (33 %), criollos y blancos (10 %). También hay una fuerte migración de indígenas de origen aimara. En relación al trabajo, el 44% de los “cochallas” estaban en edad de trabajar, el 39,7% de esta población es económicamente activa, siendo el comercio el mayor rubro. Para leer más véase La Población en el municipio cercado de Cochabamba (diagnóstico Socio-demográfico por distritos). Mariana Butrón Oporto y Jorge Miguel Veizaga Rosales. Cochabamba, 2003).

Nuestra tesis se sitúa en un período muy singular, durante el cual no había madurado el proceso que lleva a Evo Morales a la Presidencia, asumiendo el primer mandato el 26 de enero de 2006. Nos situamos en un momento anterior al de la gran transformación que sufre el Estado Plurinacional de Bolivia y a la irrupción plena de las posiciones populares de sujeto vinculadas a la raíz indígena. Esta datación, nos permite echar una mirada al significado sociocultural de las prácticas de consumo de bebidas tal y como se articulaban con anterioridad al ascenso de la voz de los sectores populares. Se trata de una datación muy particular, ya que es el último momento en que las voces populares permanecen invisibilizadas bajo la hegemonía cultural de los sectores privilegiados. Hoy, ese panorama que describimos se ha desvanecido, la voz popular se hace escuchar a nivel general en Bolivia y se ha consolidado a través de sucesivos procesos democráticos<sup>3</sup>.

Beber es encontrar sentido en el seno de una comunidad, las bebidas no son objetos comunicacionales neutros, cobran significación en un entorno socio cultural situado tanto geográfica como históricamente. Toda indagación en las ciencias sociales y del hombre, enuncia J-C. Passeron, se encuentra indexada históricamente y cobra su verdadera magnitud cuando se la vincula con problemáticas situadas en coyunturas fechadas (Passeron, 2011)<sup>4</sup>. Nuestro propósito es el de ligar las prácticas culturales de consumo de bebidas alcohólicas con el antagonismo social que atraviesa la ciudad de Cochabamba. La valoración de las bebidas y las prácticas de convivialidad en torno a ellas, ponían de manifiesto la división antagónica presente en la ciudad en 2002, entre un núcleo popular ligado a lo tradicional y un sector dominante ligado culturalmente a grupos hegemónicos. Se trataba de un período lleno de tensión, en el cual los antagonismos se dejaban entrever de manera clara, bajo la forma de protestas populares en la llamada “Guerra del Agua”. La reflexión sobre las prácticas culturales del consumo de bebidas, será una puerta de entrada para la comprensión del sentido que cobra el territorio cochabambino para sus habitantes en 2002.

Nuestras reflexiones nos permiten comprender la manera en que las prácticas de consumo de bebidas están plagadas de un sentido que se vincula con un territorio en un contexto

---

<sup>3</sup> Este proceso de consolidación de las posiciones populares de sujeto debió afrontar circunstancias tan dramáticas como las del golpe de estado del 2019, en las que los sectores ligados a la derecha neoliberal y el poder económico transnacional trataron de destruir las conquistas políticas y culturales que tantos años ha llevado construir.

<sup>4</sup> Nuestra referencia no implica adhesión a su concepción contextualista radical, sino el señalamiento de la importancia de situar la reflexión conceptual en el marco de los acontecimientos sociales que la enmarcan.

histórico específico. El sentido mismo de las bebidas se enlaza con las tensiones vigentes en el medio político y cultural de la ciudad. Hemos tenido la posibilidad de volver a Cochabamba en otras oportunidades para realizar estudios sobre bebidas alcohólicas, en 2003, 2007 y 2013; en cada una de estas ocasiones hemos visto cómo el contexto se transformaba de manera dinámica. Un ejemplo de ello es el de la valoración de las bebidas y su capacidad de revelar las tensiones sociales que subyacen el conjunto social. Esperamos que el contenido de esta tesis permita futuros trabajos de contraste, ya sea en el propio territorio cochabambino en una contraposición temporal, o en un traslado del modelo de análisis a otro ámbito geográfico.

## **Recorte espacio temporal**

### **Recorte espacial: Cochabamba “ciudad dual”**

Esta tesis es un esfuerzo de comprensión acerca del espacio social cochabambino y las prácticas culturales de consumo de bebidas alcohólicas en un momento específico situado en el año 2002. En consecuencia, una de nuestras primeras preocupaciones fue el abordaje del mundo cochabambino desde un punto de vista espacial, desde la dilucidación del sentido social que adquiere su territorio. Uno de los núcleos principales de la tesis es la comprensión de Cochabamba como un territorio dividido en dos espacios contrapuestos. Nuestros esfuerzos se concentrarán en la dilucidación de las consecuencias culturales y políticas de esta partición, y la manera en que se entrelazan con las prácticas de ingesta de bebidas. Para avanzar en la construcción de nuestro objeto, debemos articular la dimensión de la significación con el contexto material. Nuestra posición teórico conceptual, nos indica la necesidad de conectar las producciones sociales de sentido con los factores económicos y estructurales que las enmarcan.

Partimos de la definición del territorio de Cochabamba como un espacio escindido en dos mundos contrapuestos y atravesados por el antagonismo: el sur popular y el norte elitista. Nuestras intuiciones, de base cualitativa, se encuentran convalidadas por estudios sociológicos y urbanísticos con base estadística y de análisis de la estructura económica de la Ciudad de Cochabamba. El espacio físico, social y simbólico de la ciudad se encuentra escindido, eso nos impulsa a considerar que: *“Cochabamba es una ciudad dual”* (Ledo,

2013). El análisis comparativo de los censos de población y vivienda de 1992 y 2001 avalan el concepto de dualidad en la segregación de la población a expensas de su ubicación espacial (Torrez, 2010).

El concepto de ciudad dual, acuñado por Castells, focaliza la atención sobre los procesos de interacción entre grupos contrapuestos, cada uno de los cuales mantiene su propia lógica de desarrollo (Borja y Castells, 1997). Por otra parte, nos recuerda que esta contraposición tiene consecuencias en términos de la segmentación de grupos sociales y del uso del espacio físico de la ciudad por parte de los mismos.

*“Fundamentalmente, representa una estructura social urbana que existe sobre la base de la interacción entre polos opuestos e igualmente dinámicos de la nueva economía informacional, cuya lógica de desarrollo polariza la sociedad, segmenta grupos sociales, aísla culturas y segrega los usos de un espacio metropolitano compartido por diferentes funciones, clases y grupos étnicos.”* (Borja y Castells, 1997: 50).

Nuestro tema de tesis, apunta a la dilucidación de prácticas culturales y su vínculo con el territorio, motivo por el cual la segregación espacial de los fenómenos urbanos resulta de la mayor importancia. Tal y como son conceptualizadas por Castells, las ciudades duales se caracterizan por fenómenos de segregación. La segregación es entendida como:

*“Tendencia a la organización del espacio en zonas de fuerte homogeneidad social interna y de fuerte disparidad social entre ellas, entendiéndose esta disparidad no sólo en términos de diferencia, sino de jerarquía.”* (Castells, 2004: 203)

Los estudios urbanísticos y sociodemográficos, vinculan la dualidad de la ciudad de Cochabamba con patrones de segregación de sus habitantes (Torrez, 2010). Según Saskia Sassen, la dualización de la ciudad no debe ser confundida con la yuxtaposición simplista de ricos y pobres, sino que responde a complejos procesos de crecimiento y desarrollo que configuran el panorama vital y de empleo, con perspectivas desiguales para los habitantes de cada uno de los espacios de la ciudad (Sassen, 1991). El sentido cultural de las prácticas, por ende, estará marcado por principios de segregación y exclusión en el sentido que le asigna Castells al concepto de *dualidad intrametropolitana*.

*“Siendo así, que en distintos espacios del mismo sistema metropolitano existen, sin articularse, y a veces sin verse, las funciones más valorizadas y las más degradadas los grupos sociales productores de información y detentores de riqueza en contraste con los*

*grupos sociales excluidos y personas en condición de marginación.”* (Borja y Castells, 1997: 60).

Los principales estudios sociológicos, urbanísticos y socio demográficos relevados, y que analizan el período en estudio, coinciden en situar la dualidad urbana en la contraposición de las zonas norte y sur, entre las que se establece una fuerte disparidad de recursos y de posibilidades para el desarrollo humano y social (Ledo, 2002, 2013; Butrón y Veizaga, 2003; Quiroz, 2006; Antequera Durán, 2007; Rocha Torrez, 2010; Manzano, 2015; Plan Departamental de Desarrollo Humano Integral 2015 – 2025, 2014). En ese sentido Rocha Torrez afirma:

*“...en todo el proceso evolutivo de la ciudad de Cochabamba, como a través de la historia se va generando la dualidad que se presenta a nivel local y regional que reproduce un patrón global en el pasado y la actualidad, que se manifiesta de diversas formas, en particular en los planes de regulación donde se presenta una diferencia entre áreas privilegiando al Centro y Norte de la ciudad y “no considerando” al Sur de la ciudad, identificándola en dichos planes como no urbanizable con una marcada ausencia del Estado, esto se demuestra cuando no se regula el futuro próximo con tendencias “evidentes” de crecimiento de la ciudad al Sur. Es decir, su función a través de los planes es **legitimar un sistema dual.**”* (Rocha Torrez, 2010: 54)

Una vez definida la dualidad del territorio, se puede avanzar en la identificación de la problemática a nivel de los distritos urbanos que lo componen, con el objetivo de situar con especificidad nuestro análisis. Para comprender la base estructural, los factores sociodemográficos y la distribución de recursos en los distintos distritos en que se divide el territorio de la ciudad de Cochabamba, acudimos a dos trabajos clave de Ledo García. El primero de ellos avanza en el análisis de la urbanización y su relación con la pobreza en Cochabamba (Ledo, 2002). El segundo, gira en torno a la problemática de la distribución de agua, una cuestión con fuerte impacto social y político en la vida de la ciudad (Ledo, 2013). A través de estos estudios, la autora constata la gran disparidad, la profunda segregación que atraviesa el territorio de la ciudad y la manera en que afecta a cada uno de los distritos que lo componen. En su estudio sobre la distribución del agua, a través de una metodología

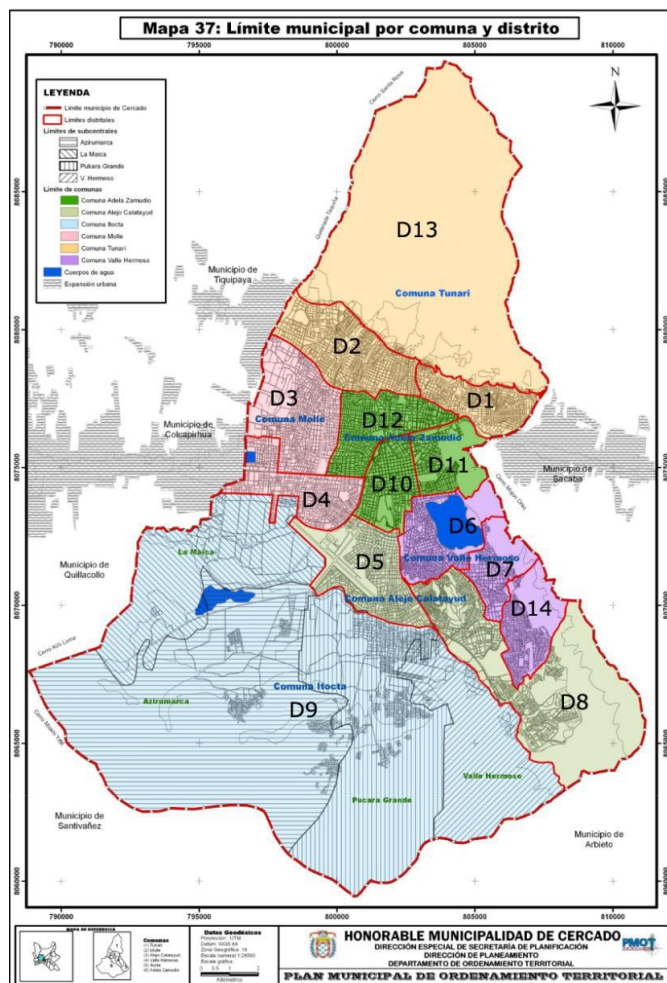
---

<sup>5</sup> Resaltado por el autor.

de análisis multivariado de base canónica sobre familias, logra establecer la manera en que las diferencias entre el norte y el sur, implican una importante heterogeneidad en término del acceso a recursos estructurales y son una fuente de inequidad vinculada a la pobreza. Esa base de profunda desigualdad estructural, nos provee de fundamentos para la comprensión de los procesos culturales ligados a nuestro objeto de análisis. La distribución de los recursos en el territorio y la problemática de la segregación vinculada, sustentan el enfrentamiento simbólico cultural entre los sectores populares, excluidos y estigmatizados y los sectores altos y medio altos de la población, los grandes beneficiarios de la distribución del producto social.

*Las distancias entre los barrios residenciales del Noreste y los de la Periferia Sur, se encuentran en un continuo crecimiento y demuestran una inadmisibile diferenciación en los beneficios y acciones realizadas por el gobierno municipal, lo que a su vez coadyuva a que la segregación en el uso y apropiación del espacio urbano y por ende a la exclusión social sea cada vez mayor. (Ledo García, 2013: 10).*

## Mapa de la Ciudad de Cochabamba – división distrital.



Las diferencias entre los sectores norte y sur, resultan patentes para cualquiera que recorra el territorio y constituyen una estructura de distribución de recursos sociales que condiciona el horizonte de desarrollo vital de los habitantes de cada una de las zonas.<sup>6</sup> En su estudio

<sup>6</sup> Para ilustrar el panorama físico espacial de la ciudad transcribimos la descripción de la Phd Ledo García: “Uno formado por un espacio planificado, área de residencia de los grupos de mayor poder económico, ubicado en la zona Central y Noreste de la ciudad, se trata de un área dotado de excelente equipamiento e infraestructura urbana, cuenta con plazas y avenidas (en su casi generalidad pavimentadas), dispone de áreas verdes y en ella se localizan el ex zoológico transformado en un parque de recreación infantil, el estadio, el Hospital Viedma y la mayor parte de los centros de salud, los establecimientos de educación privada, la Universidad Mayor de San Simón, algunas Universidades privadas como la ‘Universidad Católica de Bolivia’ entre otras. Esta área posee un stock de vivienda que podría ser calificado como óptimo, de ahí que corresponde a la porción urbana que presenta la mayor proporción de hogares en condición de no-pobreza (90%). Se trata de hogares en el que sus condiciones materiales de vida definen un nivel óptimo de satisfacción de sus necesidades y acceso al mercado de trabajo y por consiguiente al mercado de consumo. Otro constituido por los barrios de la Periferia Sur, en dicho territorio vive el 54% de la población, se trata de una zona de gran dinamismo demográfico, las tasas de crecimiento demográfico son ostensiblemente mayores que la media de la



sobre la urbanización cochabambina, (Ledo, 2002), la autora avanza en el entrecruzamiento de cuestiones estructurales, territoriales y de distribución histórica de los recursos a lo largo y a lo ancho de los distritos que componen la ciudad, dilucidando su vinculación con el desarrollo humano y social de diferentes segmentos de la población. A través del análisis de diversos tipos de datos estadísticos, se logra establecer correspondencias entre el espacio físico y el componente social en el seno del territorio cochabambino, así como la incidencia de lo espacial en términos del comportamiento de los indicadores de desarrollo humano y calidad de vida de la comunidad.

Hacia el año 2002, la Ciudad de Cochabamba se encontraba dividida en 14 distritos, entre los cuales se registraban diferencias dramáticas en términos de los índices de desarrollo humano (HDI). Tal como lo puede comprobar la autora, el horizonte vital de los habitantes de los distritos desfavorecidos en la distribución de recursos materiales, contrastaba violentamente con las posibilidades de desarrollo personal y familiar del que gozaban los habitantes de las zonas norte que concentraba recursos de manera abrumadora. Las diferencias en la distribución distrital de los recursos, afecta las condiciones materiales de existencia y deja marcas en los deseos y perspectivas de sus habitantes. Las diferencias interdistritales afectan no sólo el presente, sino las proyecciones de futuro de los cochabambinos. Vivir en un distrito o en otro, deja marcas en la constitución subjetiva, en la capacidad de desear e incluso de imaginar la manera en que desarrollará la propia existencia.

*“The application of the HDI to the districts in Cochabamba confirms the existence of wide gaps resulting from a sort of dichotomy in the achievement of needs and desires between the north – east and the south and west of the city.” (Ledo, 2002: 179)*

La aplicación de los indicadores de HDI le permiten verificar que, hacia esos años, los distritos 1, 4, 10, 11 y 12 que corresponden a la llamada Ciudad Vieja, sector en el que se sitúa el casco histórico y el noreste de la ciudad, se encuentran muy favorecidas en relación al desarrollo humano. En tanto que, los distritos 7, 9, 13 y 14 presentan índices de

---

ciudad, su configuración físico espacial, revela la proliferación de barrios extremadamente precarios y que han quedado fuera de las acciones del embellecimiento de ciudad “legal”. Se trata de un área que acoge familias con nivel socio-ocupacional bajo, debido a que los niveles de ingreso percibido por la actividad económica que desarrollan, incluso con la salida al mercado de trabajo de la mujer y los hijos, se trata de hogares cuyos ingresos familiares no alcanzan para cubrir los costos de una canasta básica de alimentos. Alrededor del 91% de sus hogares, declaran tener al menos una necesidad crítica, en suma, esta zona podría ser considerada como Área focal ya que en esta se encuentran representados el mayor déficit en diversos planos. En síntesis, la periferia sur tiene una fuerte concentración de hogares en situación de pobreza crónica, se trata de los más pobres de los pobres”. (Ledo García, 2013: 149)

desarrollo humano comparables con el de regiones tan pobres como la etíope o Burkina Faso. En ese sentido, los datos indican una fuerte correspondencia entre el espacio físico, socio económico y la calidad de vida de la población cochabambina (Ledo, 2013).

El recorte espacial de las coordenadas de estudio, sitúa la problemática cultural y comunicacional en un contexto lleno de sentido. Para avanzar en la captación de la significación social de las prácticas de beber de sus habitantes, fue necesario comprender de antemano, que el territorio en que se ejecutan no es un espacio homogéneo, sino un espacio marcado por la dualidad. El espacio en que se bebe, se encuentra atravesado por las tensiones. Las prácticas culturales se despliegan en un territorio en que los grupos sociales se encuentran segregados. Dime en qué espacio de la ciudad bebes y te diré quién eres. Dime qué bebes y te diré en qué espacio de la ciudad te encuentras.

### **Recorte temporal**

Las consideraciones realizadas en nuestro trabajo se refieren a un estado de situación datado en el año 2002. Según lo expresa el objeto de esta tesis, nos ceñimos a la dilucidación de las relaciones de las prácticas culturales de consumo de bebidas alcohólicas con el territorio de la ciudad de Cochabamba, como un espacio pleno de sentido. Uno de los propósitos más importantes de la tesis es el análisis de las tensiones culturales ligadas a las prácticas de beber en términos del antagonismo social. Frente a la problemática de las prácticas de consumo, asumimos una postura crítica.

Abordar la cuestión del antagonismo social en Cochabamba 2002 desde la perspectiva de prácticas muy definidas, como son las de beber alcohol, implicó no focalizarse en otros aspectos de las tensiones sociales y políticas expresamente ligadas al proceso electoral del 2002 y a los conflictos ligados a la llamada “Guerra del Agua” de abril del 2000. No obstante, la delimitación del período en estudio, nos indica la necesidad de tener presentes los sucesos que acaecieron en ese momento tan particular, en que los movimientos sociales populares generan un quiebre en la política boliviana. Nos enfrentamos a procesos sin precedentes, un verdadero alarde de imaginación histórico social, que termina decantando en la conformación de un Estado Plurinacional que integra las raíces tradicionales. En relación a las luchas sociales y a los movimientos de resistencia a la corriente privatizadora

dominante hasta ese momento, se generó un importante campo de estudios con una vasta bibliografía consignados en compilaciones y diagnósticos de la situación de los estudios sociales en Cochabamba a los que remitimos (Gordillo, 2005; Komadina 2006).

El año 2000 fue un año de crisis en la política de Bolivia. El estallido de conflictos sociales, en particular los reclamos cochabambinos en oposición a la privatización del servicio de distribución de agua, cuestionan las bases mismas de lo político y el rol del Estado en el manejo de los recursos comunes. Los movimientos sociales del año 2000, marcan un antes y después por la fuerza que cobran los movimientos sociales como actores políticos:

*La profunda crisis social y política desencadenada en Bolivia a partir del año 2000, cuestionó no solamente a los gobiernos de turno y la forma de administración de las políticas públicas, sino también al rol del Estado y las bases que sostienen el sistema democrático representativo instaurado hace poco más de dos décadas junto a la ola de democratización en América Latina. (Zegada, 2008).*

Estos eventos marcaron el surgimiento de una nueva manera de hacer política y de articulación social para la defensa de los derechos de la comunidad. En términos de institucionalización, se destaca el surgimiento en Cochabamba de la Coordinadora del Agua que condensa numerosas agrupaciones, antes dispersas, bajo la consigna unificadora de *¡El agua es nuestra, carajo!* (Zegada, 2011). Durante ese período, la participación de Evo Morales en diversas movilizaciones, en particular en la “Guerra del agua”, colaboraron en el establecimiento de nuevas alianzas sociales que articularon lo rural con lo urbano (Stefanoni, 2006). Aunque el rol más activo lo llevaron las organizaciones campesinas y en particular las comunidades regantes cochabambinas, las protestas generaron la solidaridad y movilizaron a los pobladores de la ciudad, que se sumaron en forma espontánea a unos reclamos que afectaban claramente sus intereses. Esta solidaridad se expresó en particular en los momentos más altos de la toma de la ciudad durante las protestas de abril:

*En los momentos de mayor condensación social como la denominada toma de Cochabamba, logró la movilización de amplios sectores urbanos que abandonaban la comodidad de su vida privada para lanzarse a las calles sumándose a esta movilización para resistir la descomunal elevación de tarifas. La movilización se agudizó con la represión gubernamental y con la muerte de un joven combatiente. (Zegada, 2011: 234)*

La represión de las protestas de abril fue sangrienta (Kruse, 2005). El gobierno apeló a la fuerza utilizando incluso medios ilegales, tales como la ubicación de francotiradores militares disfrazados de civiles. Hubo de lamentarse numerosas muertes, dentro de las cuales se destaca la de Víctor Hugo Danza de 17 años, a manos de un capitán del ejército que actuó como francotirador cometiendo el brutal asesinato, lo que despertó la indignación de los manifestantes y la solidaridad de la población urbana (Kruse, 2005). En términos de vidas humanas y de heridos se pudo confirmar que:

*Verificando fuentes de la Asamblea Permanente de los Derechos Humanos de Cochabamba y de Vinto, así como datos de la prensa escrita, se encontró los siguientes resultados: 6 Personas muertas por balas de guerra. 68 personas heridas por balas de guerra. 200 personas heridas por efecto de disparos con balines y gases.* (Ortuño, 2011)

La desarticulación de la identificación nacional y la dispersión de la comunidad en términos de una creciente individualidad, producto de políticas neo liberales, se ven cuestionadas por la acción de movimientos sociales que se levantan en protesta (Ortuño, 2011; Zegada 2011). No obstante, los efectos disruptivos de la gesta de abril no impactan de manera inmediata en la cotidianeidad de la población urbana de Cochabamba. Luego de los acontecimientos de abril y del golpe mortal que se le aplica al negociado privatizador impulsado por el presidente Hugo Banzer, la dinámica propia del movimiento social de la Coordinadora del Agua siguió su desarrollo articulándose con partidos políticos y terminando con su disolución (Ortuño, 2011). El futuro político aparecía como algo incierto, no resultaba clara la forma en que continuaría el proceso más allá de la lucha por el agua (Kruse, 2005).

El proceso de articulación de los movimientos sociales y los partidos políticos en Bolivia es complejo (Svampa y Stefanoni, 2007), y nos aleja de nuestros objetivos en esta tesis. No obstante, destacamos la consolidación del espacio político del MAS (Movimiento al Socialismo) y los resultados obtenidos en la elección de 2002, en la que ocupa el tercer lugar obteniendo un 20,94%, muy cercano a la primera y segunda fuerza. Bolivia no volvería a ser la misma, no habría marcha atrás; en Cochabamba, a expensas del reclamo popular contra la privatización del agua se habían desatado fuerzas que conmoverían profundamente el panorama político y social del país. Alrededor de esos años se comienza a gestar un proceso que producirá una verdadera transformación popular vinculada a la raíz

indígena, en lo que Linera llamaría “potencia plebeya” (Linera, 2009). Sin embargo, los procesos políticos, aunque sean acelerados, tardan en impactar en la subjetividad de la colectividad y tornarse tangibles en el mundo cotidiano de sus prácticas. En esta tesis sostenemos que la potencialidad transformadora del proceso, no terminaba de ser visible para aquellos que lo vivían en el año 2002.

### **Enfoque metodológico técnico**

El enfoque definido para el desarrollo del trabajo es de tipo cualitativo, consistente en la realización de grupos motivacionales, observaciones etnográficas y entrevistas a informantes clave. El trabajo de campo se llevó adelante entre mayo y julio de 2002. Como cierre del trabajo de recopilación empírica, se realizaron una serie de entrevistas con informantes clave durante el año 2021.

Esta tesis retoma las actividades realizadas durante el año 2002, en que desarrollamos tareas de investigación de mercado orientadas al análisis cultural en el territorio de Cochabamba; esta experiencia nos permitió la realización de un estudio de campo, una de las tareas más arduas en trabajos doctorales.

La posibilidad de reflexionar sobre la temática cualitativa desde un enfoque cultural, se inscribe en el trabajo profesional como docente e investigador universitario y como consultor de mercado abocado al diagnóstico de procesos culturales de consumo, en carácter de titular de mi propia consultora y prestando servicios para numerosas agencias de investigación de mercados. En ambos campos de trabajo, tuve la oportunidad de familiarizarme con el enfoque cualitativo en investigación y adquirir experiencia en la utilización de herramientas propias de esta metodología.

### **Los grupos motivacionales**

La selección de la técnica cualitativa de los grupos motivacionales se apoya en la necesidad de obtener un intercambio rico y abierto entre diferentes corrientes de opinión, al tiempo que se permite el desarrollo de la subjetividad de los participantes. Se trató de entrevistas grupales de dos horas de duración, durante las cuales se estimuló el debate en torno a los temas de interés. Para llevar adelante las reuniones, se contó con una guía de pautas abierta que funcionó como un estímulo inicial para fomentar el debate.

Se trató de reuniones en las que participaron entre 8 y 10 personas, agrupadas con criterios que permitieran cierto nivel de homogeneidad al interior del grupo, a la vez que estimularan el contraste con grupos de segmentaciones diferentes.

Se trató de una muestra seleccionada dentro del universo de varones residentes en la ciudad de Cochabamba. Se prefirió este recorte, dada la complejidad de la problemática de género en torno al alcohol en Cochabamba 2002. La realización de grupos dentro del universo de mujeres cochabambinas hubiera sido muy valiosa y enriquecedora, pero lamentablemente no se contaban con los recursos necesarios como para tratar con la suficiente profundidad una cuestión tan delicada como la de género y alcohol. Por lo que pudimos recoger en testimonios previos al trabajo de campo y se confirmó durante los grupos, la violencia intrafamiliar y el consumo de alcohol se encontraban ligadas, motivo por el cual el consumo de alcohol extra hogareño se encontraba facilitado y el consumo de alcohol al interior de los hogares no terminaba de contar con la aprobación social, en particular la de la población de mujeres. Ante una temática de tanta relevancia, que obliga a un tratamiento específico, preferimos restringir el campo de estudio a la población masculina.

La muestra cualitativa estuvo compuesta por 14 grupos motivacionales divididos por nivel económico social y edad de los participantes. Nuestra aproximación al nivel económico social estuvo dada por la ocupación del principal sostén del hogar y por lugar de residencia. La muestra se dividió en 7 grupos de nivel medio alto y alto y 7 en segmentos etarios de nivel medio bajo y bajo.

El otro criterio principal de corte fue el de edad, determinando tres segmentos etarios al interior de la muestra: 18-20 años, 22-26 años, 30-38 años. Mediante estos cortes se apuntó a cubrir diferentes etapas de la historia vital de los individuos.

**Tabla 1: conformación de los grupos motivacionales Cochabamba 2002.**

	18 a 20 años	22 a 26 años	30 a 38 años
Nivel medio bajo – bajo	2 grupos	2 grupos	3 grupos
Nivel medio alto – alto	2 grupos	2 grupos	3 grupos

## **Las observaciones etnográficas**

Con el objeto de conocer la geografía viva de la Ciudad de Cochabamba y la forma en que se reúnen sus habitantes al momento de ingerir alcohol, se realizaron experiencias etnográficas consistentes en salidas nocturnas con individuos de diversas edades, así como observaciones no participantes en diversos tipos de locales y ámbitos callejeros. Estas recorridas por la ciudad tuvieron un doble propósito, por un lado, convivir y compartir experiencias según el modelo aproximado de descripción densa (Geertz, 1987) y por otro seguir el modelo de polígonos espacio temporales enunciado por (Giddens, 1982). Este modelo, extraído por el autor de la geografía social histórica, permitió acercarnos al sistema de desplazamientos efectivamente realizados por los individuos.

Para habilitar el reclutamiento de los jóvenes, se seleccionó una pequeña muestra al interior de los grupos. En total se realizaron 10 etnografías con formato participante consistentes en salidas nocturnas con grupos de amigos. Durante estas salidas se pudieron recorrer diferentes espacios de convivialidad nocturna. En el transcurso de estas exploraciones nocturnas, se llegaba a transitar por más de un ámbito, desde la reunión de los amigos hasta la disolución del grupo. Los tipos de ámbitos visitados fueron:

- Locales nocturnos bailables de nivel medio alto 2 etnografías. Zona norte y centro de la ciudad.
- Chicherías en la zona sur de la ciudad 2 etnografías.
- Locales nocturnos de tipo café / karaoke 2 etnografías. Zona norte y centro de la ciudad.
- Plazas zona centro de la ciudad 2 etnografías.
- Zona de reunión de autos 2 etnografías.

Sumadas a estas experiencias etnográficas mencionadas, se capitalizaron numerosas experiencias personales espontáneas con intercambios sociales o simplemente observaciones realizadas en locales en que se bebía, lo que permitía registrar las interacciones guiado por una grilla simple de observación situacional.

## **Entrevistas a informantes clave**

Como cierre del trabajo de campo se realizaron 2 entrevistas en profundidad con un informante calificado, el Lic. Roger Maldonado Rocha. Este estudioso cochabambino,

suma su carácter de sociólogo dedicado al estudio de las prácticas alimentarias y a la cuestión medioambiental en la ciudad, con su vasto conocimiento como chef. Durante el año en estudio, el 2002 tenía 18 años, lo que nos permitió la recuperación de sus experiencias como joven bebedor. Según su auto calificación se sitúa en un espacio “clase mediero”. Es originario de la zona sur (de las cercanías del puente de Quillacollo, en proximidad al aeropuerto). Sus estudios universitarios lo impulsaron a circular por distintos espacios del territorio de la ciudad, el sur, el centro y el norte, lo que le permitió una visión amplia de las prácticas y códigos culturales de consumo y circulación durante el 2002.

Las entrevistas, de hora y media de duración, se orientaron a dos objetivos centrales:

- Recuperación de memoria de sus prácticas durante el 2002 y reconstrucción de las transformaciones posteriores del espacio socio cultural y de consumo.
- Discusión de las hipótesis y resultados de la tesis y validación de los datos empíricos recabados.

Como cierre de nuestras indagaciones debemos agradecer la entrevista concedida en octubre de 2021 por la Dra. Mónica Navarro Vásquez, quien nos aportó su valiosa mirada sobre los procesos de constitución identitaria en el territorio Cochabambino y su evolución actual.



**CAPÍTULO 1 LA AUTORREPRESENTACIÓN, UN PRIMER  
ACERCAMIENTO A LA CIUDAD DE COCHABAMBA Y A SUS  
HABITANTES**

Comenzaremos por escuchar a los cochabambinos<sup>7</sup>, prestaremos atención a la manera en que se presentan, la forma en que responden a la pregunta sobre “quiénes son”. Elegimos este punto de partida en búsqueda de un andamio contextual; antes de hablar de la bebida y el beber comenzaremos por interiorizarnos por la auto representación del cochabambino, por la manera en que ellos dicen ser. Estas reflexiones nos permitirán conectar la problemática de la identificación comunal con las prácticas de comer y beber características en la región. Este primer acercamiento a la manera en que los cochabambinos dicen ser, nos revela una capa superficial de asociaciones y de asunción de sentidos que se configuran como “auto identidad”.

En esta tesis y siguiendo los postulados del psicoanálisis con orientación lacaniana, sostenemos que el sujeto es una multiplicidad no totalizable (Laurent, 1999). No obstante, y a pesar de la multiplicación de los significantes con los que intenta lograr su consistencia, es posible localizar dinámicas particulares, detectar la forma que adopta el despliegue del sujeto en su intento por “contarse por Uno” (Laurent, 1999).

La primera de las apreciaciones en torno a Cochabamba y el alcohol, consiste en un seguimiento de lo que la comunidad dice de sí misma y la forma en que ese decir se vincula con el comer y el beber. Se trata de analizar una primera masa de representaciones, vinculadas a la forma en que la comunidad se liga a un “ser común”. Al momento de preguntarle al cochabambino cómo es, quién es, surgieron algunos rasgos recurrentes que se manifestaron con regularidad independientemente de su edad o nivel económico social. Estos rasgos tienen una cualidad sintética, nos revelan la manera en que diferentes grupos de cochabambinos llegaban a definir su ciudad. Nuestra indagación cualitativa en los grupos motivacionales, nos permitió detectar una constelación asociativa de rasgos significantes mediante los cuales los cochabambinos indagados definían su auto identidad.

---

<sup>7</sup> Cochabambinos, vallunos o como ellos se llaman a sí mismos coloquialmente “cochalas”. Cabe indicar que Bolivia en el año 2001-2002 tenía una población total de 8.274.325 habitantes. Específicamente en la ciudad de Cochabamba la población femenina ascendía a 279.832 mujeres, mientras que la cantidad de varones era de 257.047 habitantes, lo que arroja un total de 536.879 habitantes. En cuanto al déficit en el nivel educativo, afectaba considerablemente a las mujeres, cuyo porcentaje alcanzaba un 8,7% de analfabetismo. En tanto para los varones era de 1,9%. En Cochabamba conviven los siguientes grupos poblacionales: mestizos (57 %), Indígenas de etnia quechua (33 %), criollos y blancos (10 %). También hay una fuerte migración de indígenas de origen aimara. En relación al trabajo, el 44% de los “cochalas” estaban en edad de trabajar, el 39,7% de esta población es económicamente activa, siendo el comercio el mayor rubro. Para leer más véase *La Población en el municipio cercado de Cochabamba (diagnóstico Socio-demográfico por distritos)*. Mariana Butrón Oporto y Jorge Miguel Veizaga Rosales. Cochabamba, 2003.

Muchos de los rasgos mediante los que se auto - definían los cochabambinos guardaban relación con la descripción de su “carácter” y se encontraban teñidos de un espíritu crítico y auto - punitivo (se percibían como “envidiosos”, “conservadores”, “quedados”)<sup>8</sup>. No nos detendremos en el análisis de estos rasgos significantes, que surgieron de manera consistente entre los jóvenes y adultos jóvenes cochabambinos, ya que no aportan de manera directa a los objetivos de esta tesis. Este despliegue de rasgos significantes, se vinculaba con la identificación simbólica de los cochabambinos. Pero nuestro objetivo va más allá de la dilucidación de los procesos de identificación simbólica en relación a su ciudad, en nuestra tesis, nos interesa detectar aquellos elementos que consolidan su unidad como conjunto. Para ello, hemos de avanzar desde la identificación simbólica hacia el elemento real de goce comunitario. Tal y como afirma S. Zizek:

*El elemento que mantiene unida una comunidad determinada no puede ser reducida al punto de su identificación simbólica: el lazo que une a sus miembros implica siempre una relación común respecto de una Cosa, hacia la encarnación del Goce. (Zizek, 1999: 44)*

Ese Goce de la comunidad es una presencia elusiva, una referencia a la “*manera en que hacemos por acá las cosas*”; eso tan particular que hace a la singularidad de un lugar, una región, en nuestro caso Cochabamba. A la particularidad con que se goza en la región se liga la categoría de “estilo de vida”. Según lo expresa S. Zizek, ese elemento que une al conjunto no puede terminar de ser expresado, se vincula con un “*no sé qué*”, que no puede terminar de ser entendido por aquellos “que no pertenecen” a la comunidad. En ese sentido el autor expresa que:

*Si nos preguntan cómo podemos reconocer su presencia, la única respuesta consistente es que la Cosa está presente en esa elusiva entidad que llamamos ‘nuestro estilo de vida’. Todo lo que podemos hacer es enumerar fragmentos inconexos del modo en que nuestra comunidad organiza sus celebraciones, sus rituales de apareamiento, sus ceremonias de iniciación; en pocas palabras, todos los detalles que evidencian el modo único en que la comunidad organiza su goce. (Zizek, 1999: 44)*

Es por ello que para esta tesis resultó significativo que, al momento de definirse a sí mismos y a su ciudad, los cochabambinos hicieran tanto hincapié en su relación con la bebida y a la comida, al compartir y a los festejos. De esta manera comenzamos a

---

<sup>8</sup> Estereotipos de esta índole en torno a los cochabambinos, son discutidos y revisados en la investigación “*Política e Identidad en Cochabamba*” (Mayorga, Moreno, Torrez, 2011).

desentrañar la manera en que las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas se entranan en un nudo de significación con el territorio de Cochabamba. Su vínculo con el goce comunitario y el estilo de vida, nos permitió analizar la manera en que las bebidas se anudan con la ciudad. Desde un primer momento, Cochabamba se nos reveló como una entidad enlazada al comer y al beber. Pocos objetos culturales tienen la capacidad de representar la forma de ser de una comunidad como las bebidas alcohólicas. La identidad en Cochabamba se anudaba a su forma de gozar la bebida, de reunirse a compartir, a la manera de festejar.

### **A comer, a tomar: la identificación cochabambina con el sibaritismo**

Uno de los motivos de orgullo de los cochabambinos es su gastronomía, se consideran sibaritas y defienden el valor de su comida y bebida respecto de la de sus pares regionales, los santacruceños y los paceños. El cochabambino considera que su ciudad es “una tierra del buen comer” y un territorio en el que “se entiende de bebidas”, se perciben a sí mismos como sibaritas. Esa relación con “el buen comer y el buen beber”, es considerada como un signo distintivo, como algo que los recorta del otro regional, de los paceños y los santacruceños. En ese sentido, los cochabambinos se sienten superiores.

La relación con el goce regional de la comida y la bebida se nos reveló, no sólo en lo declarativo de los grupos motivacionales, sino en ocasión de nuestras experiencias etnográficas programadas y espontáneas. El cochabambino es un buen anfitrión, hemos tenido la suerte de compartir mesa con ellos en varios niveles sociales, en varias ocasiones y debemos destacar el esmero y calidad con el que presentan sus platos, la manera en que “relatan” su origen y en que combinan con sus bebidas.<sup>9</sup> Para hablar de Cochabamba comenzamos por acá: por el sistema alimentario que, como bien sabemos, es una máquina de pensar.

---

<sup>9</sup> Rescatamos varias experiencias etnográficas espontáneas o programadas, compartidas con anfitriones de diferente nivel social y cultural de Cochabamba a lo largo de los años. La primera con individuos identificados con la tradición, comerciantes del sur popular comimos pato asado en “El pato” en el 2002, en La Paz en el 2007 fuimos agasajados en uno de los penthouse más altos de La Paz por una pareja de cochabambinos de nivel social muy alto, hemos visitado chicherías con jóvenes del sur, hemos comido en una parrilla tradicional en Cochabamba en 2013 invitados por un gerente de una marca tradicional de Singani, hemos participado de salidas a bailar con jóvenes “conservadores insertos” y cosmopolitas de clase alta; de esas y otras “aventuras culinarias” nos hemos llevado una imagen bastante consistente acerca del vínculo orgulloso del cochabambino respecto de sus consumos y su capacidad “selectiva”. El cochala es, antes que nada, un buen anfitrión.

Probamos el pato asado donde había que disfrutar el pato asado, en el sur. Comimos donde había que comer en el Norte, es decir, conocimos la gastronomía local. Sin embargo, el término “**sibarita**” no alude solo a eso a la calidad y variedad de los platos que se sirven, alude también al plus que encuentra el hogar en la holgura y la generosidad. La comida local se enlaza a la raíz ancestral y colonial transpuesta en cariño y saciedad. El cochabambino se presenta como el que sabe comer y gozar. Es el amor: *amor familiar, maltín, pie de vaca*.

Cuando nos acercamos al vínculo del cochabambino con los alimentos, detectamos dos corrientes, una emotiva y otra sistemática. En la primera vertiente, la de la emoción, se despliega un discurso relacionado al cariño familiar, a la raíz infantil del cuidado culinario que hace a la fantasía regresiva de la protección materna. En el otro eje, el sistemático, nos encontramos con un conjunto de prácticas y rutinas de programación de los alimentos en los que definen qué y cuándo se ha de consumir cada plato<sup>10</sup>. Los cochabambinos, según declaran, tienen una tradición según la cual a cada día le corresponde un menú en particular, a saber:

Lunes: kardán caldito, enrollado, escabeche y chorizo criollo.

Martes: ranga, rellenos de papa, ch’anka de gallina y anticuchos.

Miércoles: ají de patas, riñones, locoto relleno y puchero.

Jueves: picante mixto, fideus uchú, laping y trancapecho.

Viernes: planchitas, k’allu, lechón y pique macho.

Sábado: menudito, lomo borracho, jarwiuchu, lambreado de conejo y habas pejtu.

Domingo: salteñas, sopa de maní, chicharrón y pampaku.

En “Cocha” *se vive para comer* declaran divertidos los cochabambinos. Así es esa vida. Para comer y chupar, meta singani, ron, chela y chicha, con vodka y hoy por hoy el desembarco del fernet. Eso es vida. La vida misma de una comunidad. *Aquí la comida no nos falta. Pasa y verás*. Buen anfitrión el “cochala”. Dispone la comida y la bebida ordenadas en secuencias. Ese es un rasgo que se puede observar en las costumbres gastronómicas locales. En “Cocha” se pueden encontrar secuencias, sucesiones de bebidas

---

<sup>10</sup> Se trata de una organización tradicional, lo que no quiere decir que los cochabambinos organicen sus prácticas alimentarias según esta secuencia rígida.

o sucesiones de alimentos<sup>11</sup>. Se envanece el “cochala”, se percibe inmediatamente ese deseo de agasajar, de destacar, de recortarse respecto de sus pares, del paceño y del cambia. Se siente singular, distinguido, luce ante ti de su capacidad, de su empeño por manejar la sazón y el condimento.

### **Horizontes de identificación**

Pocos objetos tienen la capacidad de representar “el alma” de las comunidades como las bebidas alcohólicas. Es frecuente que una ciudad, que una región adopte una bebida o un conjunto de bebidas y de ellas dice “*son las nuestras*”, son aquellas que hemos elegido. Cuando se eleva la bebida a este nivel de dignidad, se la carga de afecto, se delega en ella la capacidad de representarnos. En torno a la bebida de la región se escuchan cosas como:

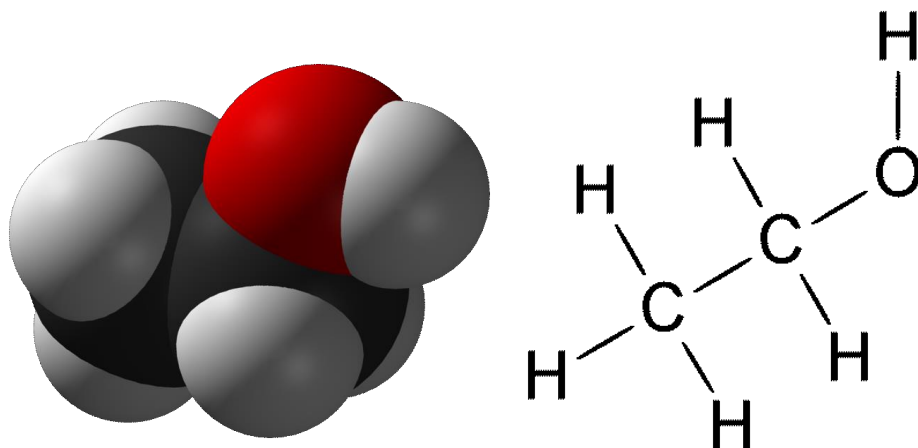
- *Déjame invitarte un trago, ya verás lo que es nuestra bebida.* -
- *Así bebemos aquí.* -
- *Un amigo mío viajó al exterior y vio que la tenían, a nuestra bebida.* -
- *Se toma de tal manera, no de tal otra.* -
- *Hay que saber tomarla, déjame enseñarte cómo se hace.* -

“*Nuestra bebida*”, elevada a un rango de embajador, de representante, recibe la potestad de informar algo sobre la manera de hacer las cosas de un conjunto humano, comunica; es algo que la ciudad o el territorio “sabe hacer” en varios planos, lo que sabe elaborar, un tesoro de conocimiento, una muestra de su industria. Es algo que se aprende a tomar en un proceso de crecimiento, en la continuidad del pasaje generacional, que los espera a edad temprana, un gran productor de vómitos adolescentes, de “fetos”<sup>12</sup> agachados, que se despliegan ante la mirada condescendiente, condenatoria y en parte satisfecha de los adultos. La comunidad los mira tomar, los mira sumergirse en ese bautismo original de los alcoholes propios. La bebida se derrama sobre la ciudad como una corriente desaforada de moléculas.

---

<sup>11</sup> Podemos mencionar otros ejemplos como el “trecito” una sucesión de “coctelitos” que se sirven en niveles sociales populares para agasajar a los comensales en los casamientos ni bien trasponen la puerta.

<sup>12</sup> Coloquial para adolescente.



**Ilustración 1:** La molécula de alcohol.

A saber, el alcohol circula por recipientes encadenados con recipientes, botellas que se llenan y botellas que se vacían, que se derraman y despliegan por los torrentes corporales. Somos tubos. La vida es, en gran medida, tubular. Los alcoholes circulan en torrentes, se derraman arrastrados por corrientes. Todo se despliega en ámbitos. Ámbitos sucesivos. Desde los alambiques o las cubas de fermentación, hacia las botellas, hacia los camiones, por las calles; se sigue un plan de distribución específico planificado por la industria y el comercio, en los depósitos, en los ámbitos en que se toman, en las cavidades orgánicas, una oleada de alcohol atraviesa la ciudad noche a noche. El alcohol se contrae como una enfermedad. Es a expensas de esa penetración material que se celebra el matrimonio. Matrimonio entre el habitante y su ciudad, el habitante y la región, el habitante y el conjunto al que siente pertenecer. Con los suyos. Hacia distintos torrentes, con distintas sangres, desde la misma botella, de la misma cosecha, cereal, uva, mazorca, fruta, en la misma mesa, en el mismo local, por la misma arteria de la misma ciudad, en la región. Fermentado, destilado, el alcohol es el mismo. A menos que alguien se arriesgue a beber alcoholes no aptos para el consumo humano. “Alcoholes” es una denominación genérica que damos al conjunto de los nombres de las bebidas. Los alcoholes se abren en un abanico de denominaciones. *Las que se toman acá*, las que forman parte del alarde del conjunto. La bebida se yergue como alarde de la región. El nombre de las bebidas se enarbola como alarde de la región (“*nuestro singani*”, “*nuestra cerveza*”, “*nuestra chicha*”).

Las bebidas son siempre al menos dos, su materia contenida en recipientes y su nombre. La materia en su vastedad inanimada y el nombre como condensación de sentidos. El organismo anima la materialidad del alcohol, lo espiritualiza en muchos sentidos. Se hace hincapié en la capacidad euforizante del alcohol, en lo que aporta a la reunión humana, al espectáculo. Una rotación simple del eje de la mirada, nos indicaría que es el cuerpo el que toma las moléculas de alcohol y les dona el movimiento. Son las moléculas de alcohol las que se ven proyectadas en movimientos característicos, según el modo de hacer de la región o del conjunto. Movimientos corporales, gestos, aproximaciones, bailes, palabras proferidas, cantos. La comunidad espiritualiza sus alcoholes. Alcohol es el nombre de una forma en que la comunidad se despliega, de su modalidad.

Para nosotros las bebidas alcohólicas son plataformas, anclajes de sentido sobre las que se montan operaciones de identificación. Preferimos pensarlas de ese modo antes de considerarlas “parte de la identidad local”. El concepto de identidad conlleva un matiz estático. Tal como dice Carlos Belvedere, implica cierto nivel de antropomorfización (Belvedere, 2013). Desde la perspectiva de este estudio, la identidad es algo que puede ser enunciado en relación al individuo, pero que no debería ser predicado respecto de las sociedades o de los conjuntos. Preferimos, por ende, referirnos a identificaciones, un término que remite a las operaciones propias de los individuos como instancias de asignación de sentido.

En este sentido, las bebidas son referencias fragmentarias que forman parte del complejo añadido, mediante el cual los conjuntos intentan constituirse como tales, mostrarse ante los demás, perseguir la consistencia. Se ubican allí, en la vía del hacer y en la vía del tener, se corporizan en prácticas. Se plasman en situaciones sociales de comunicación, en las que el hombre constata la presencia insuperable del otro, la multiplicidad de las miradas. Allí en el lugar de la consistencia en el que el sujeto es interpelado sobre su identidad, entra la bebida. En esta tesis, la sociabilidad atravesada por el alcohol, será parte de experiencias significativas, formará parte de eventos situados en el seno de conjuntos humanos específicos. Ahora bien, la embriaguez, la forma que los conjuntos humanos eligen para embriagarse, se vincula con la identificación en el plano simbólico y con el goce en la dimensión de lo real. Forma parte de aquellos aspectos elusivos mediante los cuales se intenta constituir la identidad como conjunto. Así, por ejemplo, el vino será parte de los



fragmentos, de los retazos referenciales mediante los cuales los argentinos intentan asir ese elemento elusivo que sería su identidad como nación. Para los cochabambinos la chicha, la cerveza Taquiña,<sup>13</sup> tanto como el chancho con chicharrón, la Virgen de Urkupiña o el Cristo de la Concordia, serán parte de aquello a lo que pueden apelar al momento de decir “esto somos nosotros”. De hecho “esto somos nosotros” se desliza fácilmente hacia el “así somos nosotros”. El acceso a estos fragmentos mediante los cuales se trata de asir la comunidad, de responder acerca de su consistencia es muy sencillo. En este caso se realizó el acercamiento mediante preguntas muy generales: *¿si les digo “Cochabamba” qué es lo primero que le viene a la cabeza? ¿Cómo son los cochabambinos? ¿Qué los hace diferentes de la gente de otras regiones de Bolivia?* Estos simples interrogantes disparan un conjunto, libremente asociado, de representaciones, de retazos y fragmentos que en su mayoría apelan a las formas en que los “cochales” organizan su festejo, su estilo único de compartir.

### **La bebida y el goce en la identificación**

Pocos elementos de nuestro mundo cotidiano tienen tanta capacidad de expresar la identidad de un conjunto social como las bebidas. La forma en que bebemos, nuestras bebidas más características y la manera en que nos reunimos para compartirlas son una plataforma propicia para la identificación. La bebida comunica algo sobre la forma de ser y la estilística de los conjuntos humanos. Es como si la bebida fuera parte de una emblemática característica de ciudades, regiones, naciones. Las bebidas se hacen presentes en un conjunto muy amplio de ocasiones formales e informales. Son algo infaltable cuando se trata de festejar, son parte de la manera en que las comunidades celebran. Parecen enlazarse con “un estilo particular”, una “forma de ser bien nuestra”. Forman parte de una modalidad propia del conjunto, nacional, regional; se relacionan con la caracterización de un determinado espacio social, de una geografía o territorio. Beber no es un simple ejemplo de las prácticas culturales, sino que es una actuación de algo que corre de manera profunda

---

<sup>13</sup> Hacia 2002 las ciudades rivalizaban a partir de sus marcas de cerveza, Taquiña para Cochabamba, Pacea para La Paz y Ducal para Santa Cruz. Todas las marcas eran producidas por la misma cervecera (CBN) que, para complicar el panorama, formó parte del gran panorama de fusiones y adquisiciones que caracterizó la concentración del mercado cervecero en la región, el continente y el mercado mundial. No trataremos este tema ya que excluimos la cuestión de las marcas, cuya incidencia en el objeto de estudio entrañaría una desviación. Por otra parte, el mundo marcario incorpora lógicas ajenas a nuestro abordaje, correría el foco de una elaboración que se centra en el carácter diferencial de las bebidas entre sí. Para incluir el tema de las marcas deberíamos introducir otros desarrollos diacrónicos, la historicidad marcaria, y sincrónicos, la competencia hacia 2002, es decir, hacer borrón y cuenta nueva y generar otro objeto de indagación.

en el seno de la comunidad y es a su vez parte del fundamento de las culturas. Beber cobra sentido cuando se explora como parte de prácticas enlazadas a dimensiones políticas, económicas, institucionales y valorativas (Wilson, 2005)<sup>14</sup>

Las bebidas no son los únicos elementos que cuentan con esta potencialidad, con la posibilidad de llevar a los individuos o conjuntos a decir “esto somos nosotros”; otras cuestiones tales como la alimentación, el deporte, el sentido del humor, también forman parte de aquellos “listados” mediante los cuales intentamos circunscribir ese elemento elusivo que es la identidad. Tal y como retoma Zizek de Kehoane, cuando intentamos definir cuál es la identidad de una nación apelamos a un relato acerca de nuestro goce, aquello que nos hace gozar y resulta distintivo. Aquello a lo que se apela es un retazo, un fragmento disperso, parte de una lista mediante la cual se intenta saturar la descripción de lo que nos es propio. Se trata de un esfuerzo fallido por lograr consistencia. Este fenómeno de referencia fragmentaria ha sido tematizado por Zizek, autor que resalta la operación tautológica de enumeración mediante la cual se trata de definir la “Cosa – Nación” (Zizek, 1993).

Ahora bien, este goce se liga a una determinada particularidad, no se circunscribe al aspecto simbólico, dado en el procedimiento de enumeración, sino que apela a cierta singularidad, a lo que el psicoanálisis conceptualiza bajo la figura de lo real del goce (Lacan, 1990), del anudamiento de lo simbólico y el apego (Zizek, 1999). La plataforma que debiera sostener la identidad nacional comunitaria, no es más que un conjunto de fragmentos tautológicos, referencias que no forman un conjunto congruente ni se articulan de manera lógica. Esos fragmentos conforman una tautología que intenta poner en escena aquello que sería “lo propio”, “lo nacional”. Este tipo de lazo entre lo simbólico y el goce, fue expuesto por el autor, al conceptualizar lo que llamamos “*estilo de vida*” y que forma parte de la entidad elusiva de la identidad nacional (Zizek, 1999). En nuestra tesis podremos ver la forma particular en que las bebidas se enlazan al goce de la comunidad.

---

<sup>14</sup> Drinking is the veritable stuff of any and perhaps every level and type of culture, and is implicated in the behaviours, values, ideologies and histories of these cultures. In essence drinking is itself cultural; it is not so much an example of national and other cultural practices, in the sense that it is a performance of something that runs deeper in the national or ethnic makeup, as much as it is itself a bedrock of national and ethnic culture. As such it is an integral social, political and economic practice, a manifestation of the institutions, actions and values of culture. (Wilson, 2005:4)

**CAPITULO 2: DE LA UNIDAD HACIA EL ANTAGONISMO: LAS  
VOCES COCHABAMBINAS EN TENSION**

En el capítulo anterior se vinculó a las bebidas alcohólicas con procesos de identificación y constitución identitaria de los cochabambinos. La capacidad de las bebidas para promover identificaciones comunitarias se relacionaba con la noción de goce, tal y como lo concibe el psicoanálisis en la interpretación de fenómenos culturales (Zizek, 1999). Una vez establecido ese nudo de relación entre la ciudad, sus habitantes y las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas, nos concentraremos en la problemática de la identificación de los cochabambinos con su ciudad. En ese sentido, nos detendremos en aquellos símbolos que funcionan como emblemas representativos y referencias unificadoras, analizaremos la forma en que se constituyen en contraposición al otro regional y describiremos las tendencias antagónicas que dividen el territorio de la ciudad.

La definición de los espacios antagónicos al interior de la ciudad, será retomada como una dimensión fundamental al momento de comprender el sentido de las diferentes bebidas y de las prácticas inherentes a las mismas. Las tensiones que atraviesan la ciudad nos permiten, a su vez, trazar un mapa de posiciones de enunciación de sus habitantes. Este mapa de voces presentes en la Cochabamba de 2002 permitirá, a lo largo de la tesis y desde diversos enfoques, comprender el sentido de las prácticas culturales de consumo de bebidas alcohólicas.

### **El uno del Tunari**

Una ciudad es una referencia a la unidad, pero también se constituye en relación a un sistema de diferencias. En nuestro acercamiento progresivo a “Cochabamba”, comenzaremos por el tema de la unidad, para luego pensar su ubicación respecto de otras ciudades con las que convive en el Eje Troncal Boliviano y su partición antagónica en dos mundos opuestos, en la división interna norte / sur, que parte en dos su territorio geográfico y social. “Cochabamba” es una y muchas cosas a la vez. Funciona como un significante de unidad, la referencia común para el conjunto de los cochabambinos. En ese sentido “Cochabamba” es una, coagula y sintetiza una unidad. Esa unidad es representada por numerosos símbolos, dentro de los cuales se destaca el monte Tunari.

En Cochabamba hay símbolos que representan al conjunto y uno de ellos tiene una misión muy particular: ser más Cochabamba que Cochabamba, es “*ultra cochabambino*”. Nos referimos al monte Tunari. El Tunari es algo que hay por ahí y que para el “cochala” “es

Cochabamba”. El Tunari es un monte como cualquier monte, pero es el más importante de la región. El Tunari es el Tunari, de la misma forma en que el agua es el agua<sup>15</sup> o el cemento es el cemento o la mujer es la mujer. Al menos es así para el “cochala”.

Algunos símbolos son proteicos, condensan muchos sentidos, pueden decir muchas cosas y a la vez dicen una sola, el Tunari es así<sup>16</sup>. A diferencia del agua, que es el agua y por lo tanto trasciende todos los límites, se escurre entre los dedos de tan acuática que es, el Tunari se dedica a una sola tarea. Es lo que es y cumple un sólo propósito que no buscó: decir que la región es la región, que Cochabamba es Cochabamba. Cuando hay algo que dice una región, la región queda dicha en forma muy sumaria, empobrecida y engrandecida al mismo tiempo. Cochabamba está dicha por el Tunari. Tunari es el nombre de esa abstracción. Cochabamba es el uno del Tunari.

Insistimos, hay un punto, una referencia imaginaria encarnada en el Tunari, ese punto condensa la unidad de la ciudad. El Tunari es de todos. Es un punto que no se deja atrapar por ninguna referencia parcial, que dice la identidad, que queda presa de la monotonía del lugar común. Algunas cosas son así, como el obelisco, la torre Eiffel o el Misti, monte emblema de Arequipa en Perú, bien al estilo del Tunari. Eso es lo que el “cochala” tiene para su distinción: un monte. Es algo imponente y algo que se prolonga hacia el cielo en vertical ascendente, más allá de las nubes, rodeado de nubes, en altura. La ciudad se vincula asociativamente a ciertos emblemas de unidad, eso hace a su identidad como conjunto. Se trata de lo que llamamos “operación neutra”. Decir que Cochabamba está representada por el Tunari, es no decir nada en particular. El Tunari como símbolo, no añade ni quita nada a Cochabamba. Es como si en álgebra realizáramos una multiplicación por 1. Este tipo de lógica que predica la existencia de elementos neutros en la constitución de agrupamientos, está presente en varios autores con cuya posición conceptual y ontológica nos identificamos. Nos referimos a J. Lacan y su postulación del *point de capiton* (Lacan, 2002), E. Laclau y su noción de significante vacío (Laclau, 2004) y, sobre todo A. Badiou y

---

<sup>15</sup> El agua es también parte de la identidad de la ciudad. Cochabamba: ciudad sedienta en la que el agua es el recurso mal distribuido por excelencia. El agua es el bien escaso y también el bien por el que se lucha. En pos del agua se produce una toma de la ciudad el 4 de febrero del 2000. Durante la toma popular, el gobierno defendió las 4 cuerdas circundantes a la plaza de armas, pero a las once y media de la noche del sábado 5 cedió y Cochabamba quedó en manos del pueblo (Kruse, 2005).

<sup>16</sup> Del Tunari emergen las vertientes con que el cochabambino prepara su cerveza, la mejor que se pueda tomar en Cochabamba. La cerveza es mejor si se la toma en su lugar de origen, esa es parte de la metafísica de la cerveza.

su ligazón de la teoría de grupo matemático en relación a la constitución ontológica de un sujeto (Badiou, 2001).

A expensas del Tunari, Cochabamba es una, pero dicha unidad se complejiza; apenas nos acercamos a la ciudad podemos notar que la unicidad es aparente. Cochabamba se despliega en un espacio de prácticas, se difracta en un conjunto de voces. Segregamos espacio en términos físicos y representativos. Basta con poner a la ciudad en la mira, quedarse quieto y contemplar sin juzgar durante unos minutos, unas semanas, unos meses, unos años, una década, para que se disperse en múltiples dimensiones: en trayectorias personales, en imágenes de los espacios, en la posibilidad de determinados sectores de adquirir propiedades o bienes<sup>17</sup>, en la exclusión de otros sectores, en la mirada que un sector tiene respecto del otro, en espacios materiales tales como fachadas, en modificaciones de escala del panorama urbano, en calles por las que transitar, en encuentros casuales o programados, en historias de vida, en mapas que se modifican, en proliferación de medios de transporte o en su desaparición, en demoliciones, en resistencias vecinales o en anhelos de pertenencia, en movimientos de capital, en empresas comerciales, en políticas nacionales, en préstamos y endeudamientos, en polígonos espacio temporales recorridos por los habitantes en períodos de días, semanas, meses, años, décadas, vidas, generaciones, migraciones continentales o permanencias milenarias; todo esto tomado como un conjunto de cruce de dimensiones dentro de las dimensiones en un movimiento que parece no detenerse. La única forma de frenar la avalancha de temas dentro de temas, de espacios dentro de los espacios, es elegir un punto de partida, fijar algunas coordenadas que guíen el derrotero, que tracen las primeras líneas del mapa. Empecemos por el eje troncal, el primer nivel de complejización Sigamos por la confrontación norte sur, la querrela de la ciudad que es el segundo pliegue o nivel de segmentación territorial.

---

<sup>17</sup> La cuestión de la posesión de la tierra es una cuestión clave en Cochabamba (Ledo, 2002). La fuerte expansión urbana y, en particular los procesos migratorios, generan conflictos por la posesión de lotes. Estos conflictos se agudizan en las zonas en expansión, en las cuales no se cuenta con los papeles que garanticen la ocupación de los predios (Antequera, 2007).

### **La mirada del otro: Cochabamba y sus vecinos regionales en el Eje Troncal Boliviano.**

En torno a las comunidades, tiende a formarse una imagen de ciudad, un fantasma de lo propio, se configura a la vez una imagen del vecino, un fantasma del vecino. Esas fantasmagorías se encuentran ligadas en un entramado de identidades y diferencias. La identificación regional misma, se recorta en un esquema de identidades y diferencias; para circunscribir los procesos de identificación de las ciudades, hacemos extensivas las consideraciones de Žižek en la conceptualización de la identificación con la nación:

*La identificación nacional es un caso ejemplar de borde externo que se refleja en un límite interno. Desde luego el primer paso hacia la identidad de la nación pasa por sus diferencias respecto de otras naciones, y establece un borde externo; si me identifico como un inglés, me distingo de los franceses, los alemanes, los escoceses, los irlandeses, etcétera. Sin embargo, en la etapa siguiente, se plantea la cuestión de quién es el “verdadero inglés”, entre los ingleses, el paradigma de la “anglicidad” (Žižek, 1998: 151)*

Como surge de esta afirmación, al momento de comprender la identificación con la ciudad, se impone la doble tarea de definir el borde externo, el recorte respecto del otro regional, para luego explorar la manera en que el límite se transforma en límite interno. En este apartado nos dedicaremos al análisis de la manera en que los cochabambinos se diferencian de sus pares regionales, lo que los determina como unidad, y en el siguiente veremos la manera en que esta unidad se ve cuestionada por el límite interno relacionado al antagonismo.

Cochabamba se caracteriza por la *Medianía* de los Valles Centrales, y se percibe como aquello que se ubica en el *medio* de esta configuración de diversidad que es Bolivia. De hecho, Cochabamba se ubica geográficamente en los valles centrales de Bolivia, situada como un punto medio entre La Paz y Santa Cruz, ciudades con las que conforma el llamado “Eje Troncal Boliviano”.

¿Qué tensiones revelan estas imágenes relativas a la “*ubicación en el medio*”, tan marcadas por la rivalidad imaginaria?<sup>18</sup> En el primer capítulo se obtuvieron algunos indicios que

---

<sup>18</sup> Para comprender el significado de estas tensiones en su perspectiva histórica, recomendamos la lectura del trabajo de Rodríguez Ostría *Élites, mercado y cuestión regional en Bolivia (Cochabamba)* (Rodríguez, 1994). Este texto nos dejó una profunda impresión por su penetración histórica. Su reconstrucción sitúa la cuestión del eje troncal en clave de deseo, de anhelos, de expectativas. Todas las alternativas que relata se vinculan directa o indirectamente con la ubicación geográfica de la región. Para entender los anhelos a ello vinculados tomamos como ejemplo el deseo frustrado de la construcción de un ferrocarril que uniera Cochabamba con Santa Cruz

aludían a rasgos del “*carácter cochala*”; ahora ellos nos informan acerca de los vecinos. Son construcciones imaginarias de las ciudades, amalgamas de imágenes, representaciones y prejuicios que se organizan como fantasías (Zizek, 1999). Al referirse a otras ciudades de la región y a sus habitantes, el cochabambino despliega un discurso ligado a la rivalidad y al desafío. La manera en que se representan esos “mundos vecinos”, pone en manifiesto un monto importante de agresividad. “El otro” imaginario se convierte en el par antagónico con el que se rivaliza en una lógica agresiva. De aquí en más este trabajo quedará atado a la coyuntura de la rivalidad propia del Eje Troncal, a la difícil convivencia de naciones. El Eje Troncal está compuesto por tres ciudades, tres regiones ligadas por el pacto nacional boliviano, pacto marcado por la guerra y por los muertos, pacto cuestionado por las amenazas de secesión del oriente petrolero, gasífero, productivo. Pero también sometido a la división de la ciudad de Cochabamba en esa riña de posiciones asimétricas, que contraponen norte próspero a sur tradicional. Todo esto a su vez enmarcado por el futuro que cambiará rápidamente y en una medida que los “cochalas” no llegan a imaginar a la altura en que nos situamos en 2002.

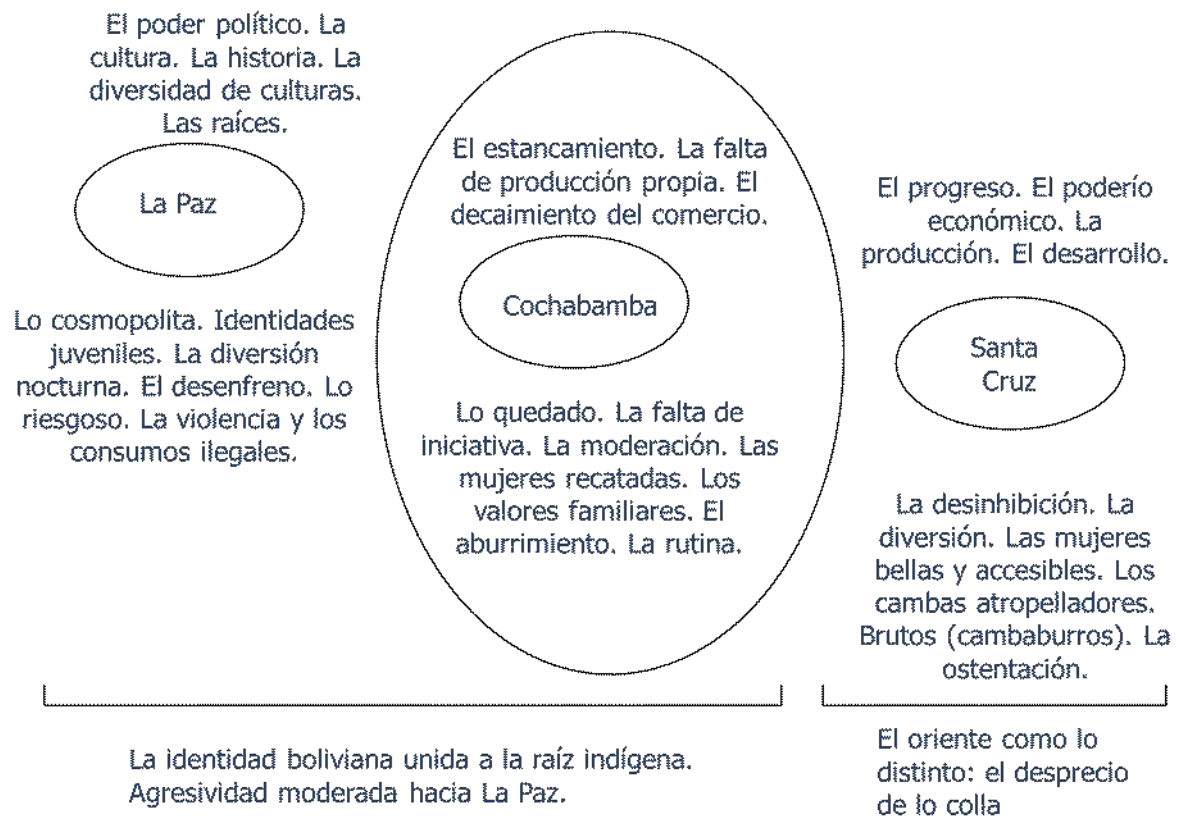
Cuando les preguntamos sobre sus vecinos, sobre los paceños y los cambas, los cochabambinos reproducen historias de lucha, de pérdida, una verdadera escena de rivalidad. Con el vecino nacional suele existir siempre alguna tensión, rivalidad, ligazón fraterna, u alguna otra forma de vinculación imaginaria y afectiva. Se constituyen configuraciones imaginarias que articulan una especie de mísera o grandiosa escena. El cochabambino se queja de su situación de medianía, de su falta de despegue económico, siente que la región no llegó a ocupar el lugar que pudiera haber ocupado (un sentimiento de “destino frustrado” que pudimos observar en otros parajes de Latinoamérica como en algunas regiones de Argentina y Perú). Para comprender la noción de “*medianía*” en su dimensión de *destino histórico*, remitimos a la obra de Rodríguez Ostría (Rodríguez, 1994). A continuación, se incluye un gráfico en el que se sintetiza la mirada de los cochabambinos en torno a las posiciones diferenciales de las tres ciudades que componen el Eje Troncal Boliviano, Cochabamba, La Paz y Santa Cruz de la Sierra<sup>19</sup>:

---

y las promesas incumplidas por parte de La Paz. En este relato de Rodríguez, se pueden ver condensado el drama que implica “estar en el medio” y las repercusiones, no sólo económicas y estructurales, sino en el plano de los deseos y expectativas de desarrollo.

<sup>19</sup> En años posteriores, los profundos cambios a partir del surgimiento y consolidación de nuevos actores en el escenario de lucha social, hacen virar el eje de las identificaciones desde lo cultural a lo político. La máxima expresión de estos





**Ilustración 2:** El eje troncal según la mirada cochabambina. Cochabamba 2002.

A la altura del 2002, la manera en que los jóvenes cochabambinos se posicionaban identitariamente en relación a los jóvenes de otras regiones, se justificaba sobre todo en cuestiones culturales antes que políticas. En cierta medida, este panorama imaginado por los cochabambinos se explica por sí mismo; el mundo “cochala”, que se piensa a sí mismo como moderado, se lanza a criticar otros mundos con los que convive por “su carácter” excesivo. Las comunidades, en sus representaciones de sentido común, tienen diferentes maneras de referirse a sus vecinos. A lo largo de la experiencia de indagación en Latinoamérica hemos visto cómo se repite un patrón en la construcción del discurso sobre el vecino: por un lado, se ubican aquellas otras comunidades, ciudades, naciones, países a

---

cambios en los procesos de identificación regional, los podemos situar en el “enero negro” de 2007. Las tensiones antagónicas al interior hacen eclosión a partir de la problemática de la autonomía regional. La temática de la autonomía es un eje del conflicto sangriento que enfrenta el norte y el sur de la ciudad el 11 de enero de 2007. Este conflicto por la falta de reconocimiento de las autoridades de Cochabamba del resultado del plebiscito sobre la autonomía, enfrenta al norte, identificado con la “media luna” y con el oriente santacruceño y el sur identificado con el gobierno nacional y su líder Evo Morales.

los que se reconoce como pares o superiores y por el otro aquellos a los que se tiende a despreciar. Es como si se estableciera un tablero de miradas cruzadas, no simétricas entre las comunidades. En ese sentido se despliegan muchos tópicos generales vinculados mayormente con la agresividad, y en menor medida por cierto matiz fraterno. Estas miradas cruzadas se comprenden a la luz de muchas variables, el tipo de “entidad” que se pondera, ya sean ciudades, barrios, naciones, países, cuadras, pasillos en construcciones precarias, el tipo de reconocimiento que se distribuye y los términos fraternos o de rivalidad puestos en juego, las razones que se ponen sobre la mesa, deudas históricas, traiciones, apoyos, destinos u orígenes compartidos, costumbres que unan o separan, patrimonios que unos y otros esgrimen.

Veamos entonces, de manera somera, algunos de los tópicos principales que alimentan la cuestión de la rivalidad con los pares, de la diferenciación respecto de los vecinos regionales. Puede que estos tópicos giren en torno a la distribución del poder central de la capital, como es el caso de la mirada del cuzqueño o el arequipeño sobre Lima o del interior argentino sobre Buenos Aires. Puede que se trate de enfrentamientos entre estilos diferentes, entre comunidades rivales como el que despliegan los “rolos” en relación a los “paisas” en Colombia. Pudiera ser que las comunidades esgriman una historia de sangre difícil de soslayar como es el caso del trípode Chile – Bolivia - Perú. La figura del “otro nacional” entraña complejidades y suele despertar cuestiones fantasmáticas. En ese sentido cabe recordar todo lo que postula Zizek en torno a la figura del otro y de la fantasmática que conlleva, sobre todo en torno a la noción de “goce robado por el otro” (Zizek, 1999). La manera en que el otro goza puede resultar perturbadora y dispara tendencias agresivas. En este plano Zizek afirma que:

*Siempre le achacamos al “otro” un goce excesivo, quiere robarse nuestro goce (arruinando nuestro ‘estilo de vida’) y/o tiene acceso a algún goce secreto y perverso. (Zizek, 1999: 47)*

El autor no deja de enfatizar la dificultad de convivencia con las particularidades ajenas, los olores, los sabores, la forma de dirigirse al extraño, la manera en que se cuida o no la distancia de los cuerpos, en que se preserva el espacio personal, en definitiva, “*lo que hace otro al otro*”, es aquello que puede alterarnos. El otro en su diferencia, es aquello respecto de lo cual nos vemos obligados a tomar posición. La percepción de un otro cercano resulta

inquietante e incluso revulsiva, tal como lo testimonian producciones tan dispares como las de “La Distinción” (Bourdieu, 2002) y “Un bárbaro en Asia” (Michaux, 1985), obras que nos sirvieron de guía en la captación sensible de las tensiones en los procesos de identificación regional cochabambina.

En el acercamiento a un discurso cochabambino acerca de su manera de ser propia y de la manera de ser de sus vecinos, registramos la voluntad que ponían en lograr nuestra “solidaridad”, en informarnos sobre lo difícil que les resultaba la convivencia con otras ciudades con las que rivalizaban. Se trataba de desplegar estrategias de reconocimiento, de lograr que entendiésemos cuál era la situación en que los colocaba la convivencia y el motivo de sus querellas. Si, en ocasión de los grupos motivacionales o en charlas informales, nos contaban acerca de la opinión que tienen del otro, del camba o del paceño, del chileno o del peruano, del habitante del sur o del habitante del norte, es porque nos querían informar sobre su malestar y también, en cierta medida, reclutarnos para su causa.

En ocasión de nuestro relevamiento de la imagen de “los vecinos”, nos encontramos más que nada con un despliegue de insultos, pero también cierta admiración. El cochabambino percibe algo en sus pares que sintoniza con su anhelo de liberarse, de romper el autocontrol. Se conjugan dos fuerzas contradictorias, por un lado, el “cochala” “se prefiere”, y por otro, siente que se pierde de algo; le adjudica al otro un goce del que se siente excluido. Supone que el otro, que el vecino, logra desplegar su goce de una manera espontánea, que la pasa mejor. Preferirse y envidiar son, en este movimiento, recíprocos. Esta forma de construirse en relación al “otro”, se relaciona con la idea de que puede robarnos el goce. Ellos, que tienen algo que me es negado, la pasan bien. Y yo no, yo no tanto. Bolivia misma se cuece en el caldero de la restitución, cómo no hacerlo con esos vecinos *que son peste*, nos dicen. Chile a la cabeza que se queda con el mar. También la guerra por establecer la capital o lo que vendrá después con el conflicto por la autonomía o cualquier cosa. Cuando le preguntamos por sus vecinos, surgen en primer plano mundos de querella.

Nuestros esfuerzos se concentran en la exploración de las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas, y el sentido que adquieren a la luz de la apropiación territorial de la ciudad. En ese sentido, apuntamos a captar la forma en que se goza y se festeja. Desde esta óptica, las diferencias estilísticas se recortan en un primer plano, ya que gozar y festejar se vinculan con la “forma de ser” de los distintos grupos humanos. Uno de los temas que surge

espontáneamente cuando conversamos acerca de la “forma de ser suya” en comparación con la de otras regiones es el del festejo, el de la forma en que se goza, el compartir con los amigos y la forma de ser de las mujeres, la humedad enervada de los besos y el cariz de la fiesta. Ellos, los “otros”, los cambas y los paceños, nos informan los cochabambinos, lo viven en forma diferente, con menos moderación, llevados por el torrente del desenfreno. Son dos mundos enfrentados que se pueden reconocer entre sí. Dos goces de tonalidad diferente y el “cochala” en el medio. Santa Cruz y La Paz, en la mirada del “cochala”, establecen una corriente de mutuo reconocimiento. Aun en el máximo grado del desprecio, saben ver en el otro algo que ellos no poseen y que anhelan. El cambia, refugiado en el poder económico, en la belleza proverbial de sus mujeres, en el desenfreno, en el calor de sus noches, en lo exuberante de su vegetación. El paceño, refugiado en el poder político y el manejo del ejército, con su brillo de destino internacional turístico, con su modernidad y sus estilos juveniles, con sus matices y con las diversas alternativas de entretenimiento. Ambas patrias generan la envidia del valluno, ese que se ubica en el medio. El cambia, dicen ellos, loco ignorante con su violencia y su atropello<sup>20</sup>, sus mujeres que “*se ponen de espaldas con las piernas abiertas si les pides que se sienten*”<sup>21</sup>. Y ellos, en La Paz, con sus drogas y sus estilos juveniles, las extranjeras, las alemanas y las peleas en que se trezan hasta reventar, hasta que sólo uno queda en pie y los rostros destrozados en las noches interminables, noches ebrias. “Quién pudiera”, parece decir el “cochala”, que sin embargo se prefiere. Siente que las otras dos ciudades viven la fiesta de manera más plena, con una mayor intensidad. En contraste, Cochabamba les parece aburrida, aunque ellos también pueden caer en el desborde.

Para ubicar un paraíso propio, un espacio en que puedan desplegar su goce, existe el Chapare; las escapadas al Chapare en que se proyectan las fantasías disociadas del desenfreno conservador. Todo lo que arde, lo enhiesto, la excitación ebria, se plasma en relatos sobre la forma en que se viven las fiestas en ese espacio exterior a la ciudad, al que concurren con ocasión a festividades y en fines de semana de esparcimiento.

---

<sup>20</sup> La cantidad de insultos con que se refieren a los santacruceños nos llama la atención. Nuestra experiencia de indagación en Santa Cruz de la Sierra nos permite registrar que los insultos no son patrimonio exclusivo de los cochabambinos, ya que el “cambia” se muestra muy despectivo por lo que considera el “espacio coya”.

<sup>21</sup> Referencia textual al decir de un grupo de jóvenes cochabambinos. La manera en que se refieren al espacio femenino hacia el 2002 es cruda y testimonia la escisión fantasmática entre la mujer para respetar y la “cualquiera”, un motivo de cuño fuertemente fantasmático y machista.

El “cochala” mira hacia Santa Cruz y mira hacia la Paz y entiende la lógica de un mutuo reconocimiento, él permanece en el centro obligado a recoger ambas voces. Voces que lo difractan en la envidia de dos goces. Lo que recogemos en la voz del paceño y el santacruceño, el mutuo reconocimiento se registra de la siguiente manera:

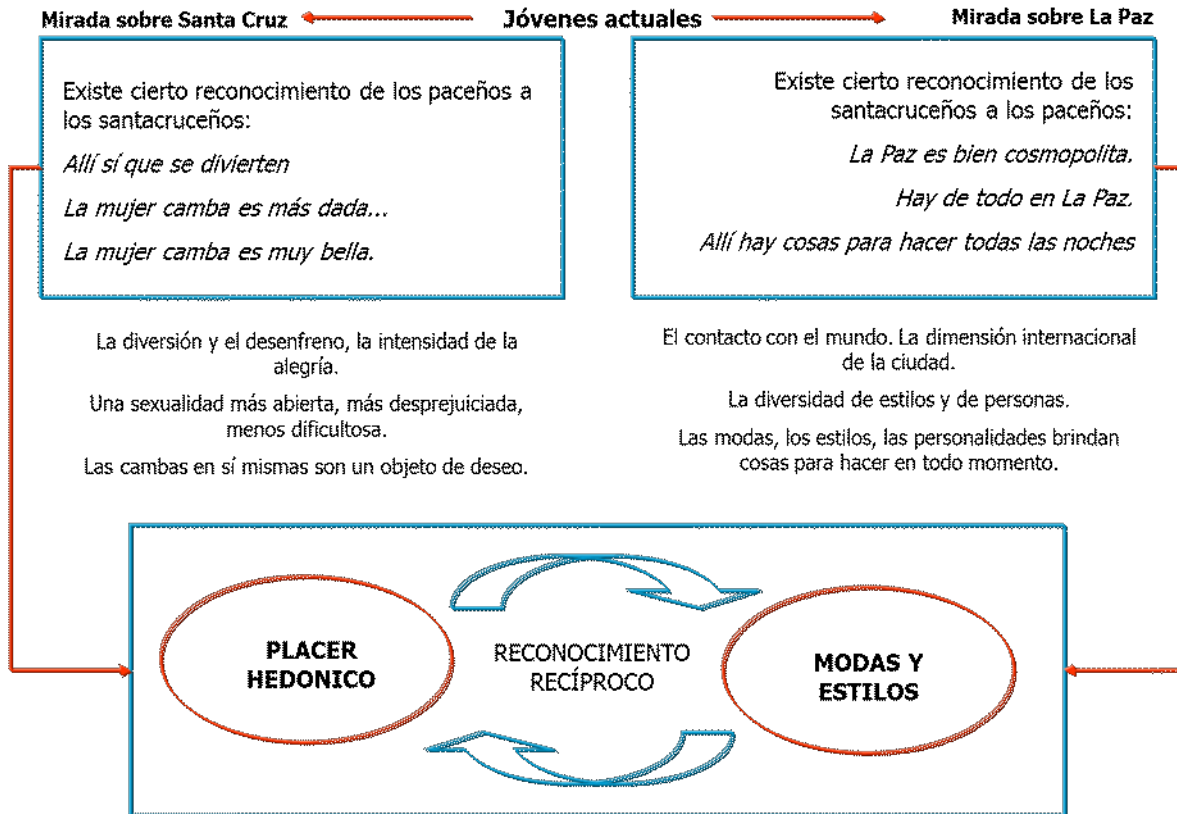


Ilustración 3: Miradas cruzadas entre paceños y santa cruceños. La Paz / Santa Cruz 2003.

### Cochabamba atravesada por el antagonismo: norte – sur y la discordia

Si uno observa con un mínimo detalle verá cómo se desvanece inmediatamente esta unidad del Tunari esa configuración neutra, la imagen de conjunto. El conjunto parece apropiarse de algún emblema en el que consiste su unidad, pero eso es una coartada, es un simple alarde. El uno del Tunari es un alarde de Cochabamba. Un alarde *neutro* sobre el que reposa el orgullo de la ciudad, de la *ciudad neutra*, ya que la alusión a símbolos que todos comparten no nos informa acerca de los rasgos de los habitantes que la pueblan. El Tunari carece de dimensión interna, nada le dice al “cochala” sobre su ciudad, nada que

corresponda con la vida de la ciudad. En este apartado abandonaremos el tema de la unidad y nos concentramos en la división, “norte” / “sur”, denominaciones que nos introducen al hecho incontestable de que la ciudad se encuentra dividida en dos territorios rivales, se trata de una fractura interna que responde a la dinámica propia de su ciudad. Eso es lo que el “cochala” cuenta. El territorio norte es próspero y el territorio sur pobre, representante del mundo tradicional. En este punto preciso situamos el antagonismo como constitutivo del todo social (Laclau, 2004). Lo social, nos recuerda permanentemente el autor, es algo en vías de constitución, pero el antagonismo que atraviesa el cuerpo social lo subvierte, impide el cierre y la constitución de límites definitivos.

*El límite de lo social debe darse en el interior mismo de lo social como algo que lo subvierte, es decir, como algo que destruye su pretensión a constituir una presencia plena. La sociedad no llega a ser totalmente sociedad porque todo en ella está penetrado por sus límites que le impiden constituirse como realidad objetiva. (Laclau, 2004: 217).*

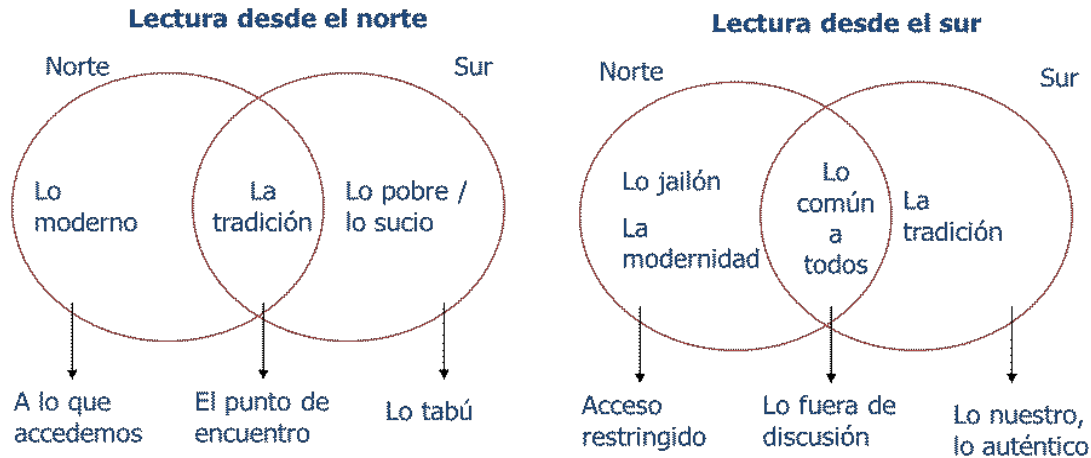
La Cochabamba agonal también tiene su materia, sus emblemas. En este más allá de la unidad, en esta dualidad, e instalados en la diferencia, se nos hacen presentes otros tipos de símbolos: la chicha, La Cancha, el Hotel Portales y la Avenida Pando, todos ellos son ya jirones de la división interna y explícita de Cochabamba. Todos ellos, también, plantean “identidades locales”, pero son, ya, emblemáticas incompletas. Existe en Cochabamba una propiedad de conjunto que tiene esa forma: la de una representación fallida, se trata de una especie de transposición de espacios cuya misma operación es la de decir mal el conjunto, decirlo en forma imperfecta. Cochabamba es el Hotel Portales, pero eso no es tan así... Cochabamba es La Cancha, pero eso no es tan así..., Cochabamba es la chicha, pero eso no es tan así..., Cochabamba es la Avenida Pando, pero no es tan así... Se trata de emblemas materiales que se identifican rápidamente como insignia cochala, pero que pertenecen con fuerza a alguna de las dos patrias, norte o sur.

Aquí se abre un segundo nivel de complejidad, primordial para entender la ciudad. La unidad del mundo neutro se quiebra. Entramos en otro escenario de miradas cruzadas, tal como había ocurrido con la rivalidad entre regiones, vemos desplegarse un esquema de desprecios y de discordias. Debemos prestar atención a las fronteras antagónicas que dividen la ciudad, ya que nos guiarán en la comprensión del sentido de las prácticas de consumo alcohólico.

Por segunda vez quisiéramos dar testimonio de la discordia. En primer lugar, nos ocupamos de la rivalidad del mundo cochabambino con el mundo paceño y el santacruceño (fronteras externas), ahora se tratará de la división interna de la ciudad (reflejo en la frontera interna). Cuando interrogamos al cochabambino acerca de cómo era el territorio de la ciudad, cómo era su paisaje urbano, surgía en primer plano el hecho de que se encontraba atravesado por una división interna profunda entre el sur y el norte. Las imágenes que se desplegaban sobre el mapa geográfico y humano de Cochabamba difieren de acuerdo al sector social con el que nos vinculamos. Cada voz con la que nos ponemos en contacto “presentaba su caso”, nos refería su imagen de ciudad. Resultaba clara la voluntad de los habitantes del sur y del norte de la ciudad por relatar su querella y por denostar al rival. Cada uno en su vereda, en un clima de tensión soterrada, camino a la pronta ebullición del caldero que era por entonces la ciudad, calma tensa que precede a la tormenta. Era como si las tensiones que terminarían de estallar en meses<sup>22</sup>, se dejaran escuchar sordamente en el ambiente; ambiente que, no obstante, parecía estático, calmo. Norte – Sur eran dos patrias prontas a la guerra. Ahora es el momento de la fractura, del conflicto y no de la unidad. Los símbolos, los emblemas que “dicen la unidad”, pierden fuerza, se pasa al terreno de la particularidad que molesta. Pasamos a mostrar las líneas generales, el dibujo que hacen los habitantes de Cochabamba para ilustrarnos sobre la forma de la ciudad. El mapa de la ciudad será, a los fines de la tesis, la confluencia de dos miradas, la del norte próspero y la del sur tradicional. Esto es lo que vemos:

---

<sup>22</sup> En octubre de 2003 Cochabamba se suma a la Guerra del Gas con una amplia participación popular. En estas fechas se llevaron adelante fuertes movilizaciones encabezadas por la Coordinadora de Defensa del Gas y llevaron al cierre de la carretera entre Cochabamba y La Paz. Estas movilizaciones encabezadas por la resistencia del El Alto y reproducidas en varias regiones de Bolivia evitaron la expoliación de los recursos hidrocarburíferos bolivianos por parte de EEUU que se beneficiaba por la exportación vía Chile (Ornelas, 2004). Para los cochabambinos de los sectores populares implicó la recuperación de una tradición de lucha ya inaugurada en ocasión de la Guerra del Agua, gesta que evitó la privatización del agua, acción expoliadora impulsada por el Banco Mundial, y que implicó amplias movilizaciones populares (Zegada, 2008).



**Ilustración 4:** Lectura antagónica del territorio cochabambino. Cochabamba 2002.

Cochabamba grita a todo pulmón la división norte - sur.<sup>23</sup> El proceso democrático ligado a la reivindicación de la raíz tradicional, implicará en años venideros, una repartición renovada de los capitales en lo político y en lo social. Este movimiento de renovación que se opera de 2003 en adelante, conlleva la reivindicación de los emblemas de lo popular y las tradiciones. No obstante, en 2002 era distinto, ya que el sur tradicional poco tenía para defenderse del desprecio del norte próspero.

¿Cuál es la forma “real” de Cochabamba si contamos con dos esquemas contrapuestos? La respuesta a esta pregunta, la reflexión teórica que permite enmarcar el interrogante, provino de la mano de Lévi-Strauss, citado por Zizek (Zizek, 1999) a expensas de una referencia de Jameson. Es decir, de una elaboración bastante mediada por el interés de los tres autores en conceptualizar la dimensión del espacio. El pensamiento de Levi-Strauss, (Levi-Strauss, 1992), acude a enmarcar el significado posible de representaciones opuestas acerca de lo comunal. Sus elaboraciones nos permiten comprender la división de la ciudad, la lógica conceptual de la Cochabamba antagónica. Zizek, para ilustrar el antagonismo como real y la representación del todo de la comunidad, apela al Lévi-Strauss de la “*Antropología Estructural*” (Levi-Strauss, 1992). Esta elaboración nos permite pensar lo espacial como construcción narrativa de los antagonismos que atraviesan las sociedades. En esta obra se analiza la disposición espacial de las cabañas de los Winnebago, una tribu de los Grandes Lagos. A la tribu, en la que conviven dos subgrupos, se le pide que dibujen la aldea. Ambos dibujan la aldea como un círculo, pero cada subgrupo tiene una representación diferente de

<sup>23</sup> Esta tensión entre sur y norte estallará con gran violencia en el enfrentamiento sangriento y masivo del 11 de enero de 2007.



la misma. Uno de los subgrupos, el dominante, percibe la aldea como círculos concéntricos (un círculo que contiene a otro círculo más pequeño); en tanto el otro subgrupo, aquel ubicado en posición subordinada, la dibuja como un círculo dividido por la mitad. Levi-Strauss se niega a concebir estas representaciones sociales desde el relativismo cultural y sugiere interpretarlas como una expresión del antagonismo inherente a la comunidad y las formas mutuamente excluyentes en que los subgrupos tratan de manejar dicho antagonismo. Para la comprensión de la tensión que atraviesa el territorio, resulta clave esa dimensión de plegamientos y distorsiones del espacio conformadas por representaciones antagónicas, que se niegan y constituyen recíprocamente. En el caso del ejemplo, tenemos estas dos series, la concéntrica y la bipartida cuya mutua difracción constituye el objeto – debate del conflicto social. ¿Cuál de las dos representaciones es la “real”? La respuesta es obvia: lo real, representado por el antagonismo como límite a la constitución de un todo, es la contraposición entre ambas.

Algo así se puede postular de Cochabamba, su forma está dada por el cruce de los insultos y por la contraposición de los apegos. El antagonismo solo se puede conceptualizar cuando se acepta que la “verdad” de ambas posiciones reside en su contraposición. Las lecturas, enfrentadas desde la perspectiva del sur tradicional y del norte privilegiado, constituyen el mapa real de la ciudad de Cochabamba como un plegamiento de su espacio.

Aún más, lo real del mundo “cochala” se plasma en una fantasmática de peleas acaecidas e imaginarias. Lo que molesta y perturba del otro, dice Zizek, es la forma peculiar en que organiza su goce, y a la vez la manera en que amenaza el propio (Zizek, 1992). Esta lucha en torno a lo propio, activa la agresividad de los grupos encontrados. Señalábamos que ambas patrias, norte y sur, sacaban a relucir sus escenarios de lucha y que contaban con fruición sus querellas. En las descripciones despectivas que abundaban en 2002; se mostraba una fuerte resistencia a compartir la ciudad con grupos a los que no sentían pertenecer. Hacia 2002, surgía en forma recurrente el relato de peleas sanguinarias entre jóvenes del sur y del norte. Estas peleas se producían por el cruce de fronteras. El sur no debe invadir el norte y el norte no debería pisar el sur. Existe una línea imaginaria, una zona de veda. Los espacios de diversión nocturna deben mantenerse discriminados. Estos cruces de hecho eran mucho menos frecuentes de lo que relatan los jóvenes, ya que cada sector reconocía un espacio como propio y no cruzaba al “territorio enemigo” en busca de

diversión nocturna. Sin embargo, nos llamaba poderosamente la atención la gran presencia mental de estas batallas. Los jóvenes de ambos bandos se regodean en la reproducción de esos escenarios de pelea. Peleas que no lograban localizar, relatos vagos que, en realidad, según pudimos indagar con encargados de locales gastronómicos, eran poco frecuentes. Las fronteras no eran cruzadas con demasiada asiduidad, cada uno se quedaba en el lugar que tenía asignado. De hecho, la frecuencia de los enfrentamientos efectivos es lo de menos, lo significativo es la enorme presencia mental y su pregnancia en las representaciones imaginarias de ambos bandos. Las peleas tenían una enorme existencia, existencia como construcción fantasmática. Rostros ensangrentados en las mentes y en los relatos, golpeados por puños de humo. Fantasmas abrazados por el odio, retorcidos en el piso en una feroz contienda. Contienda fantástica, pero contienda verdadera. En esa ciudad, en el 2002, se golpean los jóvenes del norte y del sur representados por paladines de niebla. En el 2002 registramos una fuerte tensión agresiva en esta ciudad dual que es Cochabamba. El enfrentamiento real, la batalla por la apropiación territorial se hizo esperar hasta el enero negro de 2007, con su saldo de sangre y de muertos (Espósito Guevara, 2010; Rodríguez, 2009; Lohman, 2009; Mayorga 2012).

### **Matrices lógicas: tradicional, moderna, posmoderna**

La utilización de estas categorías: tradicional, moderno, posmoderno puede resultar controversial e incluso tener un aire algo desactualizado. Su uso parece arrastrar una serie de cuestiones que no hacen al núcleo de este trabajo. No pretendemos poner a discusión las cuestiones atinentes a la periodización, trabajadas por Jameson (Jameson, 1991), ni entrar en el tema de la vigencia de la modernidad como proyecto. Esos debates, tan populares hacia mediados de los ochenta y los noventa, fueron perdiendo su vigor y hoy parecen haberse debilitado. No obstante, al momento de pensar la cuestión de las bebidas allá por 2002, nos encontramos con la necesidad de dar lugar a la convivencia de un mundo del mercado moderno, de la producción y del Estado, a un mundo tradicional, que se mantenía en una posición subordinada y a la referencia de algunos jóvenes a un universo cultural marcado por la internacionalización de los modelos culturales juveniles. Esas referencias resonaban en tres sintonías diferentes, aportaban legibilidad a la manera en que los

diferentes grupos vivían sus proyectos, su manera de coexistir en el espacio de la ciudad, su mirada hacia el pasado, su interpretación del presente y su anticipación del futuro.

La referencia a estas categorías se justificó en dos sentidos: en lo que postulamos como “sistema de las bebidas” en el capítulo 4, y en lo que se define a continuación como “etiquetas de segmentación de voces”, que nos permitirá el análisis de las prácticas de los bebedores durante los capítulos 5 y 6. El alcance de las categorías es de tipo operativo, su valor se agota en su capacidad para contribuir al orden del análisis del material empírico y la dilucidación de la oposición de las voces de los bebedores habitantes de la ciudad. Quisiéramos, en la medida de lo posible, desentendernos de la discusión teórica en torno a la periodización implicada en estos conceptos y de la contraposición de proyectos político culturales de la modernidad y su relevo en la posmodernidad. En definitiva, quisiéramos que estos términos tengan un efecto local a nivel del sistema de las bebidas y de la orientación de las voces de los diferentes grupos etiquetados en el punto siguiente.

En lo referente a un sistema de las bebidas, la diferencia entre estos espacios “tradicional – moderno – posmoderno”, nos permitió discriminar entre diferentes “capturas de sentido”. La chicha, una bebida ancestral, de gran relevancia para las culturas prehispánicas y durante la época colonial, se vincula espontáneamente con la referencia a lo tradicional, a “lo nuestro”, de acuerdo a la mirada constituida desde el espacio del sur de Cochabamba. El ron, bebida fuerte y accesible, es una opción que se inscribe en la lógica económica del mercado por ser muy efectiva en la entrega de alcohol a poco precio, en ese sentido la inscribimos en el espacio de lo moderno. Otras bebidas como el tequila y el vodka se encuentran ligadas a la coyuntura de las modas, relacionadas con la comunicación global en un mercado de imagen al que aludimos bajo el rótulo de “posmoderno”.

A la altura del 2002, parecía configurarse una hipótesis secuencial, una suposición de que estas matrices operaban como “formas” más complejas que subordinaban otras formas de vínculo anteriores. La idea de aludir a esas matrices provenía de la lectura de “El espinoso sujeto” de Žižek, autor que las ha utilizado, retomando a Jameson, para los más diversos propósitos (Žižek, 1991). Simmel, en su “Filosofía del dinero”, también apunta en esa dirección formal al momento de analizar el debilitamiento de los vínculos tradicionales a expensas del establecimiento de relaciones abstractas propias del intercambio, es decir de la

relación del dinero con la aparición del espacio de lo individual y de las consiguientes formas subjetivas de goce y de proyecto (Simmel, 2013).

La irrupción de movimientos populares en la política nacional, obligaría a repensar este nudo de relaciones en el proceso cultural. Resulta extraordinario que, en años posteriores, la matriz tradicional haya logrado invertir esta secuencia desde el punto de vista cultural; que la raíz andina lograra poner en cuestión las certezas del mercado moderno y la influencia cultural de la globalización. Más allá de lo político, algunas cuestiones vinculadas al mundo cotidiano resultan mucho menos móviles y responden a formas de percepción bastante estables. Se trata de regiones de nuestra percepción del mundo que parecieran ubicarse fuera de la polémica, de la gran conversación ideológica o política en las que se embarcan las sociedades, pero, sin embargo, pueden resultar altamente significativas cuando tratamos de localizar el ángulo con que los diferentes sectores se observan y juzgan. De ello nos ilustra suficientemente “La distinción”, obra que situamos como una influencia central para el estudio. Esto es lo que veíamos en Cochabamba allá por 2002:



Ilustración 5: Matrices en el proceso ideológico cultural. Cochabamba 2002.

Esta secuencia de matrices “tradicional”, “moderno”, “posmoderno”, es utilizada con el fin de analizar procesos de sincronía, en que se produce la convivencia de distintas matrices culturales. Los “cochallas” se muestran conservadores respecto de las modas y las identidades diagonales a las que asociaban a las modas juveniles y la renovación de los estilos con el mundo paceño. Esta asociación de las modas con el mundo cultural paceño, se produjo sobre todo entre los jóvenes de nivel educativo más alto, que se quejaban de lo aburrido que resultaba el medio local. En la ciudad, decíamos, se notaba la tensión, algo flotaba en el ambiente. Como bien sabemos, la renovación que se avecinaba no era meramente estilística sino política; los cambios estilísticos no pueden comprenderse en su raíz profunda si no se refieren a la transformación general de la sociedad a partir de la irrupción político cultural de los sectores populares. A esa altura se percibía la tensión entre el mercado moderno, y una fuerza emergente que proviene del desafío de lo tradicional. El espacio de lo tradicional, se resistía desde el margen y no terminaba aún de ser totalmente consciente de su potencial. Esta tensión se sentía en Cochabamba y provenía del Chapare, ámbito en que se ubicaba la resistencia cocalera, y también de la dinámica abierta por la Coordinadora del Agua, sus derivaciones en el campo de la organización social, política y territorial. Estas elucubraciones se hacen plenamente visibles “con el periódico del lunes en la mano”, cuando se pudo presenciar el derrumbe del mundo que se relata en esta tesis. Como repetimos, aquello que se describe se dispersará como una niebla. Uno de los intereses que plantea esta tesis es la de describir las prácticas de consumo tal y como se despliegan en un mundo anterior a la irrupción político cultural del universo tradicional. Lo que llama la atención cuando se mira hacia este mundo previo, es la particular ceguera respecto de la posibilidad de lo nuevo de conmover los esquemas culturales dados.

### **Posiciones de enunciación cochabambinas: voces y entonaciones sociales**

Para avanzar en la comprensión de las prácticas culturales de consumo de bebidas alcohólicas, resultó necesario definir las posiciones de enunciación desde las cuales se sitúan los diferentes grupos de sujetos. El vínculo con las bebidas no era homogéneo, se apreciaban grandes diferencias en la asignación de sentido a las bebidas y a las prácticas a ellas ligadas. Es por ello que diseñamos un mapa de posiciones ideológicas, en el que

situamos las diferentes voces sociales con las que nos encontramos en nuestro acercamiento cualitativo. Nuestra identificación de “voces” al interior del espacio cochabambino, implica una descripción cualitativa de perspectivas enunciativas, que no debe confundirse con una identificación de grupos sociales específicos en un espacio social cochabambino. El alcance de esta tesis, no abarca la construcción o análisis de un espacio social con distribución de capitales sociales de reconocimiento o de capitales económicos. Para guiarnos sobre la lógica de organización del espacio social cochabambino y comprender su desarrollo histórico y el estado de situación hacia el año 2002, no guiamos por los trabajos de Gordillo (Gordillo, 2007) y de Antequera Durán (Antequera, 2007). Como se puede apreciar en el estudio de Gordillo, acerca de las estructuras de poder en Cochabamba 1940 – 2006, la conformación de elites tradicionales y emergentes, así como la construcción de capital social al interior de las mismas, ha sido un proceso muy complejo en la configuración de polos de poder. En su estudio se ligan instituciones sociales, empresas y cargos públicos a apellidos y familias que el autor identifica de manera precisa. Esto nos permite comprender que, si bien el norte es el foco de referencia del poder y del privilegio, este mundo encierra una gran complejidad. Este sector, identificado territorialmente con la zona norte de la ciudad, dista de ser homogéneo. Para comprenderlo de manera cabal, es necesario recuperar el complejo proceso histórico de constitución del capital económico, al tiempo que se discriminan las estrategias de reconocimiento y constitución de capital social de los diversos grupos que componen las elites cochabambinas. Correlativamente, el sector sur de la ciudad, también se nos presenta como un espacio complejo que dista de la homogeneidad. Para comprender las características del espacio social vinculado al sector sur de Cochabamba, nos guiamos por los trabajos de Antequera Durán (Antequera, 2007), en los cuales se puede identificar la problemática ínsita en los procesos migratorios y en la composición étnica de este territorio<sup>24</sup>. Ambos procesos, el de la configuración de las elites

---

<sup>24</sup> El contacto con los trabajos de Antequera Durán nos permite internarnos en complejísimo procesos de constitución de capitales sociales al interior de las comunidades y con un tratamiento detallado de la problemática migratoria en particular y de la población indígena en general. Las dinámicas relatadas en sus estudios vinculan diversos capitales: económicos, culturales, sociales y políticos. Su lectura resultó decisiva para evitar la consideración del espacio de la zona sur como un ámbito homogéneo y, en particular el peligro de suponer solidaridades automáticas en el mundo tradicional basados en vínculos familiares. Estas simplificaciones implican lecturas teñidas de un “esencialismo cultural” que el autor rechaza con razones sociológicas difíciles de soslayar. El objeto de nuestra tesis y nuestro abordaje empírico, no nos permiten hacer lugar a las sutilezas planteadas por Antequera Durán en la dilucidación de la dinámica de capitales, de la ponderación de los recursos y de los “*costes de esfuerzo en la conversión de capitales*”, categorías que el autor recoge de la obra de Bourdieu. Queremos reproducir una frase que destaca el autor a partir de una entrevista: “*Podemos ver también*

y el del crecimiento urbano de la zona sur, implican una muy compleja configuración de capital social, cuya comprensión cabal excede en mucho el alcance de nuestra tesis. De hecho, la identificación de “voces” a la que recurrimos en esta tesis, implica una necesaria simplificación de procesos que, en la dinámica histórica, sociológica y cultural de los sectores considerados, encierran múltiples matices. Hecha esta salvedad, pasaremos a describir el cuadro de entonaciones sociales que discriminamos para avanzar en la dilucidación del sentido de las bebidas al interior del territorio social cochabambino.

El habla social, implica un entrecruzamiento de voces. Para nosotros las “voces sociales” serán perspectivas, lugares desde los que se habla, desde las cuales se generan los enunciados de los diferentes sectores socioculturales. Esta idea de “voces sociales”, se vincula con aquello que Medvedev y Bajtín (1993) llaman “entonación social”, como orientación valórica en el acto social del enunciado. Con el objeto de ordenar y analizar el diálogo social que logramos recoger en nuestra exploración empírica, generamos cuatro posiciones, discriminamos cuatro voces que operarán como lugares de síntesis discursiva, como focos de irradiación de enunciados. Se tratará de “etiquetas”, cuya función es la de ordenar los enunciados dispersos, de reunir el babel del habla social. Según las entendemos, estas “voces” serán perspectivas desde las cuales se articula el habla de los cochabambinos. Durante este capítulo, entonces, vamos a postular cuatro voces dentro del espacio cochabambino:

- **conservadores insertos,**
- **adaptativos al mercado,**
- **identificados con el presente futuro,**
- **atrapados por la tradición.**

Estas voces se relacionan entre sí como un cuadro de perspectivas ubicadas en la Cochabamba del 2002. Se trata de analizar una foto de lo que captamos en ese momento en concreto. Esta manera de percibir el mundo cochabambino, el valor simbólico del mundo cotidiano y el sentido del destino histórico cambiaría en un futuro. No obstante, ese futuro en el que las posiciones en el mundo social se verían transformadas permanecía oculto para los cochabambinos.

---

*en la afirmación de que “hasta entre primos se discriminan” que no todas las redes sociales son necesariamente un capital social”. (Antequera, 2007: 83)*

Nos interesa delimitar la manera en que las distintas perspectivas se sitúan frente a lo que perciben como “el mundo que les toca vivir”. Nos parece particularmente interesante la dinámica que abre el análisis de la perspectiva de aquello que se denomina “apegados a su destino”, a la que también pueden denominarse con propiedad “atrapados por la tradición”. Según la perspectiva de estos jóvenes de clase media baja del sector sur, vinculados con lo popular dentro del conjunto cochabambino, el presente y el futuro se yerguen como una “cerrazón del horizonte de posibilidades”<sup>25</sup>. En verdad, aquellos que se piensan a sí mismos como el sector con menores posibilidades de desarrollo se revelan en “*la verdad del destino histórico*”, como el sector realmente dinámico del cuadro social. Hacia el 2002, se observaba una situación de fuerte desigualdad al interior de Cochabamba<sup>26</sup>, no obstante, los sectores populares, principales perjudicados en este esquema de distribución social, no lograban vislumbrar con claridad el camino histórico que los llevaría a la transformación del panorama político y social. En un contexto que no ha cambiado aún el signo de la historia, que no ha reordenado el sentido simbólico de los bienes de consumo, el presente y el futuro aparecen, para los jóvenes del sector sur, como un horizonte cerrado, marcado por la falta de salidas. El futuro abrirá un espectro de posibilidades inédito: la posibilidad de los sectores tradicionales de imaginar y luego de imponer normas para un conjunto social que los desprecia, que los considera como lo sucio y como lo pobre<sup>27</sup>.

### **Futuro – Pasado / Norte – Sur**

Para entender la bebida hay que entender a quien la bebe. Para entender a quién bebe se puede comenzar por entender la ciudad en que bebe. Cochabamba se nos presentó como un espacio en el que convivían diferentes voces sociales. Con el propósito de comprender el

---

<sup>25</sup> Ya se había anticipado esa lógica inscripta en lo territorial, mediante la cita de Ledo, que dejaba claras las diferencias al momento de proyectar e imaginar un futuro desde el norte y el sur de la ciudad (Ledo, 2002).

<sup>26</sup> “En el municipio central de Cochabamba la incidencia de la pobreza en 2001 fue del 33.8% y la pobreza crítica fue del 8,9%, es decir, que más de tres de cada diez habitantes de la Ciudad de Cochabamba eran hace una década pobres y casi uno de cada diez era pobre crónico, que, dada la población total de esta urbe, representa un gravísimo problema, que debería ser enfrentado a la brevedad posible.” (Manzano, 2015)

<sup>27</sup> Nos referimos sobre todo a ese primer momento en que el movimiento popular no ha accedido al poder central, momento en que, a pesar de haber obtenido una representación legislativa, se enfrentaba a las estructuras partidarias desde la crítica. Cochabamba ha pasado en el año 2000 por la experiencia de lucha denominada “la guerra del agua”; ha atravesado una experiencia comunitaria de lucha que cuestionó el individualismo imperante en décadas anteriores (Torrez, 2003). No obstante, según lo indican estudios relacionados a la actitud de los jóvenes en torno a la política, en Cochabamba dominaba por aquel entonces, un clima de escepticismo; la falta de involucramiento se combinaba con las dificultades para vislumbrar un horizonte claro de expectativas (Torrez, 2003). A decir del autor, la falta de motivaciones para la creación de proyectos, se traducían en actitudes conformistas y de aceptación ante lo institucional.



juego entre esas voces diseñamos un mapa de coordenadas ideológicas que plasmara las distintas posiciones de manera visual. Para confeccionar esta herramienta gráfica, se apeló a cuatro tipos de elementos: los ejes, la referencia a matrices, la ubicación de etiquetas y el trazado de vectores.

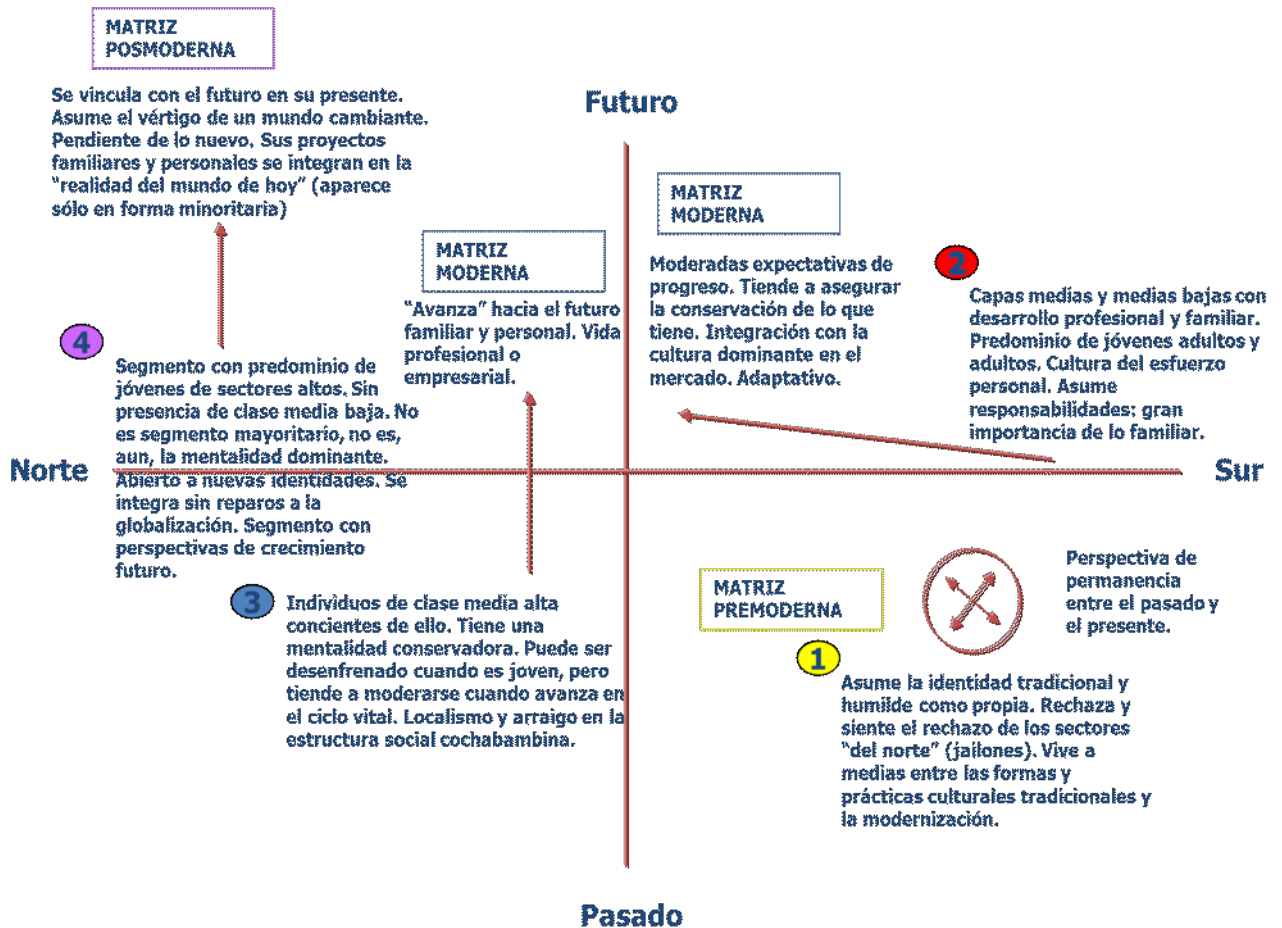
**Los ejes:** futuro y pasado, norte y sur son puntos ideales que conforman un mapa de posiciones diferenciales. De su cruce se obtienen cuadrantes: futuro – norte, futuro – sur, pasado – norte, pasado – sur. Cada uno de estos cuadrantes es un espacio en que se pueden situar las voces de los individuos. A su vez, estos cuadrantes son espacios desde los cuales o hacia los cuales se pueden definir trayectos imaginados por los individuos, la manera en que imaginan que progresará su existencia personal. Son espacios de identificación dinámica para los diferentes tipos de voces que conforman el diálogo en 2002. Queremos hacer particular hincapié en la datación contextual, ya que estas anticipaciones y la manera en que los sujetos situados piensan el espacio social no contempla las transformaciones socio históricas que implicó para Bolivia la irrupción de las culturas tradicionales y populares en el escenario cultural. Se trata de una proverbial ceguera del presente frente al futuro.

**La referencia a matrices:** en el espacio gráfico delimitado por los cuadrantes, se dispuso un sistema de referencia a matrices (los recuadros que versan “matriz moderna”, “matriz posmoderna” y “matriz tradicional”). Se utiliza el término “matrices” para caracterizar el tipo de mundo desde el cual o hacia el cual se mueven las trayectorias imaginadas por los individuos. Estas matrices se vinculan con el sentido de los objetos culturales con los que se vinculan y serán un elemento clave para entender el sentido asignado a las diferentes bebidas alcohólicas (capítulo 4) y a las prácticas en que se insertan (capítulos 5 y 6).

**Ubicación de etiquetas:** al interior de los cuadrantes se ubican unos números de identificación que aluden a las diferentes denominaciones mediante las cuales discriminamos grupos de individuos. Las denominaciones son: “conservadores insertos”, “apegados a su destino”, “adaptativos al mercado” e “identificados con el presente - futuro”. Son, sobre todo, tonalidades en las voces, modos de ubicarse en la ciudad, de sentir el presente, de vincularse con el pasado y de proyectarse hacia el futuro. No son, obviamente, referencias a clases, noción cuyo diseño y construcción requiere una elaboración sociológica compleja y ajena a este trabajo. No son estamentos, tampoco

subculturas, conceptos que debiéramos discutir en su pertinencia. Son etiquetados orientativos que permiten agrupar individuos que comparten algunos rasgos en común, su proveniencia y adscripción a sectores sociales, su adhesión identificatoria a estilos de vida y a expectativas de futuro. En definitiva, se trata de posiciones de enunciación que nos permitirán más adelante, comprender el vínculo de los cochabambinos con las bebidas alcohólicas como portadoras de sentido.

**El trazado de vectores:** para comprender el sentido de las bebidas, es conveniente conocer algo del bebedor. Hacerlo es muy sencillo, basta preguntar cuestiones tales como ¿Qué haces de tu vida? ¿Qué cosas te gustan y qué cosas no te gustan? ¿Cómo ves tu futuro? Cuéntame quién eres tú, quién es... (Francisco, Carlos, José, quien sea). Con eso basta para que se produzca el despliegue discursivo de nuestros entrevistados. Se trata de una representación construida en el estudio, que toma como materia el espacio de la ciudad (norte – sur), la representación del pasado, una caracterización socio económica (que no llega a ser una construcción del espacio social en clases, sino una aproximación por vivienda, ingresos familiares y nivel educacional), la caracterización de su trayectoria educativa y la lectura que los mismos individuos hacen del destino de los grupos a los que sienten pertenecer. Lo que se postuló fue esto:



- 4** IDENTIFICADOS CON EL PRESENTE – FUTURO.
- 3** CONSERVADORES E INSERTOS.
- 2** ADAPTATIVOS AL MERCADO.
- 1** APEGADOS A SU DESTINO.

**Ilustración 6:** Ubicación de 4 voces dominantes en los cuadrantes básicos del antagonismo cochabambino. Cochabamba 2002.

La formulación de esta grilla norte – sur, pasado – futuro, tuvo un rol organizador, tendió las bases para un ordenamiento del análisis del sistema de las bebidas y del seguimiento de las prácticas (desarrolladas en capítulos subsiguientes). En definitiva, nos permitió convertir las bebidas en nudos de rasgos pertinentes, evitar el “realismo de las bebidas”, a la vez que ponía un límite a la “humanización realística” de los individuos o de los grupos. Estos agrupamientos describen cuatro posturas frente a los objetos de consumo en general. Por consiguiente, estas cuatro posturas son perspectivas desde las que se configura el

sentido de la práctica de beber, son perspectivas que están presentes en las situaciones concretas en que el individuo bebe, que forman parte de la imagen deseada por el consumidor de bebidas, que sintonizan o no con la “propuesta” de las diferentes bebidas. El conjunto diferencial de perspectivas nos permite avanzar en la comprensión de las prácticas de ingesta alcohólica y sus diferencias al interior del espacio social. Nos proveen de una herramienta mediante la cual se procederá a configurar el sentido de las bebidas (capítulo 4) y de las situaciones en que estas se insertan, tarea a la que nos avocaremos en el capítulo 5 que versa sobre los desplazamientos y el consumo.

A continuación, expondremos algunos ejemplos de voces típicas de los diferentes agrupamientos. Son cuatro grupos de frases que condensan e ilustran lo central de cada una de las posiciones (etiquetas). Quisiéramos que, en primer lugar, se las leyera en conjunto y se apreciara su efecto<sup>28</sup>.

1. *“Quiera o no, uno tiene que participar. Con el transcurso del tiempo uno llega a casarse, uno llega a asimilar las tradiciones. Es como que nos queda una herencia. Quiera o no, uno tiene que participar; porque es el medio el que lo obliga a usted a que participe.”* Juan, grupo 18 a 20 zona Sur (focus group 2002) APEGADOS A SU DESTINO.
2. *“Te diviertes diferente. Te ves más con la gente del trabajo.” “Se trata de que crezca la economía. En esto la mujer aporta: es que la cochabambina es el núcleo de la economía.” “Cuando terminas la carrera comienza otra lucha” “Acá está difícil y muy competitivo todo, pero uno va a salir adelante con su familia”.* Ismael grupo 30 – 38 años, zona sur (focus group 2002) ADAPTATIVOS AL MERCADO.
3. *“Me llamo Eduardo de 30 años. Soy bio-médico. Soltero, todavía no he tomado la opción de casarme y de formalizar mi relación, pero ya pronto lo haré, estoy un poco atrasado de tiempos.” “Uno ya sabe en qué cosas le conviene trabajar y tiene las relaciones para hacerlo.”* Eduardo de 30 – 38 años, zona norte (focus group 2002) CONSERVADORES E INSERTOS.
4. *“No salgo tanto porque no me divierto. Viví unos años en La Paz y estuve en el exterior, en California”. “En Cochabamba no tienes mucho que te pueda*

---

<sup>28</sup> Los nombres de pila son ficticios.

*divertir, es todo muy lento.” “Volví y todo seguía como cuando me había ido.”*  
Germán 22 – 26 años, zona norte (focus group 2002) IDENTIFICADOS CON  
EL PRESENTE – FUTURO.

### **Cuadrante sur – pasado: matriz tradicional de los apegados a su destino**

1. *“Quiera o no, uno tiene que participar. Con el transcurso del tiempo uno llega a casarse, uno llega a asimilar las tradiciones. Es como que nos queda una herencia. Quiera o no, uno tiene que participar; porque es el medio el que lo obliga a usted a que participe” APEGADOS A SU DESTINO.*

Quiera o no uno tiene que participar. Se trata de “elegir lo obligatorio”. Una verdadera manifestación de los vínculos tradicionales, pero desvinculados en gran medida de la producción tradicional. Esta idea de estar apegado al destino, que marca la comunidad a la que se pertenece, se expresaba con un dejo de agobio, en particular en voz de los grupos jóvenes que no llegaban a entrever un futuro abierto de posibilidades.

Con el tiempo uno llega a casarse, uno llega a asimilar las tradiciones. La vida familiar es la vida en comunidad. El pasaje del tiempo marca un trayecto de hierro, un camino pautado de antemano en el que cuesta encontrar la brecha para la deliberación personal. Uno llega a asimilar las tradiciones, puede leerse como: uno se comporta como corresponde a su destino, de igual manera que los padres o los abuelos. Se hace referencia a una comunidad cerrada sobre sí misma<sup>29</sup>.

---

<sup>29</sup> A modo de hipótesis, consideramos que la entonación de estas voces, que colocan en primer plano lo familiar y el esquema de relaciones comunitarias vinculadas al capital social, se relacionan con sectores afincados en el territorio durante períodos prolongados y con posiciones consolidadas al interior de redes de relaciones. En nuestra aproximación, realizamos un recorte con sesgo hacia la clase media baja, antes que a los sectores más humildes que se vinculan con los procesos migratorios, de reciente data hacia el 2002, cuyos anclajes comunitarios son más lábiles e implican otro tipo de esfuerzos de consolidación de capitales económicos, simbólicos y sociales. De hecho, la constitución de sistemas de relaciones al interior de la comunidad cochabambina afincada en la zona sur es muy compleja, tal como se puede seguir en los trabajos de Antequera Durán y Ledo. Los fenómenos de crecimiento poblacional que registra la ciudad, en particular por los procesos migratorios de entre 1987 y 1992 (Ledo, 2002, Antequera, 2007) configuran un panorama complejo en que se replantea la distribución del capital económico y social, así como los parámetros de identificación de los grupos. Tal y como lo señala Antequera, este proceso obliga a reconsiderar algunas certezas conceptuales en torno al esencialismo cultural: *“Este análisis de alguna manera permite desmitificar las relaciones de parentesco o los vínculos con la comunidad. Estos vínculos tienen valor en cuanto se constituyen en “capital”, en “recursos” que se convierten en “capital económico”, o cuando el “coste del esfuerzo que supone convertir capital económico en capital social” (Bourdieu 2003b:57-58) no es proporcional al capital económico que genera el capital social. Este análisis nos permite*

Es como que nos queda una herencia. La referencia a la tradición como pasaje de lo mismo de generación en generación. Una manera de ver las cosas, una manera de obrar, una herencia.

Quiera o no, uno tiene que participar; porque es el medio el que lo obliga a usted a que participe. Aquí se expresa a las claras la dimensión compulsiva de lo comunal. “El medio” se anuncia como una agencia que obligará a participar, tanto si se quiere como si no se quiere.



**Ilustración 7:** Vectores cerrados de la tradición. Perspectiva "apegada a su destino". Cochabamba 2002.

### **Apego al destino**

El vector que expresa la trayectoria de este grupo de individuos tiene la forma de flechas cruzadas encerradas en un círculo. Mediante este signo se pretendió expresar la cerrazón de la posición, la frustración mezclada con el apego. Sur no sólo quiere decir tradición, sino que quiere decir pobreza. El sector sur de la ciudad integra gran parte de población migratoria, ya sea la que proviene del medio agrario que se incorpora al medio urbano en busca de mejores condiciones de vida o de otras regiones de Bolivia como Oruro, Potosí o La Paz<sup>30</sup>.

El valor simbólico y el capital político que encierra la noción de “tradición”, se ve modificada por la enorme dinámica que demostró el proceso de elección de Evo Morales con la consiguiente reivindicación de la raíz originaria. En posteriores acercamientos a la ciudad nos quedó claro que esa sensación de encierro y de falta de horizonte se había modificado en términos simbólicos, dado que lo simbólico implica un sentido relacional en que el valor de los bienes culturales y de las identidades sociales dependen de la

---

*también superar ciertos esencialismos culturales que pueden ser atribuidos a los grupos indígenas: que son por esencia comunitarios, que su vínculo con la tierra es parte esencial de la cultura, la valoración de la propia cultura y la lengua, etcétera y aproximarnos a una concepción más fluida de cultura, necesaria en el análisis de los procesos culturales en los espacios urbanos”.* (Antequera, 2007: 71).

<sup>30</sup> Entre 1987 y 1992, Cochabamba experimenta una verdadera explosión demográfica merced al proceso de relocalización de población minera. Durante ese período se afincan 13.000 personas por año, sobre todo en los distritos de la zona sur de Cochabamba. Los migrantes provienen en su mayoría del medio urbano, lo que viene a cuestionar el supuesto de que la migración hacia la zona sur de Cochabamba es predominantemente rural (Antequera, 2007).

contraposición de la mirada recíproca entre sectores. Modificado en términos de percepción del sector y de su destino político, aunque las desigualdades materiales entre norte y sur siguen siendo enormes.

### **Cuadrante sur que mira hacia el futuro: adaptativos al mercado**

1. *“Te diviertes diferente. Te ves más con la gente del trabajo.” “Se trata de que crezca la economía. En esto la mujer aporta: es que la cochabambina es el núcleo de la economía.” “Cuando terminas la carrera comienza otra lucha.” “Acá está difícil y muy competitivo todo, pero uno va a salir adelante con su familia”.*  
***ADAPTATIVOS AL MERCADO.***

*Te diviertes diferente. Te ves más con la gente del trabajo.* La referencia principal para esta posición es el mercado de trabajo. Piensan el mundo en términos de inserción y de adaptación a las exigencias de un mundo laboral y de estudio. Ubicarse en el mundo laboral implica adoptar una modalidad “presentable”, incluso a expensas de un origen ligado a costumbres y modos de corte popular<sup>31</sup>. Lo principal para el segmento es lograr la adaptación, lograr la convivencia institucional con otros sectores que, en cierta medida, pertenecen a los estratos más acomodados de la comunidad. Ya sea en el universo comercial, en la administración pública, en las empresas o en las universidades<sup>32</sup>, estos individuos provenientes de sectores medios luchan por integrarse y salir adelante. Te diviertes diferente cuando creces, te diviertes diferente que lo que hacía de pequeño o cuando eras un feto y no se te presentaban las exigencias de la socialización laboral o la que plantean los ámbitos de estudio. Se conforman entonces otros núcleos, cambias para adaptarte.

*Se trata de que crezca la economía. En esto la mujer aporta: es que la cochabambina es el núcleo de la economía.* Ahora son ellos los que deben llevar adelante un hogar, establecerse, formar una familia. Fuertes referencias al eje de la familia como el centro de

---

<sup>31</sup> Un informante clave manifestaba que, al terminar sus actividades en la universidad, se *“sacaba la careta clase mediera y se iba a compartir con los suyos”*. Sentía que su conocimiento de los códigos de comportamiento de estilo de diferentes sectores sociales, del norte y del sur, le permitían “navegar” entre diferentes mundos.

<sup>32</sup> En este sentido, resulta muy ilustrativo el trabajo de Navarro sobre los procesos de identificación de estudiantes de origen rural en la universidad pública de Cochabamba (Navarro, 2014) en que retoma el camino abierto por Hall en torno a la cuestión identitaria en su dimensión étnica y socio cultural (Restrepo, 2014).

su vida y de sus expectativas. Comienzan a pensar en plural, su mundo íntimo se configura a partir de la pareja. En este mundo austero pero ambicioso, la mujer se presenta como ahorrativa, la “cochala” se construye como buena ecónoma, prudente y cuidadosa de sus hijos. Economía para ellos es economía hogareña. La lógica mayor de sus acciones y sus consumos está dictada por la integración del hombre al mercado, y del cuidado de las finanzas del hogar apoyada en el núcleo de la economía que es la mujer “cochala” (funciones de administración hogareña asignadas a la mujer dentro de la pareja).

Cuando terminas la carrera comienza otra lucha. La vida adulta como lucha. El vector de trayectoria es un vector de lucha, un camino del esfuerzo. Si miran el gráfico verán que el vector se mantiene en un ángulo poco pronunciado respecto del eje horizontal. Se trata de mantener la posición en el mundo laboral, al que se han integrado, antes que lograr un gran progreso. La voz de estos individuos está llena de mesura, no es el mundo de los grandes sueños. De hecho, el temor al fracaso y el discurso de la responsabilidad, se ligan en un discurso de la medianía y de la prudencia.

Acá está difícil y muy competitivo todo, pero uno va a salir adelante con su familia. Percepción de la vida como competencia. Competencia difícil. Uno es uno con su familia. La familia como elección vital. La familia se construye como refugio y destino. Discurso de la lucha y el esfuerzo para salir adelante.



**Ilustración 8:** Vector de integración al mercado moderno entre sectores "adaptativos". Cochabamba 2002.

El vector que interpreta la voz de estas individualidades describe una pendiente poco pronunciada, recostada sobre el eje horizontal que divide la pobreza de la prosperidad. El espacio emocional de estos seres a los que denominamos “adaptativos al mercado” es un espacio de lucha, de esfuerzo. Pareciera que estos individuos sufridos debieran empujar una piedra enorme paso a paso, sin pausa, hacia arriba de una colina. La pendiente no es demasiado pronunciada, no pretenden elevarse a las alturas. A lo que aspiran, porque estos seres son presa de sus módicas aspiraciones, no es mucho, pero sí suficiente. Cada grado de esta pendiente modesta está lleno de espinas, espinas de la competencia, camino difícil el de estas entidades responsables y sufridas.



## Cuadrante norte arraigado en la estructura social “cochala”: conservadores insertos

1. *“Me llamo Eduardo de 30 años. Soy bio-médico. Soltero, todavía no he tomado la opción de casarme y de formalizar mi relación, pero ya pronto lo haré, estoy un poco atrasado de tiempos.” “Uno ya sabe en qué cosas le conviene trabajar y tiene las relaciones para hacerlo.”* **CONSERVADORES E INSERTOS.**

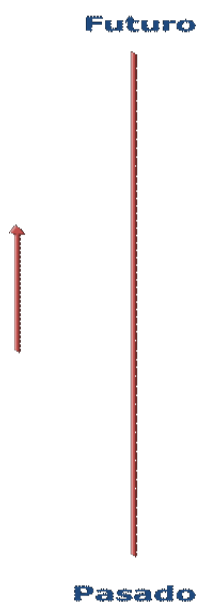
*Me llamo Eduardo de 30 años. Soy bio-médico.* Aquí lo que vale es la primera persona del singular. Primera persona con nombre y apellido, en una Cochabamba en que los clanes familiares se encuentran identificados y se asocian con la acumulación de capital social de reconocimiento.<sup>33</sup> El conservador inserto es muy consciente de sí, de sus necesidades y de su lugar. “*Este soy yo*”, parece decir, “*esto es lo que valgo*”. Gente que hunde sus raíces en la estructura socioeconómica local y que se sitúa en el mundo desde el individualismo egoísta de corte conservador.

*Soltero, todavía no he tomado la opción de casarme y de formalizar mi relación, pero ya pronto lo haré, estoy un poco atrasado de tiempos.* Un destino trazado con etapas propias del ciclo vital. Ciclo vital pautado. Ciclo vital en que el corte entre juventud y adultez parece bastante brusco. Su forma de tomar la diversión cuando jóvenes nos pareció brutal en su vinculación con el machismo conservador tal y como se expresa en los sectores medio altos y altos. Borrachera, dinero en el bolsillo, acceso a prostitutas, en resumen: jóvenes conservadores con plata. La soltería como etapa para aprovechar con libertad y desenfreno. Seres que se expresan con un fuerte tono despectivo hacia otros sectores, que buscan a la vez la complicidad del interlocutor. Cuando crecen el hogar los modera, pero la combinación de la seguridad de la posición, del mando y del dinero, deja latente la bestia macha. Risas en torno a los viernes de solteros y la recuperación episódica de su “libertad”.

---

<sup>33</sup> No obstante, para el 2002, las elites cochabambinas sufren procesos de dispersión y fragmentación, en particular por el efecto de la acción corrosiva del neoliberalismo vigente a partir de 1985. Gordillo estudia la evolución de los clanes influyentes en la vida cochabambina durante medio siglo. Esta comparación de la evolución de los clanes familiares en este período, nos ilustra acerca de las importantes transformaciones que se han producido en la estructura social de Cochabamba. Dichos cambios están asociados a la aparición de nuevos clanes y con el crecimiento de los sectores medios, fenómenos que han adquirido cada vez más importancia económica y simbólica, cultural y social al interior de la región. (Gordillo, 2007)

Uno ya sabe en qué cosas le conviene trabajar y tiene las relaciones para hacerlo. Es la herencia y no la posesión de los medios de producción lo que debiera ser analizado como eje del mantenimiento de las cosas en el mundo capitalista. Es la acumulación de las familias lo que marca el destino de la conservación, lo que se hereda, lo que se transmite. Ser y tener como clave del mundo de mercado. *Uno ya sabe.* ¿Qué sabe uno? Uno sabe qué le conviene. Sabe y tiene, de allí la noción de “inserto”.



**Ilustración 9:** Perspectiva de prosperidad del conservador inserto. Desde el pasado hacia el futuro. Cochabamba 2002.

El vector que interpreta su mundo vital es recto y ubicado en el sector norte del gráfico, incorporado en el universo de la prosperidad. Baja movilidad en este espacio de “cochalas”. Mundo cerrado de las relaciones sociales establecidas, de las redes. El dinero llama al dinero. ¿Por qué los millonarios engendran millonarios y los pobres engendran pobres?<sup>34</sup> La denominación “pasado” – “futuro” no tiene el mismo valor para las cuatro voces que se discriminaron en este trabajo. Aquí pasado implica “lo establecido en la red de relaciones”,

<sup>34</sup> Para internarse en la cuestión nada mejor que leer el trabajo de Thomas Piketty, “El capital en el siglo XXI” (Piketty, 2014). La tasa de crecimiento del capital en términos de acumulación crece a un ritmo mucho más acelerado que la tasa de crecimiento de las economías. La desigualdad engendra desigualdad en un espiral que confirma la intuición de este joven bio-médico “cochala” llamado Eduardo. El punto de partida del que posee, del que está inserto, del que debe conservar, justifica la risa jactanciosa, algo de eso hay en estos individuos que sienten avanzar hacia un futuro auspicioso. Como dice Badiou quien quiera pensar en la transformación social debe mirar, no hacia las redistribuciones cosméticas de la riqueza, coartadas conservadoras, sino en la ley de herencias, los patrimonios gigantes y las familias ricas (Badiou, 2008).

aquello en que se confía por cuestión de cuna<sup>35</sup>. Aquello a lo que puedo aspirar. La conformación de una trayectoria vital se encuentra ligada a la capacidad de representar la propia posición y de concebir un campo de posibilidades hacia el cual proyectarse. La representación de cuál es el lugar al que se debería pertenecer, es un vector de fuerza que impulsa a los individuos, que marca sus movimientos vitales y, en consecuencia, incide en la obtención de determinada posición objetiva en el conjunto social. Para ocupar una posición, en gran medida, estamos obligados a poder representarla<sup>36</sup>. La posición en la estructura social, los vínculos, el capital educativo y económico del que parten los individuos ubicados en esta posición, se despliega discursivamente como manifestación de confianza. Los proyectos que desarrollan en su discurso, están marcados por la expectativa de mantener la posición de sus familias de origen y acumular patrimonio a partir de las posiciones laborales a las que sienten estar destinados. Tal como lo afirma Bourdieu, la previsión implica una *manipulación simbólica del porvenir*. Se trata de una forma particular de profecía, que, a decir del autor, *resulta idónea para favorecer el advenimiento del porvenir que profetiza* (Bourdieu, 2004: 241). No queremos dar a entender que ese lugar esté garantizado. Nada está garantizado, puede que Eduardo el bio-médico vea frustradas sus perspectivas triunfalistas por algún golpe del destino, por intervención del azar o por algún evento personal o avatar del contexto. Todo puede suceder cuando se considera sólo una tirada de dados. Pero atención, cuando el análisis se alimenta con una base significativa de datos, cuando se analiza la noción de fortunas personales y cuando se toma algo sencillo y mesurable como son “punto de partida” y “punto de llegada”, veremos que, tendencialmente, el rico genera rico y pobre genera pobre. Esa es la base de la confianza, de la sonrisa de Eduardo, el fundamento cierto de su saber.

### **Con la mirada hacia adelante: identificados con el presente – futuro**

---

<sup>35</sup> Pese a los procesos de evolución de las elites cochabambinas, la idea de pertenencia a sectores de privilegio se mantiene. Formar parte de determinadas instituciones como el Club Social, al Country Club de Cochabamba o a las Cámaras de Industria y Comercio siguen cumpliendo un rol indicativo respecto de la posesión de capital social (Gordillo, 2007)

<sup>36</sup> Tal y como lo ha sostenido Bourdieu cuando enuncia el rol de la familia como entidad colectiva, una fuerza gravitatoria con capacidad de incidir en las tomas de decisión de los miembros individuales. *Las dinastías burguesas, funcionan como “clubes selectos”; son lugares de acumulación y gestión de capital que es igual a la suma de los capitales por cada uno de sus miembros y que las relaciones entre los diferentes poseedores permiten movilizar por lo menos parcialmente, en favor de cada uno de ellos.* (Bourdieu, 1997: 135).

4 “No salgo tanto porque no me divierto. Viví unos años en La Paz y estuve en el exterior, en California. “En Cochabamba no tienes mucho que te pueda divertir, es todo muy lento.” “Volví y todo seguía como cuando me había ido.”

#### **IDENTIFICADOS CON EL PRESENTE – FUTURO.**

No salgo tanto porque no me divierto. Viví unos años en La Paz y estuve en el exterior, en California. Ahora nos situamos en el norte y más allá del norte. Entre individuos para los cuales el mundo no es el mundo “cochala”. Parte de un sector privilegiado por la calidad de su educación, lo significativo del patrimonio familiar y la amplitud de sus miras. *No salgo tanto, no me divierto*, nos dice este joven del sector acomodado. Cochabamba se le presenta como un horizonte estrecho. Un mundo pueblerino que no lo puede contener, que le queda chico.

En Cochabamba no tienes mucho que te pueda divertir, es todo muy lento. Individuos necesitados de estímulos, sobre todo los jóvenes con consumos culturales actualizados según los moldes de una cultura cada vez más globalizada, que sienten vivir en un mundo dinámico. Buscan cosas que los puedan divertir, en Cochabamba hay tan pocas... Todo es muy lento, las horas se arrastran uniformes, todas tan parecidas entre sí. El mundo estático de Cochabamba les produce hastío. Se sienten encerrados.

Volví y todo seguía como cuando me había ido. El tema del viaje y del retorno. El mundo del rico se mundializa. Cambiar de aire abre sus horizontes, toma contacto con otro tipo de mundos, con otra intensidad, con otra variedad de estímulos.

### **Futuro**



**Ilustración 10:** Vector de mirada hacia el futuro en la perspectiva de clase alta mundializada. Cochabamba 2002.

El vector que interpreta su percepción del mundo y del destino no entra en contacto con el pasado. Un sector que mira al destino como futuro. Surgen patrones de identificación totalmente distintos, las miradas que considera significativas se ubican en otra latitud, en otras coordenadas. De allí su condescendencia. Son ejemplares fraguados en la criba de la

mundialización, de la millonarización como proceso global. Se sienten parte de un mundo en que se viaja, en que el individuo se desliga del lazo con el territorio. Bien puede tener la propiedad territorial, no obstante, la renta, la localización de las inversiones, se circunscriben al medio local por circunstancia. Es el ápice de la sociedad, los ganadores indiscutibles de la contienda. Como tales, dominan el panorama en términos estilísticos en un contexto en que los sectores populares no logran aun constituir una voz política que “se haga oír” a nivel general. En 2002 se notaba gran distancia entre esta posición de enunciación y las restantes en términos de captación de las modas. Sin embargo, los estilos mundializados prenderán luego entre los jóvenes de nivel medio; los albores del 2000 fueron tiempos de cambio y de difusión de estilos en el terreno latinoamericano. Recordamos muy bien la transformación estilística de la MTV, en la difusión de las modas juveniles a lo largo y ancho de Latinoamérica. Por ese entonces se pudo comenzar a compartir con los bogotanos, los habitantes del DF, los jóvenes de Buenos Aires, de Santiago, se notaba con sorpresa que los rostros, los gustos, los estilos no eran tan disímiles. Hacia 2007, e incluso en 2003 ya corrían otros aires en Cochabamba. En resumen, este grupo traía en la valija una percepción estilística renovada, acorde a la tendencia de la comunicación global.

Hasta aquí nos detuvimos en un acercamiento a la ciudad, a lo general, a la agrupación de voces, a los espacios sociales y simbólicos compartidos por los cochabambinos. De aquí en más deberemos integrar el viviente en situación de beber. Cuando demos vuelta la página avanzaremos hacia los recintos puntuales que albergan cuerpos bebedores y hacia el “aquí y ahora” del beber.

## **CAPÍTULO 3: LAS COORDENADAS CORPORALES EN LA ESCENA DEL BEBER: EL AQUÍ Y AHORA**

### **Las coordenadas espaciales del cuerpo**

Los tramos anteriores de esta tesis se dedicaron a la delimitación de las coordenadas espaciales del territorio, las referencias a partir de las cuales se sitúa el habitante de Cochabamba en un mundo representado y caracterizado por la dispersión regional, tanto en lo referido a Bolivia como unidad compleja, como a la división interna que atraviesa el mapa de la ciudad. A continuación, procederemos a otro tipo de exploración del espacio, no ya de un espacio de representación del territorio, en el que se dibujan las tensiones propias de la rivalidad, de los puntos de encuentro y desencuentro entre “lo boliviano” y “lo cochabambino”, sino a nivel del cuerpo como eje de referencia. No nos ocuparemos de las tensiones que se dibujan como nudos agonales, sino del espacio de la situación inmediata. Nos hemos de concentrar en la conceptualización del aquí y ahora de la práctica de beber. Como ya se ha establecido, las bebidas son una referencia clave a partir de las cuales un grupo humano puede intentar definirse. La manera en que se goza forma parte de un intento de configurar la identidad, una empresa a la que apuntan los procesos de identificación. Ahora es el momento de anudar la bebida con el beber, práctica que se verifica a nivel corporal.

El individuo trata de situarse en un sistema general de coordenadas que le permita acceder a una identidad conjunta como grupo y, para ello retoma asideros, se aferra a un grupo de referencias dentro de las cuales el alcohol, en un sentido amplio, adquiere un lugar de privilegio. La práctica de beber determinados alcoholes y de determinada manera en contextos específicos es una “señal” de quiénes son y qué espacio ocupan en el mundo social. Hasta el momento, la bebida se ubicó en un plano representacional, funcionó como punto de referencia en un sistema de coordenadas representadas. En este nivel de la elaboración, la bebida era bebida evocada, reivindicada como propia o calificada como ajena. La bebida se inscribía en un “horizonte de identificación”, operaba como un asidero, proveía una coordenada a la cual se podía ligar el individuo en su afán por incluirse en un conjunto. Lo que comen y lo que beben, lo que hacen para divertirse y para gozar, proveen una potente referencia, un sistema de coordenadas que se esgrime como emblema, como rasgo de identidad. No obstante, la práctica efectiva del beber, se ubica en otro plano, no se reduce a la búsqueda de coordenadas identitarias, sino que se despliega en un “aquí y ahora”, en la inmediatez de la situación vivencial.

Es importante no confundir los planos: por un lado, el plano de la representación del espacio social y la identificación del bebedor a ciertos estilos y formas de ser de determinados sectores al interior de la comunidad, y por el otro el plano de la consideración de la práctica efectiva del beber en el aquí y ahora situacional. En este segundo plano, el del bebedor situado en la práctica de ingesta, debe ser considerado como un cuerpo. Beber es una práctica intransferible. El ingreso de alcohol en el cuerpo es un hecho material, no puede y no debe reducirse a una lectura como un acto representacional. Por ende, debemos tender un puente desde el plano representacional que liga al individuo con el conjunto, desde el “somos así, esto es lo que bebemos, esto es lo que comemos aquí en Cochabamba” hacia el acto material de “empinar el codo” y tragar la bebida en un “aquí y ahora” de la ingesta.

Desde esta óptica, los seres individuales son entidades ubicadas dentro y fuera del conjunto. El conjunto será una referencia, un sistema de coordenadas respecto de las cuales se sitúa el individuo. En el capítulo que trata la cuestión de la geografía simbólica, en la que se plasma la representación de Bolivia y de lo cochabambino, optamos por la referencia conceptual a procesos de identificación, antes que la alusión a construcción de identidades sociales. En ese sentido coincidimos con Carlos Belvedere cuando sostiene que la noción de “identidad social” implica la atribución de un rasgo propio de un estrato, el individual, a otro estrato, el social (Belvedere, 2013).

Trabajar con el concepto de “procesos de identificación”, tarea a la que nos abocaremos cuando se elabore la noción de **circuitos primario y secundario**, permite aludir a prácticas propias del individuo, que implican cuestiones intransferibles, impropias de ser tratadas en otro plano. En este plano de análisis, beber es una práctica corporal situada en el aquí y ahora y de ninguna manera se debieran reducir a lo social. Aquí se bebe, el cuerpo se hace presente como el recipiente en el que se derrama la bebida. Se ubica en entornos concretos, en escenas en que ve y es visto. El cuerpo se introduce en escenas, ve venir otros cuerpos a su encuentro y, correlativamente, el cuerpo se ve venir desde la mirada ajena. Se produce un choque de luz sobre el cuerpo. Los ritmos circadianos se encuentran afectados por el codo que empina, el bombeo del corazón impulsa las moléculas cegadoras, las moléculas que embotan, el cerebro se nubla; ese cuerpo en el que ahora nos concentramos es un cuerpo vivo, no es solo un cuerpo social (aunque se encuentre atravesado por lo social de



parte a parte). De aquí en más, se tratará de comprender las prácticas de ingesta de bebidas a partir de cuerpos situados en el territorio vivo de la ciudad. Hagamos algunas precisiones respecto de lo que significará “cuerpo” en nuestra tesis:

- i) “Cuerpo” define en primer lugar “lo que se presta al espectáculo”, lo “disponible” ante la mirada del otro (Goffman, 1989; Berger, 2009 y 2014).
- ii) “Cuerpo” es también lo que se desplaza en el espacio y recorta polígonos espacio - temporales (Giddens, 1982).
- iii) Los cuerpos se sitúan en sedes en las que transcurre la acción dramática (Goffman, 1991).
- iv) “Cuerpo” es aquel objeto privilegiado respecto del cual se puede desarrollar la temática del ideal del yo y del yo ideal. Esto implica un mecanismo particular, una dinámica imaginaria (Zizek, 1992; Lacan, 2004).
- v) Esta dinámica, que sitúa al cuerpo en la escena imaginaria, se implica en la problemática de la rivalidad y del enamoramiento, a su vez que remite a la temática doble especular del ideal (Lacan, 2004).
- vi) “Cuerpo” es el nombre de lo orgánico modelado. Estos procesos de modelado de lo orgánico responden, en un nivel, a la experimentación de los condicionamientos socio - culturales y afectan la capacidad de “habitar” las situaciones sociales sintiendo un mayor o un menor ajuste. Este tipo de procesos de inscripción han sido descriptos por autores como E. Goffman (Goffman, 1989) o P. Bourdieu (Bourdieu, 2004). La idea de “hexis corporal” de este último es central en la construcción del objeto de reflexión.
- vii) “Cuerpo” es una instancia intermedia entre lo meramente orgánico, el soporte material y lo subjetivo. Como tal, el cuerpo es un nombre para la localización de percepciones que se mantienen en un ámbito intermedio entre el registro de procesos orgánicos y afecciones anímicas, sobre todo en procesos tales como la embriaguez (Merleau Ponty, 1976).
- viii) “Cuerpo” es, también, un punto de anclaje del alma con el sentido. El punto espiritual perspectivo (Merleau-Ponty, 1976).

## **Alcohol en el cuerpo**

En la ingesta de alcohol se anudan lo corporal, lo simbólico en un sentido amplio y la movilización anímica. El alcohol nos afecta. El consumo de alcohol modifica la performance escénica del bebedor. Hace surgir un personaje con el cual el individuo mantiene una relación particular.<sup>37</sup> El bebedor llega a sentir que “su verdadero ser” se despliega plenamente con algo de alcohol en el cuerpo, que algo se logra desanudar, que se libera. El alcohol, en su virtud embriagante, le permitiría al bebedor “*ser como es*”. El “*como soy*”, es testimonio de un abismo que la bebida permitiría llenar en su capacidad despersonalizante, en el olvido de la propia imagen. Es como si el individuo pudiera olvidar sus limitaciones y se dejase tomar por un personaje. Ese personaje, esa bestia presta a surgir, se encontraría atenazada por mecanismo de control, por inhibiciones sociales y personales que limitarían el despliegue de algo auténtico, algo que es en el individuo más que el individuo mismo. A este mecanismo de relajación se lo denomina “desinhibición”. Estos efectos orgánicos y su ligazón con lo psicosocial son resaltadas por Heath como una constante en el seno de diversas culturas (Heath, 1995; 200).

La práctica misma del beber tiene como límite la pérdida del control por parte del individuo. Este desvanecimiento del control afecta tanto al manejo del mundo físico circundante por el debilitamiento de las capacidades de coordinación motora del cuerpo, como la pérdida de control del manejo del entorno social inmediato. Partimos de la evidencia de un cuerpo situado como eje de las relaciones con el mundo. El beber no es nunca el beber en abstracto, si las bebidas aparecen como objetos del mundo, es decir como entidades perspectivas, es por el hecho de situarse en un mundo en el cual mi cuerpo se presenta bajo una doble andadura, como cuerpo para mí y como cuerpo para otro. La presencia del cuerpo como eje de las relaciones con el mundo, ha sido explorada por la fenomenología de Husserl, quien destaca la copresencia del sujeto solipsista con el cuerpo del otro y la serie de asunciones que ello implica. *En principio la suposición de percepciones tanto en el sentido físico como el anímico* (Husserl, 2005). Dichas elaboraciones son desarrolladas y llevadas adelante por M. Ponty en su trabajo “La Estructura del comportamiento” (Merleau-Ponty, 1976), obra en la que sitúa la relación del

---

<sup>37</sup> Un personaje o más bien una galería de personajes, ya que la ingesta de alcohol afecta la práctica escénica de maneras diversas, esta diversidad de “caracteres” que emergen se abren en un abanico que puede manifestarse, incluso, en una misma ingesta (conforme el proceso de ebriedad se desarrolla).

cuerpo con el mundo, en el plano de la significación. La noción fenomenológica de comportamiento resulta aclaratoria respecto de la producción y la comprensión de la significación del entorno en que el sujeto se ubica en el aquí y ahora del consumo. Tal como hemos señalado, el cuerpo se sitúa en copresencia con otras entidades físicas, algunas de las cuales son otros cuerpos para los cuales se presenta como espectáculo. Mi cuerpo se presenta como espectáculo para otros cuerpos presentes y dicho espectáculo se vincula con la significación al ligarse con el comportamiento (Merleau-Ponty, 1976). Cabe notar la diferencia entre la percepción del sí mismo y la percepción que tengo del comportamiento ajeno. La aprehensión del significado del comportamiento del otro nunca llega al nivel del conocimiento, sino que se sitúa en el plano ideal de la suposición. Esta suposición, es decir, la falta de garantía sobre el significado del comportamiento del otro implica el vínculo (Merleau-Ponty, 1976). Ahora bien, el cuerpo no está necesariamente ligado a la significación, el cuerpo puede perder significación; en el límite, en la muerte, se convertirá en una masa físico química (Merleau-Ponty, 1976). En este trabajo de tesis, la referencia a la muerte como evento límite no es una mera acotación filosófica, ni se ubica en un registro poético espiritualista, es una referencia empírica muy dolorosa, ya que la muerte por intoxicación alcohólica es una posibilidad cierta en Bolivia. La ligazón del cuerpo y del sentido no es un presupuesto, el cuerpo pierde sentido y el bebedor pierde el sentido, tal como lo expresa el autor:

*Nuestro cuerpo no siempre tiene sentido y, por otra parte, nuestros pensamientos, en la timidez, por ejemplo, no siempre encuentran en él la plenitud de su expresión vital.* (Merleau-Ponty, 1976: 290).

De hecho, el empeño inicial de la tesis, aquello que se liga a la experiencia límite del consumo alcohólico es la interrogación de la pérdida del sentido. “Perder el sentido” es una expresión coloquial que se utiliza de manera llana para aludir a los efectos de despersonalización vinculados a la ingesta. Beber hasta perder el sentido, es una expresión conceptualmente significativa, ya que vincula dos cuestiones, la del “sentido” y la de la “pérdida”. En el límite, el beber puede afectar el cuerpo en forma de una pérdida, la pérdida del sentido. En cierto modo, la pérdida no es algo ajeno al acto de beber, tal y como lo repiten hasta el hartazgo los bebedores, perderse, para ellos implica un salto, los embarca en una salida del sí mismo, en una promesa de ruptura que antecede o permite la “plenitud

vital”. Quien bebe hacia el límite, es aquel que, en términos de Merleau-Ponty *no encuentra en él la plenitud de su expresión vital* (Merleau-Ponty 1976). Ese alcohol afecta su cuerpo con la pérdida del sentido. De eso, del acercamiento al abismo, en uno de sus límites extremos, se trata el comportamiento del beber, la práctica de “empinar el codo”. En términos de una inversión dialéctica podemos decir que se intenta el pasaje desde el plano de la pérdida del sentido hacia el sentido de la pérdida. Quien bebe hasta el límite mira hacia el abismo. Con el alcohol no hay reserva, no hay reserva viva.

En torno a la noción de “perderse”, se anudan un conjunto de dimensiones vinculares, se concentran tipos de experiencias y se abren ámbitos de discusión teórica. Se ha tratado la cuestión de las referencias sociales y la identificación, la cuestión del cuerpo, el abismo que implica la bebida, es decir, se han abierto muchas puertas y es preciso enfocar el estudio. En este punto se anudará la relación del bebedor con el entorno significativo. Este nudo que conecta los diferentes planos hasta aquí tratados y permite enfocar el resto de la tesis será el del *lugar de la síntesis de la conciencia subjetiva de la situación*, de una situación bien definida en que el individuo se ubica en “clave de pérdida”. Resulta obvio, tal como lo señala P. Bourdieu, que *no tiene sentido quedarse en el plano de la conciencia que los sujetos se forman de la situación* (Bourdieu, 2004: 128). Aunque ello no es excusa para abandonar el intento de comprender el significado de la situación en la unidad de la conciencia subjetiva del actor. Consideramos que, si no pudiéramos devolver algo del sentido que adquiere la situación implicada en la unidad de dicha conciencia subjetiva, la tarea teórica de esta tesis carecería de razón de ser. Si, tal como lo prescribe P. Bourdieu, no podemos tomar como explicativa la forma en que el sujeto representa la situación, queda por comprender el lazo que dicha representación tiene con, por un lado, la “unidad de la conciencia” y por el otro con la situación socialmente estructurada.

Para guiarnos en la situación utilizaremos una conceptualización que articula dos instancias a las que llamaremos “**circuito primario**” y “**circuito secundario**”. **Circuito primario** se relaciona con la manera en que el sujeto “vive la situación”, la perspectiva en que se ubica a nivel de su práctica, de su conducta situada. Este circuito, un esquema construido a los fines del estudio, tiene como finalidad la recuperación de aquello a lo que apunta Bourdieu a título de “unidad de la conciencia”. Como tal es bifronte, una faz mira hacia la “estructuración de la situación” y otra faz lo hace hacia la manera en que el bebedor “se

registra a sí mismo en situación”. De hecho, la articulación de un circuito primario y secundario es una construcción, un esquema que se planteó para sistematizar intuiciones derivadas de la práctica situada, de hablar con el cochabambino, de compartir su bebida, de beber con él, junto a él, en sus ámbitos, sus locales, sus calles y sus plazas. La formulación de un “circuito primario” de ingesta de alcohol, que desarrollaremos a continuación, implica una construcción formal, que excede la localización temporal y espacial de la tesis, pero no obstante será utilizada para ordenar y dar sentido a lo que acaece a estos individuos situados en 2002 en el territorio de Cochabamba. Apuntamos a la unidad de la conciencia subjetiva de los actores sociales cochabambinos, mediante el planteo formal de un circuito primario que consiste en la representación del individuo, de su posición en el aquí y ahora del beber. El punto en el que está a disposición de los otros para ser visto, pero sobre todas las cosas, la representación que se forma en él de su performance en situación.

La “*unidad de la conciencia subjetiva*”, idea que tomamos de Bourdieu, es un material que se produjo empíricamente, no es fruto de una elucubración conceptual. La materia empírica con la que se trabaja, se ha conformado a partir de muchos medios de registro, ya sea de los relatos, de las observaciones de las situaciones que puedan ser remitidas a secuencias de acciones o de alguna forma mixta en que se interroga al individuo sobre el sentido de sus acciones previamente observadas. A partir de cualquiera de estos medios o técnicas, se puede verificar la forma en que el beber se relaciona con la entrega del individuo, su manera de “dejarse llevar” por la situación. El individuo se entrega a la práctica del beber tal y como si esperase algo (en sus formas no compulsivas, relajarse, entretenerse, soltarse, en sus formas compulsivas beber es motivación suficiente para beber), como si el alcohol entregase algo, ya sea la participación en el conjunto, la vivencia compartida, ya sea con el par, con el objeto sexual, con la multitud que baila, con aquellos con los que comparte el apego a una bebida en particular como símbolo de una cultura, o bien como forma de abandono, de ruptura de una atadura. Como vemos en el párrafo anterior, las formas de conciencia, las unidades de la conciencia que pretendemos abordar adoptan varias configuraciones. En ese sentido, la noción de “circuito primario” se ubica a medio camino entre la articulación estructural de las situaciones y su referencia al análisis de contextos situados. En el límite, beber alcohol implica el debilitamiento del asidero del sujeto y el

mundo; cuando se bebe hasta la ebriedad, se rompe el lazo entre cuerpo y sentido. Esa caída o disolución del sujeto está implicada en la ruptura de los lazos entre cuerpo y sentido<sup>38</sup>.

Nuestro argumento encuentra dos asideros, el primero de tipo fenomenológico se refiere al abismo innegable implicado en el acto de beber. Quien ha bebido hasta el límite de su tolerancia y no ha sabido parar, se ha enfrentado a un punto en que se manifiesta su anhelo de pérdida, de caída. El otro eje propone que los individuos son un exceso para lo social. Se postula un punto de exceso de los seres individuales respecto de la totalidad. Es aquello que P. Sloterdijk llama *“la reserva fundamental de Simmel”* (Sloterdijk, 2006: 225). La vida, nos recuerda Simmel, no es un atributo de la sociedad sino del viviente. En este sentido, el ser ubicado en lo social, siempre estará en exceso, será y no será parte de lo social.

De la borrachera poco se puede decir, hay algo intransferible en la caída. Hay algo que se busca, una salida de sí hacia la profundidad de sí. Existe un “llamado del alcohol”, un reclamo de separación, una potencia anonadante que se esparce inmediatamente por el cuerpo de quien se hunde en el beber. Cuando faltan las palabras, al menos faltan en un sentido conceptual, el discurso de la poética y de la filosofía puede venir en auxilio. Jean-Luc Nancy, en un escrito titulado “Embriaguez”, nos recuerda que el exceso evoca un movimiento, una transgresión, el pasaje de un límite, pero también es detenimiento, caída, estasis, no es fácil nos dice, diferenciar en la ebriedad aquello que es dependencia o liberación, caída o ascenso.

*“La embriaguez revela, es decir se revela a sí misma y no revela un secreto”* (Nancy, 2014: 25).

Se revela un punto ciego, un punto al que impulsa una voluntad ciega, una compulsión que en el límite está fuera del cálculo, es sin medida. Esa impulsión, esa voluntad de la garganta no promete ningún acceso, es sin secreto. Se revela a sí misma, no tiene fondo. Se puede

---

<sup>38</sup> El psicoanálisis, desde otra perspectiva, aborda esta cuestión bajo el nombre de pasaje al acto, una alienación en la que el sujeto se identifica plenamente con el “objeto a”, más allá del orden significante. Estas elaboraciones presentes a nivel de Seminario 10, proponen una progresión que encadena la alienación, la separación y el pasaje al acto. La alienación como “fading” del sujeto producido a partir de la división significante, es decir el efecto del binarismo que ubica al sujeto en la oscilación entre el ser y el sentido (la lógica del “o bien / o bien” ejemplificada por la imposibilidad implícita en la consigna kantiana “la bolsa o la vida”). El sujeto puede optar por el sentido, es decir por aquello que no puede serle propio sino efecto del significante o puede refugiarse en su propio ser, es decir perder la dinámica, petrificarse. En un segundo registro el sujeto quedará pendiente del deseo del Otro, del enigma implicado en el mismo, no se tratará de la alternancia binaria del significante y la consiguiente oscilación para el sujeto, sino la inconsistencia en el deseo del Otro lo que abrirá la brecha en la cual se superponen la falta del sujeto (aphanisis, alienación) con la falta en el Otro (separación). El resultado de esta segunda pérdida será la separación del “objeto a” y la consiguiente apertura del enigma por el deseo del Otro. El pasaje al acto como tercer momento lógico de la secuencia implica una identificación más allá de lo simbólico, en el plano de lo Real en que la alienación se manifiesta como pérdida total del sujeto, la locura o la alienación como identificación con el abismo. (Lacan, 2006).

atar el alcohol al carro de las causas y de los efectos, tejer teorías simples o complejas del desamparo, de lo social, de la presión de una totalidad o de un conjunto sobre los individuos; pero todo bebedor que se precie, sobre todo el que ha recibido la cachetada en la cara de la borrachera irrefrenable, sabe en su fuero interno que las causas y los efectos van por una vía y que la ebriedad circula por otra, incluso por una vía paralela. El sentido y el alcohol en cantidad no se tocan. La ebriedad no revela al que bebe, revela al beber, es testimonio del bebedor sólo como presencia eclipsada.

*“El gozar tiene lugar en ese otro lugar, en lo absoluto, en ese aparte de todo, que no está en ninguna parte. Emanan en ese suspenso que una sacudida sustrae a toda atadura, a toda continuidad, dejándole expresar lo absoluto mismo: empujarlo, presionarlo hacia afuera, fuera de todo y fuera de sí mismo. Pero ese afuera se da a conocer como verdadero: la embriaguez es esa verdad, ese gusto de verdad tan seguro que tienen las presencias que se eclipsan en su advenimiento.”* (Nancy, 2014: 26)

Esas presencias que se eclipsan en su advenimiento no avanzan hacia el sentido, se agotan en el propio acto de emergencia. En torno a la embriaguez se han tejido las más diversas metafóricas de ascenso y de descenso; en la poética del beber, el goce se sustrae a la atadura, se deslinda de la continuidad, se hunde o despega. Aquel lugar al que el ebrio se ve empujado, al que accede en un “fuera de sí”, no puede ser, por lógica, un lugar en lo social. Los cuerpos pueden ser domesticados por la presión del conjunto, la noción de hábitos sociales así lo postula (Bourdieu, 2007). No obstante, la referencia al goce nos señala aquel punto en que el dominio de lo social queda suspendido por definición. Por supuesto que se pueden situar coordenadas mediante las cuales se indica al individuo cuál es la manera, el momento, la secuencia de acciones mediante las cuales puede o debe acceder al goce<sup>39</sup>. Existe una fuerte reglamentación del goce, una canalización activa del goce por la vía de la presión, la costumbre y, en las sociedades mercantiles, mediante la asignación de valor a los objetos vinculados a la posibilidad de gozar. Aquello que se bebe, el acceso a la bebida, está fuertemente pautado por mecanismos programados en forma activa por grandes aparatos comerciales (bebidas del mercado moderno), o forma parte de rutinas más o menos estables inscriptas en la tradición (producción tradicional, elaboración casera). No obstante,

---

<sup>39</sup> Tal como lo testimonian los extensos trabajos comparativos antropológicos y etnográficos acerca del consumo de bebidas alcohólicas de Mary Douglas (Douglas, 2003) y D.W. Heath (Heath 1995 / Heath 2000), en que se analizan los sistemas de construcción espacial y temporal de las prácticas de consumo de alcohol en diferentes culturas de Europa, América y Oceanía.

cuando nos ceñimos al alcohol y no a la bebida, lo que manda es la presión embriagante de la sustancia en sangre. Las bebidas se ubican del lado del sentido socialmente pautado y económicamente administrado, sin embargo, el alcohol que conduce a la ebriedad, se ubica en un más allá del sentido. Tal como nos dice Nancy, la ebriedad pertenece al tipo de presencias que *“se eclipsan en su advenimiento”* (Nancy, 2014). Entrega ese gusto a verdad que tiene lo que se busca como imposible. En numerosos tramos de esta tesis se hace referencia a esa capacidad dadora del beber, esa promesa imposible de los alcoholes que, en un salto al vacío, permitirían al bebedor *“ser quien es”*. *Ser quien uno es*, en verdad, es una operación que sólo pudiera coagular bajo la premisa del desvanecimiento del que bebe, en una graduación que transita desde la euforia leve hasta la muerte por intoxicación. Aquel que dice *“cuando bebo me siento mejor, pierdo mis inhibiciones, me dejo llevar...”*, expresa simplemente el ansia de perder la atadura de la mirada del otro, sentirse libre de mostrar su potencia expansiva, estallar en movimiento, derramarse en palabras. Así, la verdad que pretende expresarse es una huida de la presión del intercambio social, bien distinta de la compulsión del borracho que mira el fondo vacío del recipiente, en la soledad rural del trabajador de campaña, por ejemplo, que pierde la vista en los alcoholes venenosos, que se retuerce en la locura y muere o, simplemente, en aquel que se ha pasado, que ha traspuesto esa frontera evanescente que separa la elevación de la caída.

*“Como es debido la caída libre no está lejos. En el mismo punto de absoluto en que se disuelven toda exterioridad y toda interioridad, allí se produce también el exceso.”* (Nancy, 2014: 27).

En ese preciso punto, en el punto del exceso, se produce la disolución correlativa de lo exterior y de lo interior; en otros términos, podemos plantear la falta de potestad de lo sociológico y lo psicológico en un movimiento que se detiene en sí mismo sin otra consecuencia que un éxtasis vacío, aquello que Nancy denomina como *“punto de absoluto”*. Ese punto es precedido por una galería más o menos errática de personajes buscados, de actuaciones hacia cuya eficacia tiende la euforia del ebrio, al menos del bebedor social, aquel que comparte, que estrecha el lazo con el congénere (en el doble sentido, de los “congénere”, aquellos individuos con los que se comparte y en una segunda acepción del término, congénere como conjunto de subproductos de la fermentación, responsables de la mayor parte del aroma y del sabor de las bebidas alcohólicas, culpables a



la vez de la parte más atroz de las borracheras). El exceso es un punto evanescente en la ebriedad, pero la ebriedad en sí, tal y como la figura Nancy no tiene nada para entregar, es un salto al absoluto, un absoluto que se revela como un imposible, como un proyectarse trunco.

*“El exceso, no obstante, tal como lo he oído llegar aquí, les ha evocado otra cosa, a saber, el ebrio más que la ebriedad. No es tan fácil discernirlos o distinguirlos. No hay que apresurarse a separar entre un buen o mal uso de la ebriedad. Hay borrachera en la más sublime embriaguez: borrachera, es decir, dependencia y decadencia.”* (Nancy, 2014: 28)

La ebriedad revela al ebrio en ese punto en que el vacío se torna indiscernible, en ese lugar imposible en que la vitalidad del salto nos arrastra a lo absoluto de la dependencia. La ebriedad se vincula con el cuerpo de un viviente y es por virtud de una vitalidad que no se puede reducir a una lectura de lo social (aunque la referencia a lo social sea necesaria). Tal y como nos recuerda Simmel, la vitalidad no puede ser una potestad de lo social sino del viviente.

No obstante, esta referencia a la vitalidad no debe derivar en una aproximación irracionalista al fenómeno de embriaguez; es necesario, entonces, vincular este *punto de absoluto* de la caída, a parámetros racionales que nos permitan avanzar en el plano conceptual. En nuestro planteo de un circuito primario, proponemos un anclaje material que recupere la embriaguez en el plano medible de la efectividad. Para ello acudimos a la lógica dineraria vinculada a la efectividad del alcohol sobre el cuerpo. Simmel, que nos señaló la potestad vital del individuo, acude a nuestro auxilio mediante su invocación del dinero como el parámetro mismo de lo medible. Este autor pone el acento en la interacción como base de la sociabilidad humana, destaca, en este sentido, el rol que el dinero tiene como punto máximo de la fluidez en la relación entre los hombres. La postulación de dos circuitos, el primario y el secundario, nos permite analizar la manera en que los partícipes del evento de la sociabilidad nocturna viven la situación, la manera en que se perciben a sí mismos, así como los parámetros sociales desde los cuales se constituye dicha percepción. La efectividad embriagante termina articulada al dinero, al precio que se debe pagar en la obtención del alcohol en sangre. En términos de lo que llamamos circuito primario de la efectividad alcohólica, se registra la relación entre precio y capacidad embriagante de las diferentes bebidas. En términos de lo que llamamos circuito

secundario (parámetros simbólicos de valorización) se describirá y analizará la capacidad de diferenciación social vinculada a la estilística de las bebidas. También en términos del circuito secundario se analizará el grado de vigencia estilística vinculado a las bebidas.

### **Confluencia material inscripta en el cuerpo**

Nuestro cuerpo es una superficie reflectante. Una zona de choque, un choque de luz. El cuerpo para ver, el cuerpo de la escena no llega vacío allí, al espacio en que se sitúa. El cuerpo es eso, es superficie, una forma laminar, la película de luz que los recubre. Por debajo de esa superficie liminar: tubos, cavidades, recipientes. Debemos penetrar, desmontar, definir el cariz del mecanismo que hace de esa superficie reflectante una imagen de sí en situación. No cuerpo ya para ver, sino mecanismo para considerar en el plano del pensamiento. El alcohol afecta a nivel del cuerpo, cuerpo que es a la vez cavidad y superficie. El alcohol afecta la imagen de sí del agente situado, tanto en el plano orgánico como en el simbólico.

El cuerpo en situación, en el acontecimiento de su presencia en escena, se ve constreñido por la referencia a otra escena socio-simbólica de estructuración social. Bourdieu nos provee de una vía de análisis muy potente al plantear la confluencia de la necesidad y la contingencia, al tiempo que conecta la actuación con lo corporal. Coherencia y necesidad a partir de accidente y contingencia. Nos interesa la idea de confluencia, la posibilidad de insertar un esquematismo a nivel de lo corporal. Vínculo y acción serán un arresto de la imaginación social. Bourdieu enuncia, en el apartado 4 del primer libro de “El sentido práctico”, una conjetura sobre la confluencia de lo material del cuerpo y de las propiedades sociales:

*Todo sucede como si el hábitus fabricara coherencia y necesidad a partir del accidente y de la contingencia; como si consiguiera unificar los efectos en la necesidad social sufrida desde la infancia, a través de las condiciones materiales de existencia, las experiencias relacionales primordiales y la práctica de acciones de objetos, de espacios y de tiempos estructurados, y los efectos de la necesidad biológica, ya se trate de la influencia de los equilibrios hormonales, del peso de las características aparentes del físico, como si se produjera una lectura biológica (especialmente sexual) de las propiedades sociales y una*

*lectura social de las propiedades biológicas y una reutilización biológica de las propiedades sociales.* (Bourdieu, 2007: 128)<sup>40</sup>.

A continuación, realizaremos un desglose pormenorizado de la cita, ya que sigue una intuición central de esta tesis: la de la confluencia de lo corporal y lo social. Dicho desglose se mantiene cercano a la obra de Bourdieu, pero incorpora una lectura propia.

1) **Como si**: nos indica una toma de distancia, una reticencia. “todo sucede”, nos anuncia la totalidad, ubica el párrafo en un plano conceptual muy ambicioso, para retroceder luego en el reparo, en la reserva del “como si”. Se trata de la enunciación del modelo, el modelo es un “como si”. Nos ubicamos en cierta medida a nivel del esquematismo, es decir de la heterogeneidad. Tal como Kant, Pierre Bourdieu es un filósofo de la relación, del vínculo. Todo sucede *como si*, nos advierte sobre la disparidad de las cuestiones involucradas, desde el plano de la estructuración teórica (en un sentido amplio “pensamiento”) hacia el plano del “mundo” (en un sentido muy amplio de lo material).

i) **Del accidente y de la contingencia.** *Hábitus faber* retoma esta materia, la de la contingencia y el accidente. La vinculación del esquema y de la materia se desenvuelve en el plano de contingencia, del encuentro fortuito, de la casualidad. Este es un punto que suele ser soslayado en la lectura de Bourdieu, filósofo de la contingencia (lo subjetivo y lo objetivo son secundarios respecto de esta consideración). Coherencia y necesidad, entonces, se vinculan retroactivamente a “como si”. [Del accidente y de la contingencia / como si]. El pensamiento [como si, modelo] instaura la necesidad a partir de una materia [no dócil, contingente]. *Hábitus faber*: no puede ser del pensamiento formulado, de lo explicitado, sino una potencia activa del vincular [la potencia vinculante del esquematismo].

ii) **Consiguiera unificar los efectos.** Nuevamente, al momento de enunciar la acción [su “fabricar”] se interpone la cláusula del “*como si*”. No cesa de enfatizarse la distancia entre lo conjetural y un acaecer [potencial no alcanzado en propiedad]. “Como si consiguiera unificar los efectos”. En los dos extremos:

---

<sup>40</sup> Los destacados son nuestros.

- a) Distancia entre el esquema postulado y el acaecer [no alcanzado en propiedad]. Bourdieu como pensador, señala la distancia entre el plano empírico real y el planteo conceptual constructivo. No cesa de disociar real de pensamiento.
- b) Pero a la vez “como si consiguiera” realizar su acción (unificar). Como si la unificación fuera efectiva o pudiera hacerse efectiva.
- c) Entre estas dos mandíbulas se trituran “los efectos”. En una física (en este caso, física social) se postula una acción (cuyo agente es el *hábitus faber*), cuya forma es la del unificar (es decir algún tipo de esquematismo) y que opera sobre algo que tiene también una forma operante (efecto, sea cual fuere); cuya operación se articula con la acción de unificar, pero no termina de ser absorbida por la misma (se toma al efecto como la materia sobre la que opera esa cuasi unificación). El efecto se menciona como un “algo que hay” (esta idea de efecto nos remite a los cuerpos explicativos, a los modelos que se puedan construir para abordar el mundo). Se habla de efectos en plural, no se supone un sistema unificado y general que los produzca.

2) Sufrida 1. como si lograra unificar los efectos / en la necesidad social. *Hábitus faber* toma accidente y contingencia y devuelve coherencia y necesidad. Los efectos se despliegan en campos signados por la contingencia y son unificados (cuasi unificados). El párrafo utiliza la reserva del “como si” en dos oportunidades. Este es el segundo “como si”, el primer “como si” es el de la construcción teórica del esquema. Es “como si” esta operación de unificación se efectuara. Lo ciego del conjunto contingente, lo que se ubica más allá de la necesidad, es transpuesto bajo la forma de la coherencia. Tiene la forma de la coherencia, pero no es “la coherencia”, tiene la forma de la necesidad, pero no es “la necesidad” (una forma de intervenir en el viejo debate de la determinación y la indeterminación). Queda por determinar el sitio de esta operación:

- i. **En lo social.** Se abren dos lecturas complementarias, ninguna de las dos incongruentes con el planteo. A. “En lo social” como territorio material en que se despliega el esquema de acción unificadora del *hábitus faber*. “En lo social”

tomado como si se dijese “con la forma de lo social”. B. Lo social como alusión a la presencia (no necesariamente a la existencia fáctica) de esquemas estructurados y estructurantes que imprimen forma; ya que “lo social” es un tipo de espacio en el que se postulan elementos a los que se les impone algún tipo de forma (la suposición de “efectos”, cuasi unificados, implica que estos elementos pueden ser discriminados, es decir, vinculados según propiedades pertinentes a su articulación) se sigue la postulación del operador práctico de esta trasposición.

- ii. **En la necesidad social.** “Lo social” se revela como una entidad sustantiva, **es decir como un concepto trunco, una forma defectuosa y debemos elevarla al plano del concepto**, por ende “lo social” debe ser dotado de alguna propiedad pertinente, en este caso “la necesidad”.
  - iii. Ahora bien, **“la necesidad”** (vinculada por contigüidad a la coherencia) se encuentra cercada por los dos “como si”, el de la conjetura de un modelo y el de la cuasi operación de unificación de los efectos. Se trata de una necesidad construida (por *hábitus faber*). Tiene una forma específica (se sitúa en el “mundo social” bajo determinada forma, una modalidad de “cuasi coherencia”, al modo de una “cuasi necesidad”). Toma la forma de lo necesario, hay de ella en el mundo a la manera de lo necesario por virtud de una operación (de *hábitus faber*), resulta, por ende, una “cuasi necesidad”, es decir el producto múltiple de múltiples de un esquematismo. De allí la distancia del despliegue contingente (de conjuntos indeterminados) y de la potencia humanizante del *hábitus faber* que segrega necesidad social.
  - iv. La necesidad social sería una operación de **transposición de lo contingente en “necesario social”** (la forma de la necesidad). Queda por establecer cuáles son las propiedades relevantes de la contingencia, dar una discusión sobre la aleatoriedad, la completitud, el vacío en la contingencia, es decir un debate de tipo ontológico.
- 3) **Sufrida 2.** Desde la infancia / a través de. Infancia implica un “ser precedido por”, alude a un “quedar situado en”, “estar ubicado entre”, es decir: un señalamiento del “espesor institucional”. Se instala desde el vamos el carácter “estructurado –

estructurante”, ya que la referencia a “la infancia” implica la noción de “disponibilidad ante la estructuración”, “infancia” implica “lo que se forma” o es formado. En este análisis se enfatizan los aspectos generales de la propuesta, quedan por establecer las formas de las prácticas y las dinámicas de los campos “institucionales” que operan a favor de la recurrencia, es decir, instalan la coherencia y la necesidad. La recurrencia implica la subsistencia de una forma luego del reemplazo de sus elementos (este reemplazo de los agentes, de las acciones, esta iteración más allá de lo singular, es clave si suponemos cierta consistencia – recurrencia “en lo social”).

- 4) **Sufrida 3.** Cabe por establecer la índole del “sufrida”. Por un lado, quien sufre es paciente de la acción de algún agente. El sufrir es un efecto, supone algún tipo de potencia activa que infringe. Por ende, cabe por desarrollar una conjetura modélica sobre la introyección de esas potencias.
- 5) **Sufrida 4.** Desde la infancia. Abre una serie temporal con un punto de partida, “desde la infancia”, lo que implica varias cosas: desde la infancia en adelante, es decir la continuidad del sufrir / aquel que sufre es un cuerpo viviente, alguien que atraviesa un ciclo vital / lo que excede al párrafo: este “desde la infancia” nos ubica en el plano del “sufriente” encarnado y situado en el mundo social. Resulta relevante discutir lo que luego sería tomado a título de agente (debemos vincular agente con agencias, es decir traducir el paciente en potencia activa, articular según alguna modalidad el padecer (sufrir) con el producir situado).
- 6) **A través de 1.:** *[las condiciones materiales de existencia, las experiencias relacionales primordiales y la práctica de acciones de objetos, de espacios y de tiempos estructurados, y los efectos de la necesidad biológica]*. Sufridas desde la infancia “a través de”, a lo que sigue una enumeración de modelos de explicación vinculadas a efectos. P. Bourdieu nos entrega una enumeración, menciona una serie de lógicas, de operaciones diversas, no necesariamente complementarias ni encastradas o pertenecientes a un gran conjunto unificado en cuanto a su operatoria. Esta enumeración nos conecta con “las firmas de la época”, con la tradición teórica<sup>41</sup>. Dado que los nombres son tácitos, que no se cierra en una tradición clausurada, el conjunto

---

<sup>41</sup> La enseñanza de Bourdieu es primordial en este sentido, ya que nos indica la ineludible obligación de considerar el pensamiento que nos precede. No existe ciencia que no descansa sobre la ciencia, pensamiento conceptual que no descansa sobre el legado de los predecesores. Una de las mayores virtudes de este autor, es el profundo conocimiento de la historia del pensamiento social y de sus conceptos.

permanece abierto, lo que deja indeterminado el caudal de las explicaciones que confluyen en la producción de efectos, no obstante, se pueden sumar algunas firmas (obvias pero provisionarias). Es como si dijera, “hay que tener en cuenta todo esto”. Condiciones materiales de existencia: no se olviden de Marx. Experiencias relacionales primordiales: pero tampoco del psicoanálisis (en un sentido amplio). La práctica de acciones de objetos, de espacios y de tiempos estructurados: según la “epistemología del espacio”, “epistemología del tiempo”, constitución del objeto, es decir de la constitución del mundo como esquema en (Piaget, 1978). Cada uno de los actores limita la efectividad del otro, multiplica los efectos. Cada materia “informada” (dotada de forma) es retomada por otra forma que la dispersa y reordena (cuasi recategorización). Podemos pensar esta enumeración como una elevación a potencia de las potencias de las potencias. El resultado, aún sometido a la virtualidad informante del esquematismo (la acción de unificar efectos del *habitus faber*), se torna incalculable. Esta enumeración conjunta complejiza más aun las cosas. En un principio nos encontramos con un “como sí”, que aludía la distancia entre el modelo y la brutalidad de la contingencia. La enumeración opera hacia la otra punta de la operación, multiplica hasta tal grado la noción de “los efectos” que “se sufren desde la infancia”, que sólo nos queda el refugio de la operación constructiva. Hábitus, sería el nombre de una operación que suponemos, pero cuya operatoria no podemos terminar de delimitar.

- 7) **A través de 2:** los efectos de la necesidad biológica. Aquí se produce un quiebre. Cuando nos ubicamos a nivel de “las condiciones materiales de existencia”, “las relaciones primordiales”, “la práctica de acciones de objetos, de espacios y de tiempos estructurados”, nos movemos en un plano de lo “conformado”: las condiciones de producción, la constitución de vivientes en sujetos, la lógica natural y las operaciones intelectivas, por poner un ejemplo. Todas estas lógicas pueden estar sujetas a polémica, tienen una historia interna de desarrollo, están “en movimiento”. P. Bourdieu tendría algo que acotar, y debe haber acotado algo o mucho sobre su pertinencia, limitaciones o potencia explicativa. No ha dejado ninguna de ellas sin discutir, es decir no se ha disuelto en ninguno de estos encadenamientos conceptuales sin integrarlos conceptualmente. No obstante, aquí los alude como dimensiones que debieran tomarse

en cuenta ya que producen algún tipo de efecto. Se sufre “a través” de ellas. Se sufre, como ya vimos, desde la infancia.

8) **A través de 3.** No obstante “los efectos de la necesidad biológica” pertenecen a otra índole de cosas. La necesidad biológica parece pertenecer a un registro de cosas diverso. En cierta medida y sin intención de ser crípticos podemos retomar la idea de que “lo biológico es destino”. El concepto de “cuerpo” no es necesariamente reductible a “lo biológico”, la idea de cuerpo excede la de “lo biológico” y es, a su vez, más limitada.

i) **A través de: condiciones de existencia / relaciones primordiales / práctica de acciones** (de objetos, de espacios y de tiempo estructurados) **+ los efectos de la necesidad biológica**. Tenemos una serie compuesta por: condiciones / relaciones / prácticas de objetos por un lado + la adición de efectos de la necesidad biológica por el otro. Sin ingresar en un sobre análisis, podemos detectar el salto cualitativo que implica el ingreso de la necesidad en la serie. Ya habíamos visto que la necesidad estaba excluida por el “como si”, por la reticencia que discriminaba lo bruto de la contingencia, de la coherencia explicativa del modelo por un lado y de la cuasi necesidad que caracterizaba “lo social”. Lo biológico y lo social se acoplan a nivel del cuerpo. “Cuerpo”, es el nombre de una integración de dos series disyuntas. La biología debe ser integrada en lo social. Lo biológico se incorpora en lo social bajo la figura del cuerpo (elegimos la noción de “figura” y no la de “forma” para dejar abierto un excedente, un resto no asimilable en esta operación de integración).

ii) **Como si se produjera una lectura:** La noción de “lectura” no es exacta, es una manera casi coloquial, (no es una analogía estructural u homología), de aludir a una operación supuesta. Hay algún tipo de encuentro entre lo social y lo biológico. P. Bourdieu nos informa que ninguno de estos registros puede subordinar al otro. Social y biológico se invierten, intercambian posiciones, ambos se pueden mirar ya como dominio, ya como codominio.

(a) **Una lectura:** establece por último una **lectura biológica** (especialmente sexual) de propiedades sociales. **Lo biológico se encuentra afectado por lo social.** Se debería producir alguna especie de aprendizaje de lo



biológico. Debe postularse necesariamente algún operador práctico que pueda captar las diferencias sociales y transmutarlas en lecturas biológicas (particularmente sexuales). La estirpe darwiniana del sentido común se encuentra plagado de este tipo de interpretaciones.

(b) **Una lectura**: A continuación, establece la copresencia del movimiento inverso: **una lectura social de las propiedades biológicas**. Aquí el “como si” de la lectura se torna menos conjetural, lo noción de lo social nos conecta ya desde el vamos con la idea de transposición de continuo en diferencias, es decir de un plano simbólico complejo en el que la noción de “lectura” nos resulta inmediatamente pertinente (lo que implica también que caigamos en la trampa de darla por un hecho).

iii) **Una reutilización**: para cerrar retoma la capacidad de lo biológico de establecer conexiones a nivel de las propiedades sociales. Pero en este segundo tiempo cambia el término “lectura” por el de “reutilización”, lo que implica una **operación práctica de segundo grado**. Aquello que ha sido interpretado de las características biológicas por la lectura social es retomado por lo biológico en este segundo tiempo para su reutilización. En este drama hormonal y social la implicación recíproca tomaría la forma de un circuito de acciones encadenadas que forman e informan las prácticas materiales de lo que hay.

Sacamos en claro, sobre todo dos cosas, la postulación de una “lectura social” y la noción de la existencia de una “reutilización biológica”. La lectura social convoca los nombres, las lógicas variadas (el análisis del dinero y el vínculo en Simmel, la comprensión mercantil de los sistemas de producción – distribución, el análisis de la moda, el antagonismo social, entre otras lógicas explicativas). Por el lado de la materialidad corporal sólo la efectividad, la ley del alcohol en sangre. En el plano corporal, no el biológico, se procederá a una reutilización de la propiedad social. Reutilización que sabemos trunca, sin dialéctica final, sin salida. Será cosa de gradación de manejo del espectáculo y, como término final, la caída. Brilla el cuerpo con alcohol en la danza o se desmaya el borracho en su derrota.

### **El análisis de la acción dramática, la puesta en escena de la comunicación**

En principio, la acción dramática se configura como una escenificación, es decir, se despliega hacia un auditorio. La performance o actuación supone una lectura del escenario por parte del actor, el bebedor tiene una lectura de la escena; escena en la que el individuo puede estar más o menos relajado o incómodo, en que puede sentirse más o menos a sus anchas. A su vez, en esta lectura operan una serie de parámetros de valorización de los objetos y del entorno. Estos parámetros se vinculan, entre otras dimensiones posibles de análisis, con la asignación de sentido de las bebidas, cuestión que puede ser abordada desde marcos tales como la estilística, la rivalidad en las guerras de posición tal como se definen en “La Distinción”, o la idea de estilos de vida tal como la desarrolla (Simmel, 2013). En este apartado vinculado al aquí y ahora de la situación, tomaremos en consideración la performance del individuo en la escena del beber. Para vincular la sociabilidad nocturna, el consumo de alcohol, la problemática de la imagen y sus límites, construimos la noción de la interacción de un circuito primario y un circuito secundario. Se trata de construcciones estructurales fundamentalmente operatorias, que hemos diseñado para vincular el consumo alcohólico con la situación de sociabilidad nocturna. Este dispositivo conceptual fue desarrollado con el propósito de anclar la exploración a partir de dos nociones establecidas por el psicoanálisis, la del Yo ideal y la de Ideal del Yo (Lacan, 2004; Žizek, 1999; Laurent, 1999). Se trata de una construcción que modeliza la situación del beber en general y podría hacerse extensiva a otros contextos ajenos al 2002 cochabambino. Las prácticas de los individuos implican una interpretación de la lógica de la situación, de la propia performance y de la performance ajena. En nuestro modelo de los circuitos, pretendemos hacerle lugar al hecho de que el bebedor, como cuerpo, se hace presente en la escena nocturna y que es portador de una serie de criterios sociales que lo impulsan a juzgar valorativamente la situación en la que se encuentra.

La vida social se caracteriza por la movilidad de los individuos a través del espacio, la ciudad se encuentra recortada a partir de los desplazamientos humanos (Giddens, 1982). Los cuerpos de los bebedores se mueven desde un punto al otro, se desplazan entre las sedes. Llamaremos “sedes” a los espacios en los que los individuos realizan sus interacciones (por ejemplo, las chicherías, los espacios callejeros tales como las plazas, los lugares bailables, etc.). El cuerpo se hace presente en una situación vinculada a una sede en

particular, (en el capítulo 5 diferenciaremos y analizaremos diferentes tipos de sedes y su lógica), a la que ha accedido según un desplazamiento, (los presentaremos como trayectorias), que cortan en pedazos a una ciudad atravesada por polígonos espacio temporales. En estas sedes se lleva adelante una serie de prácticas de sociabilidad nocturna, se desarrollan nuestros pequeños dramas de convivencia atravesados por el alcohol. Nos interesa dilucidar la manera en que estos individuos situados en las sedes viven la situación inmediata mediante la consideración de un “circuito primario” y por comprender la forma en que su vivencia de la situación, se relaciona con criterios socialmente establecidos mediante aquello que llamamos “circuito secundario”. Se abre entonces un doble espectro, el de la lectura del propio valor en la situación (Yo ideal) y el de los parámetros a los que deberá atenerse la lectura del valor en dicha situación (ideal del Yo). Los individuos no se encuentran solos en la situación, se sitúan en ella junto a un otro. Esta copresencia del bebedor con sus congéneres, implica una relación que es a la vez imaginaria y simbólica. Nos referimos a una relación imaginaria ya que se produce un intercambio de imágenes. El individuo ve y es visto, se forma una imagen acerca de sí mismo y del otro. Correlativamente, supone que el otro también tiene imágenes sobre sí y el otro. Se trata de una relación en que los individuos actúan en espejo. La presencia del otro me interroga acerca de “*quién soy yo*” y me impulsa a preguntarme acerca de “*quién es él*”. A su vez, conjuntamente con la imagen que me formo acerca de mí mismo y del otro, me formo una imagen acerca del significado de la situación en que nos encontramos inmersos. Este tipo de lectura de situación atravesada por formaciones imaginarias es conceptualizado en el cruce del estructuralismo lingüístico con influencia althusseriana y el psicoanálisis (Pecheaux, 1978). El lector de la situación, presiente la lectura realizada por los otros con los que convive y esa lectura se refiere a normas de valoración compartidas y vigentes, aunque la referencia a esas normas no tiene por qué ser homogénea; ya nos mostró Bourdieu en *La Distinción* los desequilibrios en la distribución del saber hacer, del saber valorar los objetos y prácticas que rodean al consumo (Bourdieu, 2002).

En esta tesis doctoral, se plantean estos dos circuitos para acceder a la intelección de la situación de sociabilidad nocturna. Recurrimos a esta estrategia de doble servidumbre, por un lado, a la aleatoriedad de un conjunto de vectores, no necesariamente intencionales, que nos conectan con una “lógica del lugar”, que nos indican que puede y debe ser hecho en

cada sede en la que nos situamos, y por el otro con la dramatización que el individuo despliega en la situación. En el aquí y ahora del lugar el individuo actúa un papel, dramatiza (Goffman, 1989). El bebedor no llega sólo a la situación, trae consigo el bagaje de su cuerpo con todo lo que ello implica, luce sus galas vestimentarias, trae su historia vital a cuestas, se encuentra implicado en experiencias anteriores que lo ligan a esa sede en particular o a otras comparables, por mencionar algunos aspectos relevantes que dotan de sentido al contexto. Con este bagaje a cuestas realiza una performance, se desarrolla determinado guion más o menos consciente (Goffman, 1989). El actor puede desplegar, hasta cierto punto, la lógica que siente implicada en la situación y esto se integra en su vida, en sus proyectos, sus ilusiones, la forma que tiene de comprender las situaciones, los dispositivos que despliega para constituir sus fantasmáticas, las operaciones imaginarias de asunción de roles, los etiquetados, las dinámicas alternativas entre los roles.

A lo largo y a lo ancho de la ciudad, se despliegan escenarios de interacción, por ello nuestro interés se focalizará en la dimensión dramática de la acción. La acción dramática se verifica en espacios determinados de confluencia de los bebedores a los que denominamos sedes. Esta noción de sede se refiere de manera genérica a todo espacio de la ciudad en el que se verifican contactos periódicos, contactos que, a su vez, incluyen cierto nivel de regularidad en las secuencias de acción, los tipos de actores, los propósitos que los individuos en cuestión vinculan con la concurrencia, los tipos de objetos que constituyen “la escenografía”, entre otras dimensiones que pudiéramos discriminar en el plano descriptivo. En estas sedes o sitios de confluencia se despliegan las situaciones sociales de interacción, nos ubicamos de lleno en el plano de la acción dramática, en la sociabilidad nocturna en la ciudad de Cochabamba.

El análisis de la acción dramática se sustenta en la plataforma que provee la microsociología de E. Goffman (Goffman, 1989, 1991), para luego introducir nuestra propuesta de circuito primario y secundario. Este autor nos proveerá una serie de “operadores de situación”, mecanismos propios del estar en escena. Retendremos tres operadores propios de la situación: su descripción como presencia mutua en un ámbito temporal y espacial, la noción de inclusión – exclusión de la situación y la consideración de la voluntad de control, de incidencia en la definición de la situación a través de la expresividad, noción clave de Goffman. La expresividad será una manera en que orientar la

acción de los otros. En principio nos atenemos al siguiente cuadro descriptivo enunciado por E. Goffman en un artículo de [1964] 1991 llamado “El olvido de la situación”.

*“Yo definiría una situación social como un medio constituido por mutuas posibilidades de dominio, en el cual un individuo se encontrará por doquier asequible a las percepciones directas de todos los que están «presentes», y que le son similarmente asequibles. Según esta definición, hay situación social tan pronto como dos o varios individuos se encuentran en mutua presencia directa y sigue habiéndola hasta que se vaya la penúltima persona. Quienes se hallan en una situación determinada pueden definirse como una reunión, aunque parezcan aislados, silenciados y distantes, o aun sólo presentes temporalmente. La manera como los individuos deben comportarse en virtud de su presencia en una reunión se rige por reglas culturales.”* (Goffman, 1991: 129)

Un individuo, plantea Goffman, se encuentra “*por doquier asequible*” a la percepción directa. Dicha coalescencia implica la posibilidad, siempre potencial, del establecimiento de un mutuo dominio. Este dominio tiene por requisito la presencia de la percepción directa de los unos por los otros. Estamos sometidos a la percepción de aquellos con los que confluimos en el espacio abierto de la situación.

Por otra parte, y de manera genérica, Goffman relativiza la posibilidad del aislamiento. Todos están incluidos en la situación, aún aquellos que “parezcan” aislados, silenciados, distantes. Se incluye en el análisis de la situación todo aquel que se halla presente. Incluso y principalmente aquél o aquello que es “contabilizado fuera” de la situación. Por último, hemos de registrar la dependencia del comportamiento respecto de “reglas culturales”. La noción de “regla” es clave, alude a lo que se define como “Ideal del Yo” en el circuito secundario, al parámetro respecto del cual la conducta y la puesta en valor se vinculan con algún patrón de medida. Es decir, se verifica una doble cuestión, la presencia del cuerpo y la presencia de la regulación de la situación. El individuo se encuentra sometido a lo que la situación de interacción le plantea<sup>42</sup>. El sentido de las prácticas se hace presente en las situaciones de ingesta, aunque nadie lo formule explícitamente. Tal y como las define Gonzalez Turno, “beber” implica un lenguaje casi silencioso y lleno de sobre entendidos<sup>43</sup>.

---

<sup>42</sup> Por supuesto, para nosotros, estos sobre entendidos, propios de los contextos de copresencia, estarán vinculados con las diferentes posiciones de los individuos que interactúan en el mundo social; en ese sentido, por más que la situación implique una lógica particular, esta nunca será independiente de la lógica social que la enmarca (Giddens, 2006).

<sup>43</sup> They and those who surround them, during or after the consumption, know perfectly the meaning and the consequences of the act. All remain silent because everything has been said. (Gonzalez, 2001: 131)

Esta apertura implica exposición y vulnerabilidad tal como nos recuerda E. Goffman en “El orden de la interacción”.

*Por definición sólo podemos participar en situaciones sociales si llevamos con nosotros nuestro cuerpo y sus pertrechos, y este equipo es vulnerable a la acción de los demás.* (Goffman, 1991: 176)

Los unos y los otros confluyen, se reúnen, se han trasladado hacia un sitio o sede de la interacción. Traen consigo sus anhelos, expectativas, amores, querellas, rivalidades, tienen algún nivel de registro de “sitio”, del ámbito en que se registra la comunión de su encuentro, y allí van, con lo suyo, con su cuerpo y sus pertrechos. Cada cual lo vive a su manera, no siempre la fiesta es una fiesta, hay una gradación al respecto. Están los que viven la situación con soltura, que están en ambiente; estos sienten que la situación en la cual ahora están ubicados les cuadra, se relajan, se tensan, se dejan recorrer por la mirada del otro que les otorga brillo, acostumbrados a relucir en este ámbito particular en el que suponen que el dictamen les resulta favorable. Otros, se sienten presa de la ansiedad, no saben bien cómo sobrevivirán a la hecatombe, rezan por no ser esta noche la víctima propiciatoria, registran el paso de las horas, los minutos, quieren huir. Para ellos, esta situación en particular puede ser intolerable. Esos que están aquí y ahora, los miran, los juzgan, los miden, están prestos a burlar o ignorar o atropellar, esos los cortan en pedazos y ellos pierden consistencia. Algunos, como pavos reales, se mueven entre la multitud, se creen o se saben mirados, deseados, tocados, reconocidos; en tanto que los otros como resto de la operación, se saben o se sienten trozados, eviscerados, repudiados o ignorados. Entre unos y otros se despliega la modulación de una amplia gama de posibilidades intermedias. ¿Qué escuchamos cuando nos volcamos hacia uno de los polos, el del rechazo sentido en determinadas situaciones?

En el límite doloroso la situación de encuentro es inmanejable y los otros sólo pueden hacerse presentes como amenaza. Solemos hacernos una idea idílica de la escena nocturna del compartir. Así se despliegan relatos laudatorios de las fiestas populares en las que confluyen los vecinos, mundos de afecto en los que la comunidad disfruta de la presencia de lo familiar, en que se renueva la unidad y se festeja el lugar común de lo propio (Scribano y otros, 2012), de fiestas transgresivas en que se despliegan las sexualidades, de reuniones de amigos en que se renuevan y forman los lazos de la fraternidad, o, en otro

sentido de la fiesta moderna en la que la rítmica lisérgica de la música electrónica acompaña el despliegue sudoroso y pasional de los cuerpos pulsantes (Leonarduzzi, 2013). En cierto modo, la idea de la confluencia, de la presencia en escena se contrapone a su par simétrico, el punto en el cual la posibilidad abierta de lo humano nos conecta con la caída, la humillación, el estigma. Se trata de escuchar, de registrar el minucioso despliegue de la condición humana. La situación, en ocasiones excluye, no todos participan de la situación. Hay un límite de inclusión y un límite de exclusión. Suele hacerse hincapié en la exclusión de grupos sociales, en el tema socioeconómico o cultural, en la generación de fronteras que categorizan los ámbitos de pertenencia con la consiguiente consideración de variables que ponen en primer plano la distribución de capitales, la constitución de estilos de vida u otras dimensiones o facetas que hacen al destino de los agrupamientos humanos. No obstante, la consideración del plano microsociológico, al que corresponde la noción de interacción dramática, nos coloca ante la figura del individuo en situación, es él quien sufre y disfruta de la imagen en el espejo de la situación. No todos se pueden “hacer presentes” en situación. Supuesta la reunión en su ámbito propio, la confluencia de los similares, de aquellos que comparten la determinación del lugar social o incluso la elección del estilo, queda por determinar la forma en la cual, cada uno, uno por uno, se enfrenta al espejo. El otro aparece también bajo la figura de la amenaza, de la catástrofe. En su obra *Estigma*, E. Goffman incluye una carta enviada por una lectora a una revista del corazón que nos ofrece un testimonio extremo de lo que implica “*estar sometidos a la percepción de los otros*”, “*ser asequibles*” a la percepción de los demás.

*"Tengo dieciséis años y estoy desorientada; le agradecería que me aconsejara. Cuando pequeña estaba acostumbrada a que los chicos que vivían en la cuadra se burlaran de mí y no era tan terrible, pero ahora me gustaría tener amigos con quienes salir los sábados a la noche como las demás chicas, pero ningún muchacho me va a invitar, porque, aunque bailo muy bien, tengo una linda figura y mi padre me compra lindos vestidos, nací sin nariz. Me siento y me observo todo el día y lloro. Tengo un gran agujero en medio de la cara que asusta a la gente y también a mí; por eso no puedo culpar a los muchachos de que no quieran invitarme a salir con ellos. Mi madre me quiere, pero se pone a llorar desconsoladamente cuando me mira. ¿Qué hice yo para merecer esta terrible desgracia?* (Goffman, 2006: 9).

Se trata, por supuesto, de una experiencia extrema, de uno de los puntos más bajos posibles de la escala valorativa a la que nos puede someter la percepción social, la deformidad del rostro. No obstante, nos parece importante retener un contrapeso frente a la imagen “celebratoria” de las fiestas. Consideramos necesario postular y retener la posibilidad de la “caída”, de la experiencia de no pertenecer al conjunto, implícita en toda interacción. A lo largo de su obra, Goffman nos habla de “reglas sociales” que rigen las interacciones, lo que implica necesariamente el planteo de algún tipo de escala o de calificación. Una vez hechas estas consideraciones podemos tener en cuenta la idea de “*control de la conducta de los otros*”, tan presente en la obra de E. Goffman. Su núcleo reside en la noción de “*puja por la definición de situación*” a la que procederían los individuos lanzados a la interacción en la vida cotidiana. Tal presentación del individuo en la vida cotidiana puede, en el límite, tornarse imposible ya que el sujeto en cuestión puede perder la consistencia. El sujeto en el límite puede quedar en una situación de ajenezado respecto de las coordenadas simbólicas que rigen la situación. Es por el hecho de comprender el estigma que estamos dispuestos a registrar a E. Goffman al considerar la idea de “pujar por la definición de la situación” y desplegar en el plano dramático los signos comunicacionales que pudieran imponer lo propio en la puja con lo ajeno.

*“Independientemente del objetivo particular que persigue el individuo y del motivo que le dicta este objetivo, será parte de sus intereses controlar la conducta de los otros, en especial el trato con que le corresponden. Este control se logra en gran parte influyendo en la definición de la situación que los otros vienen a formular, y él puede influir en esta definición expresándose de modo de darles la clase de impresión que habrá de llevarlos a actuar voluntariamente de acuerdo con su propio plan.” (Goffman, 2006: 4)*

En principio E. Goffman establece el cariz generalizado de la voluntad de control. Esta voluntad se despliega con independencia de los fines. Los fines son laterales a la voluntad, un mero detalle que no viene al caso. Nos ubicamos en un nivel que hace a la noción misma de situación y no al tipo de situación de la que se trate. A continuación, retenemos el trío conceptual constituido por influencia – expresión – definición y realizamos las siguientes consideraciones conceptuales en aras de nuestro objeto de reflexión y proponemos la siguiente elaboración:



- a. Los otros vienen a formular una definición de la situación y esta definición implica la voluntad de ejercer influencia. Lo ideal será llevar al otro a actuar voluntariamente y acorde al propio plan.
- b. No es necesaria la captación “correcta” de los signos expresivos implícitos o implícitos en la conducta comunicacional del otro. Por más que dichos signos permanezcan codificados y que dicha codificación sea asequible en alguna medida, sobre todo en los espacios de mayor cercanía semiótica entre los partícipes del evento, siempre quedará un espacio de opacidad.
- c. Dicho espacio de opacidad abre el campo de las suposiciones cruzadas en lo referido al propósito, a la voluntad y al deseo del otro. Esta dinámica nos remite a las formulaciones del psicoanálisis acerca del deseo del otro como amenaza. Más allá de los complejos procesos de identificación que abre la dinámica simbólica – especular (la referencia expresiva a rasgos simbólicos pertinentes que habilita la posibilidad de identificación), queda un resto irreductible a la imagen y a la regla simbólica que obliga al sujeto a preguntarse sobre “el verdadero rostro” del semejante. Más allá de la confianza que nos merece el semejante, siempre queda abierta la posibilidad de “captar” su verdadero cariz, la amenaza que percibimos en la perspectiva privilegiada de la “mirada de reojo” (Lacan, 2006; Žižek, 1999). Este es sólo uno de los aspectos que hace a la captación mutiladora que tenemos del otro; su imagen será siempre un objeto sumamente recortado y elidido, lo que nos obliga a desnaturalizar las descripciones, a evitar suponer que el otro con el que coexistimos se nos revela como algo transparente. El otro como objeto transparente y dado a la captación inmediata es una entelequia; para el sujeto “el otro transparente” está de alguna manera perdido.
- d. La expresividad es el medio por el cual los otros formulan ante mí la definición de la situación, la herramienta mediante la cual intentan orientar el sentido de la misma. Mi expresividad se orientará de manera tal que me permita aceptar la definición de la situación propuesta por el otro o en caso contrario tratar de reorientarla. Puedo o no aceptar la definición que el otro intenta imponer. Mi expresividad se desplegará como una herramienta que permite vincularse con otro que puja por la definición de una situación dada. Los patrones de expresividad

pueden ser descritos y tipificados según la situación. Resulta importante retener este hecho general de que el otro copresente en la situación me obliga a considerar el sentido de la misma, el otro me fuerza a considerar el sentido del contexto en que me encuentro arrojado. El otro se hace presente mediante su expresividad, implica la posesión de un conjunto de códigos de desciframiento de su conducta expresiva. No obstante, siempre permanecerá como una incógnita, como algo que no termino de poder descifrar, ya que el otro resulta ajeno, es por definición aquello a lo que no se accede. No existe el salto de patencia y el otro en tanto tal me está negado. Son espejos de espejos que se refractan en algún nivel que tampoco podría ser interno ya que no hay tal interior.

- e. Una vez establecida la presencia de la voluntad del otro podemos preguntarnos varias cosas: ¿qué es definir? ¿qué sería “tener un propio plan”? ¿hay tal “quién” que pudiera soportar la voluntad de planificar? ¿tiene el plan un contorno definido? ¿cómo sostener un mínimo de consistencia teórica al momento de “plantar” nuestros “actores en la escena”? ¿Qué o quiénes son “esos” de los que suponemos conceptualmente la acción dramática?

### **La escena social en una aproximación escénica en la comunicación**

Cuando se trata de la presencia en la escena social compartida atravesada por el alcohol, ciertas frases se repiten hasta el cansancio; a continuación, incluimos una expresión similar a muchas otras que hemos escuchado en lugares tan distantes como Cochabamba, La Paz, Santa Cruz de la Sierra, Oruro, Arequipa, Cuzco, Santiago de Chile, Buenos Aires, Bogotá, Santo Domingo, Córdoba, San Justo, Olavarría, Mendoza, Salta, Tucumán, Montevideo o Lima, plazas en las que hemos indagado el consumo de alcohol a lo largo de los años.

*“Cuando entro en un lugar siento que me atraviesan las miradas, me tomo unos tragos y me desaparece esa idea”.* (Cochabamba, 2013)

Esta frase no difiere demasiado de otras tales como:

*“Te preparas para ir hacia las chicas y con unos pocos tragos quedas a ‘punto caramelo’”*  
(Cochabamba, 2002).

Insistimos sobre estas dos verbalizaciones porque ambas ponen al desnudo la fragilidad del bebedor ante la mirada del otro con el que interactúa en la situación comunicacional. Las situaciones en que se toma alcohol implican una particular orientación de las miradas. La mirada del otro implica un desafío para el sujeto, ese es un aspecto de la situación que excede lo puramente sociológico de la constitución de estas conciencias. Desde un punto de vista conceptual, queremos destacar que ambas frases implican lo que P. Bourdieu ha dado en llamar “*unidad de la conciencia subjetiva*” que el individuo tiene del sistema social (Bourdieu, 2004). En esta tesis nos parece productivo prestar atención a la “*unidad de la conciencia subjetiva del bebedor en Cochabamba*”. Cuando nos referimos al objetivo de la tesis “la espacialidad urbana atravesada por el alcohol”, definimos un ámbito muy amplio, una serie de coordenadas generales que sirvieron de plataforma, de punto de partida para la reflexión: la autorrepresentación del cochabambino, la manera en que se recorta respecto de las otras ciudades comprendidas en el eje troncal, la división interna de la ciudad en espacios antagónicos norte - sur. Todos estos ejes nos permitieron ubicar al bebedor en el contexto territorial y simbólico de la ciudad, para luego vincularlo con el aquí y ahora de la situación en la que se hace presente como un cuerpo. Conforme se fue avanzando, se fueron precisando los límites de la exploración hasta arribar a la idea de la “*unidad de la conciencia subjetiva*” que nos permitirá una entrada acotada a la cuestión de la sociabilidad atravesada por el alcohol. El eje de la “*unidad de la conciencia subjetiva*”, cobra relevancia cuando la bebida ingresa en situación, cada vez que esos bebedores se reúnen a beber y se barajan las bebidas. La conciencia subjetiva sólo puede estar situada a nivel de un bebedor; se plantea en el “uno por uno” de los bebedores. Pero beber no es “uno por uno” de seres aislados, sino “cada uno” puesto en situación, es decir, en un contexto socialmente estructurado en que se hace copresente con otros (incluso en aquellos casos del que bebe en solitario). Esas situaciones, por otra parte, se tornan socialmente estructuradas por la asignación de valor a las bebidas, a la performance del actor y al contexto, articulados en esquemas de rutinas materiales (incluso los sistemas de distribución, la organización jerárquica de los grupos humanos y la ubicación del individuo en el medio social). La estructuración de la conciencia subjetiva del actor será un eje desde el cual organizar nuestras reflexiones, es central a la constitución de nuestro objeto de estudio. Esta faceta nos es sugerida por Bourdieu en su texto *El baile de los solteros*. En este texto nos insta a

determinar de manera precisa cuál es la faceta que funcionará como punto de partida para la construcción del objeto de estudio, así:

*“Sin duda la constitución del objeto de investigación como tal, presupone también la selección de una faceta determinada”* (Bourdieu, 2004: 129).

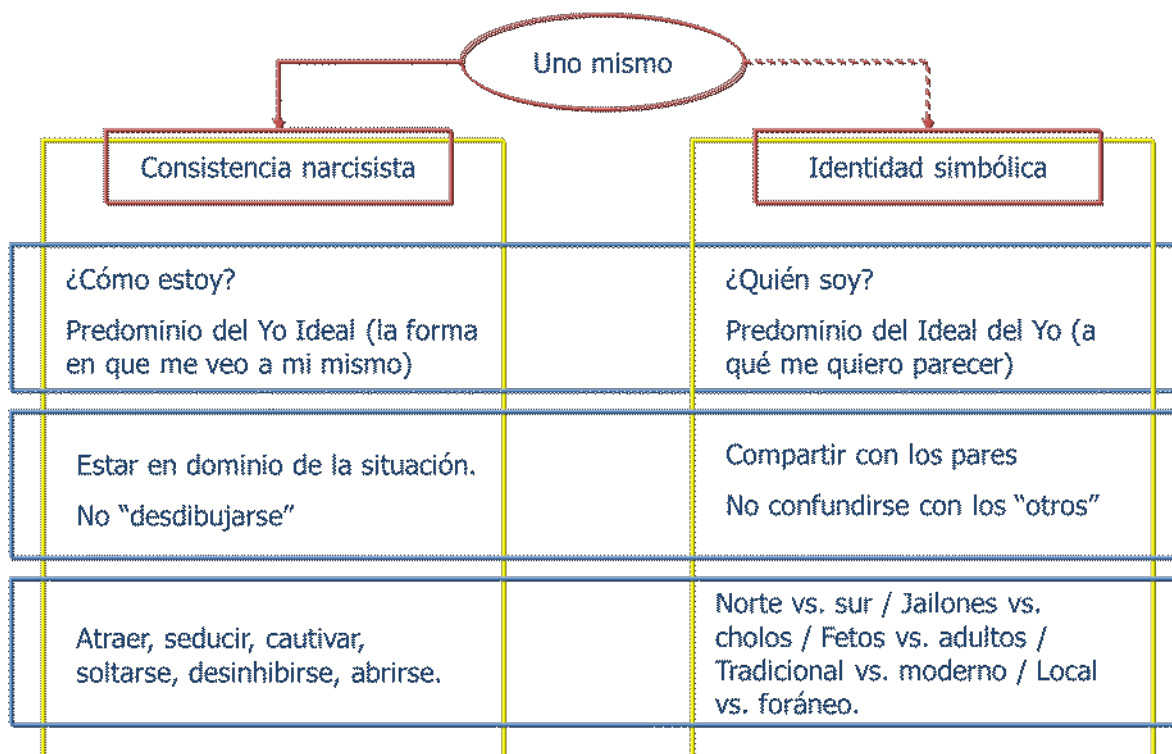
La faceta desde la cual partimos, el eje del trabajo, se sitúa en el aquí y ahora de la situación de beber como un espacio en que se estructura la conciencia subjetiva del actor. No se trata de sostener que ese espacio del “aquí y ahora” sea autónomo, ni que responda a regulaciones que se circunscriben sólo a la situación, tal como lo pregonaba cierta forma de micro sociología. El actor ubicado en situación, se encuentra atravesado por lo social y su estructuración (Giddens, 2006). La situación tal como aparece para el individuo situado, lo preexiste como sentido, el marco físico del entorno, los objetos dispuestos en la escena y la valorización general de su propia presencia, se vincula con un mundo que excede este escenario – situación. La forma en que el individuo se percibe a sí mismo y el sentido que se enlaza a dicha percepción, orientan a su vez su afectividad. La conciencia subjetiva de la situación se torna comprensible una vez que se la conecta con el mundo social. El actor no llega con las manos vacías a la situación, arrastra su historia personal, su aprendizaje de la lógica de situaciones similares y sus reglas, su asignación de lugares sociales organizados de manera jerárquica en un mundo en que los bienes y capitales tienen una distribución desigual, incluso su corporeidad se encuentra socialmente modelada. No obstante, y a pesar de todas estas servidumbres, es también un individuo quien liga el sentido a la situación. Opera como portador vivencial de una conciencia subjetiva de la situación. Cuando en esta tesis nos referimos al “bebedor” lo hacemos tomando en cuenta que las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas lo convocan:

- como corporeidad arrojada a la situación
- que su corporeidad se encuentra conformada por un aprendizaje social (saber moverse en situación / asignar un significado a la presencia de su cuerpo en el espacio)
- que en esta situación de interacción comunicacional se encuentran a merced de la mirada del otro,
- que la situación se encuentra regulada por reglas socialmente conformadas
- y que es portador de una conciencia subjetiva de la situación.

Nuestro propósito es encauzar una reflexión sobre una situación determinada de confluencia con el alcohol para los cochabambinos, su manera de ubicarse en las diferentes situaciones y el sentido vinculado al contexto de interacción. Se parte de una faceta vinculada al aquí y ahora de la sociabilidad nocturna situada en el territorio cochabambino. A continuación, presentaremos un esquema conceptual mediante el que intentamos circunscribir la dinámica de la conciencia subjetiva del bebedor ubicado en el aquí y ahora de la situación. Para ello y, tal como anticipamos, utilizaremos categorías provenientes del psicoanálisis, en particular la oposición entre el yo ideal y su vínculo con la dimensión imaginaria y el ideal del yo, vinculado a la identificación simbólica (Lacan, 2002; Žižek, 1999; Laurent, 1999). Nuestro análisis de la conciencia subjetiva de la situación parte de considerar la dinámica que abre la frase *el alcohol permite ser 'uno mismo'* que, con distintas modulaciones, hemos podido recoger en estudios sobre el consumo de alcohol en muy diversas locaciones en Latinoamérica.

## El alcohol permite ser “uno mismo”. Dinámica de la imagen subjetiva

*“Cuando se toma eso a uno le permite **ser uno mismo...**”*



**Ilustración 11:** Dos facetas del sí mismo: consistencia narcisista e identidad simbólica.

Tomar “*para ser uno mismo*” implica el interés del sujeto por adecuarse a la situación y, a su vez, la dependencia respecto de la mirada del otro con el que se hace copresente en la situación de interacción comunicacional. “*Uno mismo*” evoca un registro mental de la performance del sujeto en situación. Ser “*uno mismo*” implicaría adoptar alguna versión ideal de lo que se debería ser. Expresa la voluntad de saltar las trabas que impiden el florecimiento, la libre expresión de una potencialidad.

Una faceta singular de nuestros cochabambinos es una timidez proverbial, atributo del que hacían gala allá por el año 2002. O lo era, ya que en nuestro retorno en 2013 pudimos apreciar que esa tendencia retrocedía, ya no parecía reinar con la misma fuerza. Una timidez tal que lo impulsa hacia la bebida en un intento por aflojar las trabas. Este rasgo de la “timidez proverbial” delata fragilidad. La timidez, la vergüenza, la mirada del otro han sido acicates para la reflexión teórica de filósofos fenomenólogos, literatos, psicoanalistas y

sociólogos. Cautivaron a Sartre, tanto en su rol de dramaturgo como de filósofo, a Merleau Ponty, a Lacan, a Bourdieu y a Goffman. La timidez tiene un costado posicional ya que ubica al sujeto en relación a sí mismo y a un otro. La timidez implica un registro reflexivo. La timidez desdobra, hace presente al doble especular, abre dinámicas. El análisis de la timidez revela su vinculación con el amor y la rivalidad. Debemos analizar qué pasa cuando “*uno mismo*” se encuentra en escena con “*los demás*” y cuál es el lugar que ocupa el alcohol en este drama.

En el esquema 12 se conectaba la expresión “uno mismo” con dos nociones: “consistencia narcisista” e “identidad simbólica”. Por el lado de la consistencia narcisista se desarrolla la percepción del individuo en situación. ¿Cómo estoy? ¿Cómo me veo? Es lo que se conoce como el predominio del Yo ideal. A este nivel se trata de analizar la imagen que mantengo “*en mí*” sobre “*mí mismo*”. La conciencia de ser una superficie reflectante, es decir, algo dado a los demás que, en el límite, se encuentra abandonada a la posibilidad de la entronización o del escarnio. En esta vertiente pesa sobre todo la voluntad de dominar, de controlar las consecuencias de la exhibición. Nos movemos en el registro de la imagen de sí. Cuando se pone bajo consideración la cuestión de la imagen, su estructura o su descripción fenoménica puesta en situación, se manifiesta inmediatamente la duplicación. La imagen siempre *es de otro*, nunca es “*de uno*”. La forma en que me veo implica una duplicación, aquel que ve no coincide con lo visto. Siempre queda una reserva de distancia entre quién “*se ve*” y “*lo visto*”. La identificación plena con la propia imagen implica cierto grado de locura, una cancelación de la instancia de juicio. Locura como falta de distancia<sup>44</sup>. La bebida permitiría acallar esa voz, esa instancia a la que se otorga la potestad de emitir el juicio, de contestar el “*cómo me veo aquí, ahora*”. Esa cancelación de la instancia judicativa opera por euforia o por embotamiento. Eso es lo que promete la bebida cuando “*me permite ser cómo soy*”. Se trata de apuntar a la integridad de la imagen, a la consistencia. Esto es lo que esconde la expresión “*mi mejor versión*”. La ebriedad promete la cancelación de la mirada internalizada del otro.

---

<sup>44</sup> En nuestro medio, en Argentina, se suele referir a la gente vanidosa con la expresión “*se la cree*”. Quien “*se la cree*” pierde la distancia entre el “*ser*” y el “*parecer*”. El ser y el creer abren una dinámica compleja, que la frase “*ser quien soy*” ilustra suficientemente. El alcohol, dada su capacidad de generar euforia o embotar, incide en la relación del bebedor y su imagen. Zizek hace alusión a una cierta distancia entre el sujeto y la imagen con la que se identifica. Esta distancia establece una brecha irreductible entre el sujeto y el Otro (consecuentemente abre el enigma por el deseo del otro).

Hay algo manifiesto en la población de varones de esta comunidad en 2002, su cortedad, su timidez. Se declaran tímidos, dificultados de sostener la prestancia ante el sexo opuesto, presas de la vacilación. Esto vale como generalidad, como percepción del “estilo personal” del cochabambino, obviamente, en el plano de la casuística nos hemos encontrado con excepciones, con individuos desenvueltos con alta estima personal y con manejo espontáneo de la situación. Aún en estos casos, la timidez regional se hace presente como contraste, la seguridad de estos individuos se recorta contra el telón de fondo de la timidez general. No es fácil para ellos acercarse al sexo opuesto. O no lo era, ya que en 2013 en ocasión de otro viaje e incluso antes en 2007 se percibía un aire de renovación relacionado con los recambios generacionales y la modernización de la sociedad, los estilos, la relación entre los géneros y, en cierto modo, las costumbres.

Al costado derecho del esquema 12 se ubica la noción de “identidad simbólica”. Esta noción se conecta con la idea de “*uno mismo*” mediante una línea punteada. Se quiso diferenciar el vector que conecta “*uno mismo*” con “*identidad simbólica*”, de aquel que lo hace con consistencia narcisista ya que las dinámicas a las que aluden difieren. Para dar a comprender esto retomamos a Bourdieu, en uno de los momentos en que reconstruye una dinámica particular de asunción de la imagen. Su fineza como sociólogo y su capacidad para problematizar la estructuración de la posición del agente, no siempre se ha visto acompañada por una captación profunda de la situación de interacción en el plano psicológico. No obstante, existen excepciones entre las cuales se destaca por su gran pertinencia para esta tesis su trabajo de sociología rural en torno a “*El baile de los solteros*” (Bourdieu, 2004). Bourdieu construye un objeto teórico partiendo de la observación de una escena de baile en una festividad rural. Esta escena del baile de los solteros es retomada por Bourdieu en forma obsesiva. El autor vuelve sobre ella en tres oportunidades separadas por décadas, se le presenta un enigma cuya lógica interroga hasta las últimas consecuencias y en varios planos. Lo que intriga a Bourdieu es la presencia de unos individuos maduros que no bailan y se mantienen ubicados al costado de la pista durante una festividad comunal a la que el autor concurre. Estos individuos no bailan, estos individuos no pueden bailar, estos individuos temen bailar. ¿Por qué estos individuos no logran participar? A partir de un interrogante tan simple llega a construir un mundo, una compleja trama en la que se anudan la historia de las heredades rurales, la relación



estilística del campo y la ciudad, el destino de los géneros y, lo que nos interesa en particular, un rescate de la situación inmediata e interindividual. Aquellos que no bailan son los dueños de las pequeñas heredades rurales, los cabezas de familia, los herederos. Atados a parcelas de tierra poco productiva y ligados a una estilística local desactualizada, estos pequeños propietarios rurales carecen de la prestancia personal que les permita bailar. Bailar, dice el autor, implica tener seguridad sobre el propio cuerpo, sobre la imagen personal. Estos individuos pertenecen a un mundo que declina, con sus vestimentas antiguas y sus movimientos toscos. No logran competir con los jóvenes de la ciudad, con sus maneras actuales, su vestimenta, su forma de agarrar el cigarrillo, sus peinados. La declinación del valor patrimonial de su heredad es correlativa a su falta de renovación, a lo desactualizado de su aspecto personal. ¿Por qué no pueden bailar? Cuando se enfrentan a las jóvenes, estas les devuelven una imagen que los cristaliza, que los fija en un punto desde el cual no pueden actuar. Bourdieu nos relata que quedan, congelados, “*mesmerizados*”. El campesino queda “*mesmerizado*” por la imagen que le devuelven las jóvenes. “*Compra*” la imagen que le devuelven las jóvenes. De allí en más no podrá actuar. Cuando se ve obligado a salir a la pista, escenifica un remedo de sí mismo, opta por el ridículo, mueve los brazos y las piernas como un pelele; esta pantomima testimonia su renuncia ante la situación de interacción con las mujeres. La riqueza fenoménica de esta descripción bourdiana es notable.

¿Qué ve Bourdieu en el baile del campesino una vez que su sociedad y el valor de su patrimonio entran en crisis? Con una particular agudeza, en su texto tal vez más íntimo, intuye el vínculo entre la articulación de la imagen del sí y de la imagen ideal. La distancia que media entre los unos y los otros. A continuación, analizaré una descripción que realiza el autor de los campesinos bearneses, sus “solteros”, que viven la situación del baile como marginación, que no se consideran “elegibles” y se agrupan en un conjunto patético ubicado en torno de un espectáculo, el baile, del que se saben excluidos y del que activamente se excluyen. Mediante este análisis pretendo deslindar algunos componentes genéricos de la situación de exposición frente al otro en la escena de la sociabilidad tensa, aquella que nos revela el lugar y nos permite el acceso al contacto de los cuerpos.

*“En efecto, incómodo con su cuerpo, se muestra tímido y torpe en todas las situaciones que implican salir del propio ser u ofrecer el propio cuerpo como espectáculo. Ofrecer el*

*propio cuerpo como espectáculo, en el baile, por ejemplo, presupone que uno acepta exteriorizarse y que tiene una conciencia satisfecha de la propia imagen que entrega a los demás. El temor al ridículo y la timidez, por el contrario, están relacionadas con la conciencia aguda del propio ser y del propio cuerpo, con una conciencia fascinada por su corporeidad.”* (Bourdieu, 2004: 117).

En primer lugar, se destaca un desdoblamiento inherente a la situación. Sufrimos, en la escena social de máxima exposición, un desdoblamiento y somos nosotros en primer lugar los que emitimos el juicio mayor (de adecuación o inadecuación). Juicio que no es necesariamente explícito para nosotros mismos. No obstante, el juicio que pesa sobre nuestro ser en situación, está inscripto en el cuerpo. Bourdieu invoca un desdoblamiento, una duplicación de la imagen de sí. Se trata de un tipo de registro del propio sujeto respecto a su situación y un registro del investigador de una modalidad de conciencia que lo coloca sobre la pista constructiva del objeto de estudio. La dilucidación de la forma que adopta la conciencia del individuo en situación no es, obviamente, explicativa per se; no obstante, es un punto de partida legítimo, implica la apertura de interrogantes con gran potencialidad constructiva. Para nosotros será importante registrar el grado de comodidad con que los individuos logran situarse en las escenas. En nuestro caso de análisis de la sociabilidad nocturna vinculada a la bebida en la Ciudad de Cochabamba, al igual que en el relatado por Bourdieu, se trata de experiencias de sociabilidad en las que el sujeto se encuentra en una situación que implica un determinado nivel de exposición, desde niveles mínimos a máximos de tensión respecto de la mirada ajena. En su texto, Bourdieu menciona la “incomodidad” con el propio cuerpo. Incomodidad es uno de los nombres que puede recibir la percepción interna, la resultante de la relación que se establece con la propia imagen. Dichas sensaciones o percepciones pueden ser desarrolladas por el propio individuo e incluso pueden llegar a ser tematizadas en relación con diversos tipos de contenidos disponibles en forma colectiva y tipificables en forma de rasgos o criterios socialmente distribuidos de medida (como dimensión que se debe detectar empíricamente). Por otra parte, el autor nos habla de “*salir del propio ser*” para ofrecer el propio cuerpo como espectáculo. ¿Qué podría ser “*el propio ser*”? En principio una zona de confort, una zona de seguridad. Se trata de algo muy difícil de definir y que, no obstante, aparece constantemente referida por los individuos a los que entrevistamos. Existen trabas que

impiden al sujeto ser como es, desplegarse en su ser auténtico. Ahora bien, qué es, y dónde podría situarse esa “autenticidad”. Se trata de la forma en que el sujeto intenta referirse a un núcleo íntimo, algo que le fuera propio, a un reservorio en el cual su “verdadera naturaleza” pudiera florecer, expresarse de manera plena, sin las restricciones que le impone el control. Para ello debieran disiparse los temores, los frenos que implica la mirada del otro. Desde este punto de vista la disolución de la mirada del otro es una precondition para la revelación del propio ser. “*Ofrecer su propio cuerpo como espectáculo*”, implicaría sobrepasar los condicionamientos que frenan al sujeto, que lo constriñen, que le impiden manifestarse, pero también implicaría un tipo de experiencia vinculada con un despliegue satisfactorio. Se trata de la experiencia de ser aceptado. La caída de barreras inhibitorias promovería su integración y le permitiría el acceso a un plano en el cual se pudiera dramatizar su posición de forma exitosa. Este lugar no puede ser otra cosa que un espejismo. Ese es un lugar que, a su vez, consideramos vinculados con la ingesta de alcohol, con la promesa subyacente de la ebriedad.

Bourdieu recoge testimonios que ilustran la caída en la botella de estos patéticos personajes bearneses. No puede extrañarnos que estos individuos, carentes de consistencia personal como para bailar, caigan en la bebida, ahoguen su destino en el alcohol; se desmoronen. Bourdieu nos comenta que los hombres en cuestión quedan “*mesmerizados*” por la mirada de las muchachas. Convivir con el otro en situación implica “*quedar a disposición*”, tal como acota (Goffman, 1991). “*Quedar a disposición*” implica estar expuesto al juicio que el partenaire emite sobre nosotros. Ese juicio se constituye a la manera de una imagen que suponemos que el otro se forma acerca de nosotros. Estas imágenes que el sujeto supone en el otro, que permanece tácita y que se puede revelar en formas de comunicación verbal o no verbal. Imágenes que por otra parte son supuestas, construcciones que no dejamos de realizar. Ahora bien, *quedar mesmerizado* implica la aceptación de la imagen que el otro devuelve; establecer como propia la imagen que supongo que el otro se forma de mí. Siempre queda la alternativa de rechazar la imagen que el otro me devuelve, de polemizar. La promesa “*dadora*” del alcohol es esa: no quedar paralizado, mesmerizado. El alcohol promete que, a expensas de su efectividad embriagante, podremos olvidar por un lapso aquello que traba, que impide bailar. El alcohol permite interceptar una captación desfavorable de la imagen de sí. Imagen que se atribuye al otro, con o sin razón, eso no

importa. No es el otro la fuente sino el portador de la imagen. La fuente proviene de otro lugar, de otra instancia. Eso queda claro, no se debe confundir la imagen en sí misma con el rasgo simbólico ideal que la anima. La imagen que el individuo toma como propia se forma a partir de determinados parámetros socialmente establecidos. Estos parámetros permiten situar aquellos rasgos que el sujeto asume como propios. Se trata de rasgos que constituyen la identidad simbólica. La identidad, como noción estática se vincula con algún rasgo, consiste en rasgos. Son términos, denominaciones que se instituyen en el plano relacional. Pueden formar sistemas más o menos coherentes, con contornos definidos o difusos. Cuando nos referimos a rasgos simbólicos, aludimos a parámetros de valoración social, de lo atractivo y lo no atractivo, de lo elevado o lo bajo, de lo que se adapta o no a las modas, de lo que es sancionado positiva o negativamente por el entorno socializado en que los sujetos se sitúan. Son potencias, son fuentes de energía que animan la imagen y a la vez la orientan. Lacan, en ocasión de su célebre esquema del ramillete invertido identifica un punto óptico de cruce que orienta el “espejo plano” del orden simbólico (Lacan, 2004). Un sujeto, que, advierte, no debe confundirse con un ojo, orienta el punto ideal desde el que recibimos la imagen invertida. Imagen, virtualidad, inversión, son términos que nos recuerdan el tipo de drama que se ha de jugar en la escena, escena ideal.

Entre uno y otro costado del esquema 12, registramos como “*uno mismo*” se despliega en dos operatorias diferentes, la del yo ideal y la del ideal del yo. Por un lado, se juega la consistencia, es decir el registro narcisista pendiente de la completitud de la imagen, y por el otro se juega la referencia ideal al rasgo simbólico, la regulación. Una de las funciones regulativas de la imagen en su vínculo con lo simbólico, es la determinación de puntos ideales desde los cuales el individuo se percibe a sí mismo y se valora positiva o negativamente. El psicoanálisis deslinda dos niveles, el yo ideal, la imagen que el individuo tiene de sí mismo, y el ideal del yo que es el parámetro desde el cual se realiza el juicio de valor, es decir la instancia regulativa o la vara que se utiliza para juzgar la imagen. Responde a la distinción que retoma S. Zizek de J. A. Miller entre identificación imaginaria, aquella identificación desde la que nos resultamos amables, y la identificación simbólica, que alude al lugar desde el que nos observan, desde el que nos miramos para sentirnos o no amables o dignos de amor (Zizek, 1992). Solemos pensar en los ideales como en algo razonable, de hecho, la discusión política suele detenerse en la consideración

de la justicia, verdad o valor de los ideales. A los ideales, por consiguiente, se les puede suponer funciones de tipo socio-sintéticas. No obstante, Lacan propone una imagen totalmente diferente de la función del ideal, al sostener que el contenido mismo del ideal es totalmente contingente y carente de verdad intrínseca (Lacan, 2006). No existe un plano de justificación meta del ideal, se trata de un elemento regulativo cuya virtud de mandato no emana de ninguna fuente trascendente, sino que se hace valer como postulación performativa. Para los que se encuentran habituados con la obra del autor, resultará claro el parentesco entre esta forma de pensar el ideal con el conjunto de afirmaciones que sostienen que *no existe Otro del Otro* (Lacan, 2015). Basta detenerse a constatar una serie histórica de los ideales vigentes en cualquier sociedad, para percibir cómo los mismos cambian según lo que podemos llamar el “*clima de una época*”. Aquello que vale en un momento histórico y en un lugar determinado, se desvaloriza y es suplantado por otro valor. Es por eso que resulta conveniente, en el plano de la evaluación crítica de los mandatos sociales, detenerse no tanto en el contenido de los ideales, sino en la forma que adoptan los llamamientos y la manera en que quedan situados los sujetos en su trama. El interés por la referencia a Lacan es clave para esta tesis ya que aporta esta doble andadura del mecanismo, la referencia articulada a dos fases de la imagen. Para Lacan el contenido de la imagen es siempre contingente, lo que resulta clave es detenerse en la estructura formal que conecta dos planos: el de la imagen y el de la perspectiva simbólica que la sitúa.

Bourdieu nos entrega una lectura de la imagen vinculada a la estructuración social de las posiciones. En el caso que analizamos, la imagen que recibe el “soltero que no baila”, el “búho”, el “palurdo”, se encuentra conformada, rastreada en términos de curvas económicas de desempeño del patrimonio, en migraciones rurales al medio urbano vinculadas a la problemática de género, en evolución de las maneras de moverse y de vestir, en transformaciones de la estructura familiar y de la voluntad de las mujeres a soportar estructuras de roles en la dinámica hogareña, es decir, todo encuentra una explicación, todo ello encuentra sentido en la composición de lugar que nos propone el autor. Explicación que, por supuesto, articula contingencia, lógicas que se encuentran con el caos para devolver regularidad. Ese intercambio de imágenes entre el pobre personaje que no puede bailar y el desdén supuesto en la mirada de la joven hace a la “*unidad sintética de la conciencia subjetiva*”. Si Lacan nos interesa por la constitución bífida de la

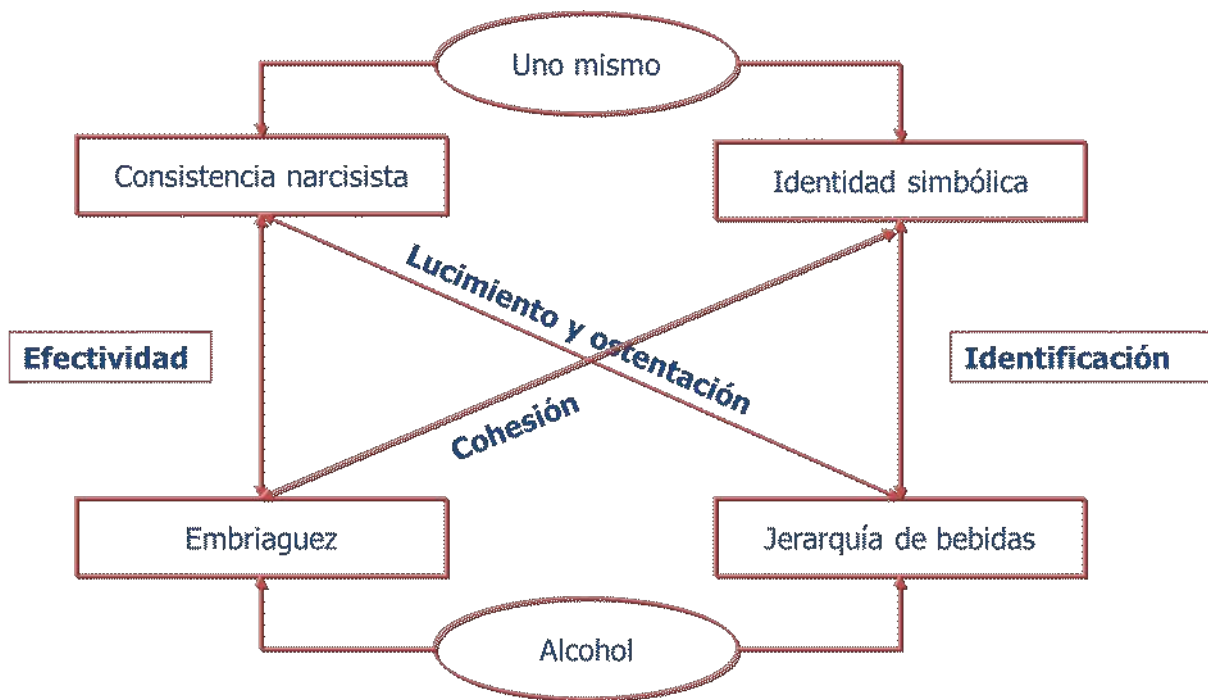
imagen, Bourdieu nos interesa por el vínculo que se puede establecer entre la imagen de sí y la unidad sintética de una conciencia individual. Bourdieu nos permite adentrarnos en el momento vivencial ante la imagen. El punto en que la persona individual vive en función de la regla del lugar. Este punto, este fulcro, nos incita a tender un puente hacia las bebidas, bebidas que encuentran su “razón de ser” en el punto en que “uno mismo” refiere a la consistencia narcisista. “*Ser uno mismo*” es un anhelo de quien intenta dominar el lugar, dominar la escena interindividual. Esta escena, tal y como la entendemos en esta tesis, se encuentra reglada por lógicas contingentes de distribución del valor. Para nosotros, la bebida alcohólica será un puente para reflexionar. En un margen del puente se ubica la necesidad de consistir, de sostener una imagen, se trata de la lógica narcisista del yo ideal. En ese registro, somos golpes de luz sobre semblantes, superficies imaginarias. En el margen opuesto, las bebidas regladas por el valor se relacionan con la constitución simbólica de los objetos sociales de consumo. De eso, del valor nos ocupamos en el capítulo 4 al analizar las bebidas como un sistema.

La problemática del “ser” se manifiesta de manera patente cuando nos aproximamos a la situación de sociabilidad nocturna, es decir, cuando nos detenemos en lo que implica la presencia del otro en una escena social en la que el acercamiento y la seducción se ponen en primer plano y el valor pareciera exponerse de manera cruda. El alcohol, dicen aquí, en Cochabamba, “*te permite ser como sos*”.

### **Circuitos primario y secundario en el consumo de alcohol**

La consistencia narcisista se sostiene o se pierde de acuerdo al grado de embriaguez. En ese sentido la bebida vale según su efectividad. La identidad simbólica se relaciona con la jerarquía de las bebidas en un proceso de identificación. De esta manera, aquello que ocurre a nivel del cuerpo, los procesos orgánicos de asimilación del alcohol se vinculan con procesos que ponen en escena la estructuración social. Dos procesos, uno a nivel orgánico y otro de proyección social se unen en aquello que Bourdieu llamaba “*lectura social*” y “*reutilización biológica*”; la sede es el cuerpo. El alcohol afecta el modo de ver. A nivel del cuerpo físico, en la materialidad de arterias, en el desplazamiento del oxígeno, en la euforia o en el desmayo, se opera la alquimia de la imagen. Se afecta el modo de ver. El

alcohol nos afecta en el plano de la imagen personal. “Ver” implica de entrada la reciprocidad de los puntos, si veo un punto, puedo ser visto desde ese punto (Berger, 2009, 2014). El alcohol altera la percepción, modifica la relación con el punto de vista desde el que podemos ser vistos (operación que se efectúa sobre el sí mismo y sobre la imagen supuesta proyectada del punto de vista del otro). En el otro flanco, los alcoholes se organizan en jerarquías y, como tales, forman parte del “ *cuerpo inorgánico* ”, de la parafernalia con que se viste el bebedor en la escena. Identificación y efectividad, por otra parte, se unen en un cuadro de decisión, de elección de la bebida adecuada según veremos en el capítulo siguiente cuando ingresemos en la lógica de articulación de las bebidas.



**Ilustración 12:** Circuitos primario y secundario en el consumo de alcohol.

### **Circuito primario en el consumo de alcohol**

A esta altura podemos resumir lo antedicho. El circuito primario esquematiza las intuiciones y desarrollos en torno a la relación del individuo con su propia imagen, el acto de juzgarse desde la “perspectiva del otro”. Perspectiva interiorizada.

Perspectiva interiorizada, pero articulada por un mecanismo de proyección del punto de vista, según una certeza imaginaria estructural a la percepción, según nos recuerda J. Berger: podemos ser vistos desde el punto al que miramos (Berger, 2009, 2014).

Este circuito muestra un núcleo básico de relación con la bebida, el vínculo más primario. “*Ser uno mismo*” es un anhelo muy general. Indica una forma de ser y proceder (eficientemente / libremente / logrando lo que se busca / realizándose / accediendo al placer). El mecanismo se monta en una falencia: el sujeto no puede, por algún motivo, ser “el mismo”. Ser “uno mismo” significa enfrentar al “otro” o acercarse al otro. El sujeto, pendiente de su limitación en el contacto con el “otro”, la supera. El sujeto plantea que, en la vida corriente, se encuentra limitado, no logra desplegar su “*verdadero ser*”. La oposición a nivel del sujeto se desplaza entre lo que el sujeto “*suele ser*” (versión limitada del sujeto) y lo que el sujeto “*logra ser*” cuando algo se libera en él, (cuando es posible ser “*uno mismo*”). Esa liberación “habilita” al sujeto y le permite el acceso al placer, (esa es la promesa).

La clave de la relación primaria con las bebidas alcohólicas es la capacidad euforizante, no tanto por su consecuencia orgánica como por el registro psíquico. Un individuo eufórico es un individuo que ha logrado desinhibirse. Para lograrlo debe abandonar, en cierta medida, el control de sí mismo (para ser uno mismo hay que “dejarse llevar”). El proceso de “*ser uno mismo*” tiene una connotación de liberación: el individuo busca liberarse para entrar mejor en contacto con el otro: perder las trabas para que las relaciones interpersonales se vuelvan más placenteras (hedonismo).

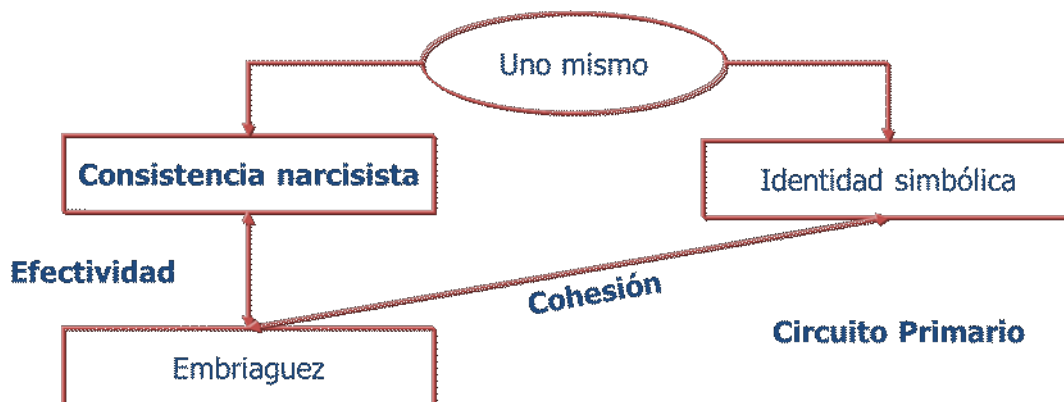


Ilustración 13: Circuito primario de consistencia narcisista.



## El circuito primario y la pérdida de consistencia



Ilustración 14: La desintegración narcisista y la borrachera.

El abandono tiene un límite. Si el sujeto se “deja llevar” más allá de lo prudente, el alcohol pierde su rol de “dador” y de “habilitante”. Surge su contracara tanática, el consumo “depresivo” las tendencias negativas, el abismo, el consumo en solitario, el exceso, las enfermedades crónicas, el coma alcohólico y, finalmente, la muerte.

El alcohol se percibe como dador, pero al mismo tiempo se lo considera un objeto peligroso. La relación con el mismo es ambigua (sensación de vértigo). Cuando se habla de alcohol se pasa de la risa celebratoria (regocijo por lo hedónico y camaradería machista) hasta la condena moral.

Se refieren a un límite impreciso en que el “*uno mismo*” queda reducido a un despojo. Pérdida total de consistencia narcisista y desintegración del yo<sup>45</sup>. El individuo desciende hasta el punto más bajo de la escala en términos simbólicos. Esto se produce cuando el sujeto pierde su sostén. Se siente como correcto perder las inhibiciones e incluso se puede aceptar la pérdida parcial de conciencia, en Cochabamba no se asustan de una borrachera fuerte, sin embargo, el alcohol debe justificar su ingesta en relación a lo hedónico: el

<sup>45</sup> Heath describe esta situación de pérdida en los siguientes términos: “Sin embargo, el etanol tiene un doble impacto en el organismo. Después de cierto nivel de concentración (con espeluznantes diferencias entre cada uno de los seres humanos) ya no actúa como estimulante sino, por el contrario, como depresor. Esto es lo que “acaba con la memoria”, hace que el embriagado pierda coordinación e incluso la conciencia. Es esta la depresión alcohólica que hace que los borrachos “hablen con voz diferente”, que los hace ser “otros y no ellos”; les hace perder la conciencia e incluso “ser como un muerto”. (Saignes, 2015: 125)

disfrute de la bebida (tomo porque me gusta) o por su papel dador (euforia en las situaciones de interacción social)<sup>46</sup>.

En Cochabamba se asocia este proceso de degradación con el consumo de alcoholes puros entre los sectores pobres, en la campaña o de los mineros y otras profesiones asociadas con el esfuerzo físico y la producción tradicional.



Ilustración 15: Desintegración narcisista del sí mismo, el alcoholismo.

Dado el problema que representa el alto nivel de consumo de alcohol en Bolivia en general, la justificación hedónica es casi una obligación moral. El consumo solitario o el consumo melancólico llegan a angustiarse y se relacionan directamente con la muerte y el temor a la desintegración del yo. Por ende, las bebidas con alcohol deben tener algún aspecto positivo (hedónico, estético, eufórico). En los casos en que esos aspectos desaparecen o se debilitan, la bebida pierde su “aura” de protección imaginaria y se convierte en un objeto moralmente reprochable y cargado de amenazas.

El cochabambino medio tiende a ubicar el problema en otros sectores más bajos. El nivel de consumo que tienen ellos y su entorno inmediato se considera tal vez un poco alto pero razonable. Siente que el alcohólico “verdadero” es el del campo, el minero o el albañil. Entre este sector medio, el alcohol puro, el “tirillo” está estigmatizado.

<sup>46</sup> En el mundo andino se suma una dimensión trascendental de la bebida, en particular de la chicha como medio de contacto con “el otro”, el ingreso en un plano superior, a través de la embriaguez (Saignes, 2015). La figura del otro adquiere una triple dimensión, la del otro semejante, la del otro aspecto de nuestro ser y la del otro del plano trascendental. Esta importante cuestión excede el objeto de nuestra tesis, motivo por el cual no profundizaremos en su exposición o análisis.

Uno de los desafíos mayores del enfermo alcohólico es aceptar el problema. El problema propio aparece antes que nada como el “problema de otro”. Quien está preso, entre las garras del alcohol “*es otro*”, pierde la integridad. El alcohol aliena, cuando impera, “*nadie es uno*”.

### **Vínculo con el alcohol en el nivel primario**

La capacidad embriagante es la diferencia específica del genérico de bebidas alcohólicas. Prometen un efecto llamado “embriaguez”. Esto hace a su contenido hedónico (dionisiaco). El vínculo primario con las bebidas alcohólicas se vincula con su efectividad. La efectividad embriagante es una de las bases principales de contraste entre bebidas. La efectividad embriagante nos permite establecer un primer nivel de diferenciación entre las distintas bebidas. A este nivel las bebidas de manera primaria se diferencian por el contenido de alcohol. Cada bebida en particular se asocia con una graduación alcohólica (pueden tener variaciones, pero dentro de un umbral). En una aproximación primaria, la oposición principal se da entre bebida fuerte y bebida suave a partir del contenido de alcohol.

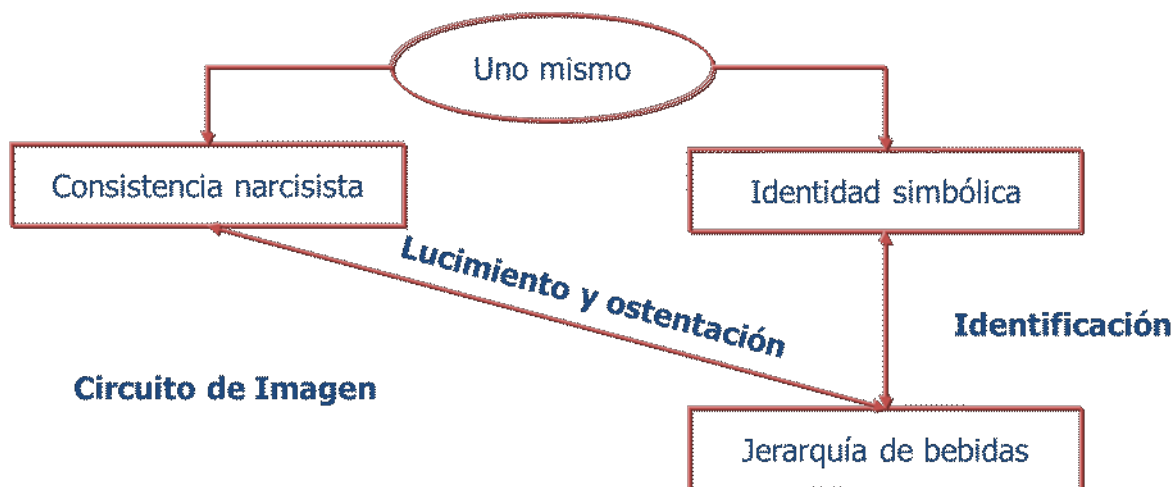
El efecto psicofísico apunta al núcleo emotivo más primario del consumidor: a su consistencia personal (en el fondo, su desamparo y su falta de seguridad). Su función es de apuntalamiento. Cuando se baja a un nivel tan precario, los criterios simbólicos se debilitan y las acciones y evaluaciones adquieren una mecánica racional (valoración de la bebida por su efectividad en la producción de la embriaguez y cálculo del tiempo que insume llegar a la misma). El individuo se relaciona con las bebidas “*sin tantas vueltas*”: “*Cuando uno está en esas situaciones lo que quiere es llegar al punto justo*”.

Esta función emotiva puede ser medida, se somete a la evaluación por patrones racionales y mensurables. Estos factores expresan el costado objetivo del vínculo primario y son:

- (a) rapidez con que las diferentes bebidas cumplen su función
- (b) efectos posteriores de su ingesta (corto y largo plazo)

A su vez estos factores se cruzan con otro parámetro objetivo de ponderación en el plano dinerario. El vínculo primario, vinculado a los efectos materiales de las diferentes bebidas y su impacto psico físico, se relaciona con el monto de dinero que se debe invertir para obtener el grado de embriaguez perseguido.

## Circuito secundario: diferenciación simbólica en el consumo de bebidas



**Ilustración 16:** Identidad simbólica, la bebida y el Ideal del yo.

El circuito describe la forma en que las bebidas cobran sentido y se diferencian unas de las otras. Los rasgos mediante los que se diferencian las bebidas son de dos tipos: propios de la imagen de la bebida o propios de la imagen del consumidor.

Las diferentes bebidas “sintonizan” con la imagen del consumidor. El significado circula entre la bebida y el consumidor: dime qué bebes y te diré quién eres; dime quién la bebe y te diré quién es. La bebida en Cochabamba opera como una señal (es altamente indicativa y segmenta a quien la bebe en un espacio social marcado por las diferencias).

A este nivel, todo comienza a ser más matizado, ya no se busca un efecto básico (efectividad del producto) sino un universo de connotaciones. Si el circuito anterior trata del vínculo del consumidor con su forma de ser, el circuito de imagen apunta al mundo de significaciones que lo rodean y de las que el bebedor se rodea.

Las diferentes bebidas funcionan como indicadores sociales que promueven procesos de identificación. Las bebidas están plagadas de sentido, son objetos comunicacionales en toda la dimensión del término. El bebedor cuenta con un conjunto de opciones de bebidas, opciones que ya están teñidas de significado, que están dotadas de sentido. Este sentido se actualiza en un mundo relacional de jerarquías. En el gráfico, este cuadro relacional de las bebidas se expresa bajo la etiqueta “jerarquía de las bebidas”. Entre ambos niveles, el de las

imágenes a disposición y el mundo relacional que contrapone las diferentes bebidas, se instalan las operaciones de identificación.

Las bebidas alcohólicas, (no ya el alcohol en sí mismo), son una parte del mundo de significación en el que habita el sujeto, que se hace presente en sus prácticas cotidianas de consumo. Funcionan como señal, como indicadores que despliega el sujeto y que indican a los demás quién es y cómo debe ser evaluado.

En el circuito primario, la consistencia narcisista se encontraba apuntalada por las virtudes desinhibitorias del alcohol, en el secundario por la carga simbólica de las diferentes bebidas. Bebidas “con nombre y apellido”, tipos, procedencias, marcas. El vector que parte desde el mundo jerárquico de las bebidas y llega hasta la consistencia narcisista indica la capacidad de la bebida de vincularse con el lucimiento y la ostentación.

### **Vínculo con las bebidas alcohólicas en el nivel secundario**

La lógica de los ideales se hace presente a nivel de la clasificación de las categorías de bebidas. También y con un gran desarrollo en el plano de lo comunicacional, remite al despliegue de imagen marcaria (excluimos el tema de las marcas ya que abre todo un campo de reflexión que nos desvía del objetivo central de la tesis). El valor de las bebidas depende de la forma en que se “construya el mundo”, de los vectores de significación válidos para un lugar en particular en un momento dado (los análisis generales pierden validez y aplicabilidad).

La imagen de una bebida no puede permanecer constante, solo vale en términos relacionales. Muta al ritmo de las perspectivas desde las que se considera. La valoración de sus connotaciones cambia junto con las perspectivas del consumidor, su ciclo vital, ubicación respecto del antagonismo que atraviesa la ciudad, cambios socioculturales, transformaciones sociales. A su vez, vale cuando se la considera en términos sistemáticos en contraposición a otras bebidas e inserta en un mundo histórico social determinado.

Existen múltiples oposiciones que diferencian el “significado” de las bebidas (a diferencia del vínculo primario que se divide en fuerte o suave según la efectividad).

La identificación apunta a la necesidad del individuo de “pensarse a sí mismo” y de adoptar una imagen compartida con sus pares. La identificación traza fronteras que le indican al consumidor quién es, al mismo tiempo, quién no es. En Cochabamba los principales

criterios de diferenciación que tomaremos en cuenta y que afectan a un mismo tiempo, al consumidor y a las bebidas alcohólicas son:

- a. De ubicación territorial (norte versus sur)
- b. De ciclo vital (familiar / ocupacional)

## **A modo de cierre del capítulo**

A lo largo del capítulo hemos realizado un análisis conceptual que nos permitió ubicar al bebedor como un cuerpo viviente situado junto a otros en escenas comunicacionales. Este viviente, arrojado a la escena interindividual, se nos presentó como portador de una síntesis operada a nivel de su conciencia subjetiva, tal y como lo plantea P. Bourdieu (Bourdieu, 2004). Según postulamos en esta tesis, la práctica de beber implica una forma específica de conciencia subjetiva para cuya dilucidación planteamos un esquema al que llamamos “circuito primario y secundario de ingesta de bebidas alcohólicas”. Beber es un acto individual: en el aquí y ahora de la situación, el alcohol afecta corporalmente al viviente e incide en sus emociones. A su vez, beber es un acto social pleno de sentido en el plano individual y social (González Turno, 2001)<sup>47</sup>. En los capítulos subsiguientes nos proponemos recuperar estas herramientas conceptuales para enriquecer la comprensión del vínculo de los sujetos con las situaciones concretas de ingesta de bebidas en el contexto de Cochabamba en el año 2002. Para ello deberemos transitar previamente por la construcción de un sistema de las bebidas, empresa que hemos de acometer en el siguiente capítulo.

---

<sup>47</sup> *Drinking is always an individual act, since each drinker necessarily has to situate himself, more or less consciously, according to the change of emotions produced by the ingestion of alcohol. It is also always a social fact, even when drinking alone, since it is loaded with socially assumed meanings.* (Gonzalez Turno, 2001: 131).

## **CAPÍTULO 4 EL SISTEMA RELACIONAL DE LAS BEBIDAS**

## **El marco cultural de las prácticas de beber**

### **Organización de la información**

Tal como señalamos en el apartado referido al enfoque metodológico técnico, el núcleo central de la información empírica se generó a partir de **grupos motivacionales**, observaciones **etnográficas**, **observaciones** espontáneas recabadas en la Ciudad de Cochabamba en el año 2002, a lo que se suman las entrevistas a informantes clave realizadas en 2021. A estos datos empíricos, se le sumaron aportes complementarios procedentes de grupos motivacionales y etnografías realizadas en los años 2003 y 2013. Dichos datos tuvieron una reinterpretación del material desde un enfoque cultural del consumo de bebidas. Para proceder al ordenamiento y a la interpretación del material empírico, utilizamos categorías vinculadas al análisis cultural. En el seno de los estudios de antropología cultural se destaca una vasta tradición orientada al estudio del consumo de bebidas, en particular de bebidas alcohólicas. Entre los autores que se han dedicado al tema queremos señalar dos figuras destacadas, en primer lugar, la de Mary Douglas y en continuidad la de Dwight B. Heath. Mary Douglas realiza un trabajo sistemático de relevamiento del tratamiento de la temática del “beber” en su obra *“Constructive Drinking”* (Douglas, 2003), en la cual sienta las bases conceptuales de una antropología social del consumo de bebidas y releva la producción académica sobre el tema a nivel global, durante las décadas del 70 y del 80. Durante la década de los 90 y en décadas posteriores, la figura de D. B. Heath, cuyo centro de estudios, se encuentra radicado en la Universidad de Brown, ha cobrado una estatura dominante a partir de sus trabajos *cross country*. En su obra *“International Handbook on Alcohol and Culture”* (Heath, 1995), rastrea los rasgos dominantes del consumo de alcohol en decenas de culturas a lo largo del planeta. Esta obra nos provee una visión panorámica del estado del arte de los estudios sobre el alcohol en la antropología cultural. En tiempos más recientes durante 2012, ha editado una obra que complementa, específica y amplía los criterios teórico metodológicos de indagación de los estudios sobre el consumo de alcohol: *“Drinking Occasions – Comparative Perspectives on Alcohol and Culture”*. Por otra parte, el autor ha realizado múltiples aportes a diversas cuestiones político - culturales en territorio boliviano, así como aportes específicos a las



prácticas socio culturales de consumo de alcohol en el cordón andino<sup>48</sup>. La constante en los estudios relevados por la antropología cultural dedicada a las prácticas sociales de consumo de alcohol, es el sesgo descriptivo de sus producciones. Tanto Douglas como Heath y la enorme cantidad de autores que revistan, se caracterizan por realizar exhaustivos ordenamientos de grandes masas de material empírico proveniente de diversas culturas. Estos ordenamientos de materiales empíricos, se efectúan bajo el paraguas conceptual de categorías sencillas, fáciles de comprender tanto por el lector involucrado en la materia como por el lego. Sus interrogantes suelen atenerse, entre muchas otras, a cuestiones tales como: ¿Qué consumen en determinada cultura? ¿Quiénes consumen y quienes no consumen determinadas bebidas? ¿En qué ámbitos se consume y cuáles son las implicancias culturales de dichos ámbitos? ¿Cuáles son los criterios de inclusión y de exclusión asociados a las diferentes bebidas y ámbitos de consumo? ¿Cuál es el ordenamiento del tiempo que se puede detectar a partir de las prácticas de beber? Este tipo de cuestiones y reflexiones serán útiles para el ordenamiento del material empírico con el que contamos, que, recordemos, proviene de diversas fuentes, en particular aquellas vinculadas a mi experiencia como investigador cualitativo de mercado. La sencillez de los ejes indagados en estos estudios comparativos, nos permitirá una base sólida a partir de la cual montar nuestras reflexiones y enlazar categorías conceptuales a prácticas concretas de los actores sociales cochabambinos. Según se desprende del relevamiento de la obra de estos autores y de la bibliografía comparada por ellos, así como de los estudios realizados por el centro de estudios SIRC (*Social Issue Research of Culture*) con base en Oxford, existe un acuerdo general respecto de las bases conceptuales de los estudios sobre alcohol formulados de manera concluyente por Mary Douglas (Douglas, 2003). La autora establece cuatro cuestiones básicas que hacen a la bebida y el beber en la cultura<sup>49</sup>:

1. En la mayor parte de las culturas beber es esencialmente un acto social y, como tal, está inmerso en un contexto de valores, actitudes y normas.

---

<sup>48</sup> También se deben destacar los estudios de T. Saignes en su recopilación de diversos estudios acerca de las prácticas de beber en el cordón andino. Entre los estudios recopilados se destaca la contribución de Heath "*Borrachera indígena: cambio de concepciones*" (Saignes, 1993).

<sup>49</sup> *In most societies drinking is essentially a social act and, as such, it is embebed in a context of values, attitudes, and other norms. / These values, attitudes and other norms constitute important sociocultural factors that influence the effects of drinking, regardless of how important biochemical, physiological, and pharmacokinetic factors may also be in that respect. / The drinking of alcoholic beverages tends to hedge about with rules concerning who may or may not drink, how much of what, in what contexts, in company of whom, and so forth. / The value of alcohol for promoting relaxation and sociability is emphasized in many populations.* (Mary Douglas, 2003: 45 – 46)

2. Estos valores, actitudes y otras normas constituyen importantes factores socioculturales que influyen sobre los efectos del beber, sin importar cuán importantes puedan ser los factores bioquímicos, psicológicos y farmacológicos que inciden al respecto.
3. El consumo de bebidas alcohólicas tiende a delimitar cuáles reglas se aplican respecto de quién debe y quién no debe beber, cuánto, qué y en qué contexto, en compañía de quién entre otros interrogantes significativos.
4. Frecuentemente, dichas reglas están focalizadas en fuertes emociones y sanciones. En muchas culturas se encuentra enfatizado el valor del alcohol como fuente de relajación y sociabilidad.

La evidencia etnográfica acumulada por estos autores, nos indica que las bebidas se encuentran clasificadas en términos de su significado cultural, y que la presencia de las diferentes bebidas sirve para orientar la percepción del sentido de las distintas situaciones en que se consumen. Las bebidas constituyen un sistema complejo de comunicación, las distintas bebidas no pueden ser comprendidas de manera aislada, sino que se enlazan como un entramado cultural. Esta orientación de análisis tiene una larga tradición en los estudios de antropología cultural de la alimentación, ámbito que se vincula estrechamente con el de las bebidas. Jesús Contreras en su libro *“Alimentación y Cultura”* realiza una afirmación relativa a la alimentación que bien se puede hacer extensiva a la práctica del beber:

*“Cuando descubrimos dónde, cuándo y con quién son consumidos los alimentos, estamos en condiciones de deducir, al menos parcialmente, el conjunto de las relaciones sociales que prevalecen dentro de esa sociedad; porque, en definitiva, los comportamientos alimentarios son parte integrada de la totalidad cultural.”* (Contreras, 1995).

Toda bebida alcohólica es vehículo de un cúmulo de significaciones sociales, cada bebida encierra un mensaje, comunica. El alcohol es un vehículo simbólico que permite identificar, construir y manipular contextos culturalmente definidos. La elección de una bebida no es un tema de consumo individual, sino que reposa en un complejo andamiaje de normas, restricciones y valores vigentes en cada cultura. En ese sentido la elección de una bebida no es algo neutro en términos de significación, sino que permite diferenciar una cultura de otra y, en el seno de una misma cultura, discriminar entre diferentes ocasiones. La bebida, es un elemento de comunicación que se hace presente en situaciones socialmente estructuradas.

## **Sistema de las bebidas**

Una de las formas de indagación que abre la antropología cultural vinculada a las bebidas alcohólicas, es la del establecimiento de sistemas de bebidas. En este tipo de estudios, relevados tanto por M. Douglas como por D. W. Heath, se tiende a clasificar las bebidas en términos de sistemas de oposición, de funciones, de ocasiones de consumo, de sectores de la cultura que consumen cada tipo de bebida, entre numerosos otros ejes. En lo referido a la idea de “sistema”, cabe destacar por su importancia el trabajo realizado por Mary Anne Thorton “*Sekt versus schnapps in an Austrian village*”, recopilado por M. Douglas (M. Douglas, 2003). En este artículo, la autora realiza una discriminación oposicional de las bebidas a partir de estos dos tipos básicos (sekt / schnapps), lo que le permite establecer contraposiciones entre las ocasiones de consumo y los grupos que mantienen una mayor afinidad con su ingesta. Para ella es pertinente la oposición social entre sectores del campo y de la ciudad, sectores vinculados a las tareas agrícolas y sectores profesionales entre los que se mantiene cierto grado de animosidad. Destacamos la importancia que otorga la autora a la discriminación de series de bebidas como base para expresar y manipular la identidad de diferentes grupos sociales al interior de una comunidad. Dicho enfrentamiento entre campo y ciudad se plasma en la preferencia de consumo y en la valoración de las diversas bebidas que operan como vehículos comunicacionales. En nuestra tesis el enfrentamiento simbólico se despliega, no ya entre el campo y la ciudad, sino entre el norte de Cochabamba (próspero - moderno) y sur de la ciudad (pobre – tradicional). Tal como ocurre en el estudio de M. A. Thorton, se detectan corrientes de animosidad entre los grupos.

No obstante, nuestra indagación se aparta de esta corriente de estudios culturalistas y funcionalistas, al incorporar un enfoque crítico, lo que nos lleva a introducir la temática del poder y concebir las tensiones sociales, no ya como animosidad entre los grupos, sino como antagonismos, lo que implica una lectura mucho más radical de los enfrentamientos sociales. Esta tensión se presenta como antagonismo en la ciudad de Cochabamba. En este entorno social, se contraponen dos espacios: el espacio de lo popular vinculado a la tradición, enfrentado al espacio de lo dominante y el poder hegemónico.

En nuestra tesis establecemos una clasificación sencilla que funciona como un primer nivel de sistematicidad que ubica las bebidas en dos ejes cruzados estableciendo cuadrantes.

Estos ejes son los que hacen al precio de las bebidas y a la pertenencia a espacios geográficos de la ciudad a los que los habitantes les otorgan un significado político social (norte – sur). Mediante esta graficación, simple e introductoria, queremos ubicar “zonas de pertenencia” de las bebidas al territorio cochabambino. Para obtener este primer sistema de discriminación “topológico” de las bebidas, establecimos su contraposición en los términos lo más simples posibles y para ello nos valimos del material empírico proveniente de los grupos motivacionales y de las observaciones etnográficas ejecutados en 2002.

En capítulos anteriores, se discriminaron algunos conceptos que apuntaban a los aspectos formales del consumo de bebidas alcohólicas, mediante la postulación de un circuito primario y secundario por un lado y a los antagonismos que atraviesan la ciudad, es decir el enfrentamiento simbólico norte / sur. En el gráfico de cuadrantes planteado más abajo se postula un eje vertical que versa “caro / económico”, con ello se quiere rescatar la cuestión de la efectividad y del precio. Como ya establecimos en el capítulo anterior, el precio vinculado con efectividad serán parámetros clave. Estos parámetros definen la posibilidad económica de acceso a la bebida y su efecto en términos de embriaguez. En el otro eje, en la oposición “norte – sur”, se establece la contraposición de espacios de identificación que nos permite comprender el sentido político del antagonismo que atraviesa la ciudad. Las bebidas alcohólicas y la práctica de beber funcionarán como un “*líquido revelador*”, que trae a primer plano el “*quién es quién*” en el territorio de Cochabamba. Los espacios de identificación, operan como nudos simbólicos de referencia que contraponen grupos entre los cuales se despliega una franca hostilidad. Algunas bebidas tendrán mayor y otra menor capacidad de vehiculizar estos mensajes de enfrentamiento entre sectores de la comunidad. Esta capacidad de las bebidas de caracterizar diferentes espacios sociales, es destacada por D. W. Heath<sup>50</sup>, al señalar que un aspecto de la organización social que tiende a ser importante en la mayoría de las culturas es la estratificación, ya sea por clase, casta o algún otro sistema de jerarquías, tal como pueden ser la escolarización, el salario, la ocupación o la religión. Señala a la vez que, salvando el caso de Dinamarca, en que se rescata la cuestión de la igualdad de clases, en el consumo de alcohol, el resto de los países relevados

---

<sup>50</sup> “A Third aspect of social organization that tends to be important in most cultures is stratification, whether by class, caste or other hierarchical ranking (such as schooling, income, occupation, religion, etc.). Whereas Denmark prides itself on class equality, most of the countries admit to have very different drinking patterns in different socioeconomic classes.” (D. W. Heath, 1995, 339).

en su compilación admiten tener muy diversos patrones en su forma de beber en diferentes clases socioeconómicas.

Con el objeto de proceder a la discriminación de las bebidas acudimos a la lógica dineraria, que de por sí establece sistemas de limitaciones o facilitaciones al acceso y contribuye a su calificación en términos de sentido social. Resulta evidente, dado lo observado en el trabajo etnográfico y los grupos motivacionales realizados en 2002, las entrevistas a informantes clave, así como lo relevado en la bibliografía, que los individuos tienen por objetivo explícito o implícito, lograr cierto grado de embriaguez determinado por el contexto, la hora del día, el día de la semana, aquellos con los que se reúnen, así como otras variables propias de la situación. Para lograr ese grado de embriaguez cuentan con determinado monto de dinero disponible. Cada bebida permite llegar a niveles diferentes de embriaguez a determinado precio. Por consiguiente, para avanzar en la dilucidación de un “sistema de las bebidas” acudimos a conceptos ligados a lo que en capítulos anteriores llamamos “circuito primario” vinculado a la efectividad alcohólica y al dinero necesario para lograr el efecto de embriaguez buscado. En ese sentido, se traza un eje vertical que abre la oposición “caro – económico”, un factor de primer orden cuando se trata de justificar la elección de una bebida por parte de los diferentes grupos de habitantes de Cochabamba.

En el eje horizontal se dispone otro par de denominaciones “norte / sur” que constituyen un núcleo de sentido orientador cuando pasamos a analizar el llamado “circuito secundario”, es decir la valoración simbólica de la bebida. Elegimos estos conceptos por considerarlos los más significativos dentro de lo que llamamos circuitos primario y secundario, no obstante, el alcance conceptual de dichos circuitos no se agota en estas oposiciones (caro – barato, Norte – Sur). La elección de estos términos responde a la capacidad que tienen de “sintetizar” el sentido de los circuitos; plantean un vínculo fuerte entre la lógica dineraria y la embriaguez al momento de elegir una bebida y un vínculo también estrecho de la geografía de la ciudad con el prestigio de las diferentes bebidas a la luz de los enfrentamientos simbólicos sociales.

Este primer paso en la dilucidación de un sistema de las bebidas nos muestra la “presencia” de las mismas en un trazado ortogonal. El gráfico en cuestión está planteado para tener una primera aproximación visual a las distancias, cercanías y yuxtaposiciones de las bebidas. Por medio de este gráfico, se quiere delimitar “áreas” de “pertinencia”, espacios en los que

cada una de las bebidas analizadas se hace o no presente. Esta noción “presencia” es un primer acercamiento, la categorización más simple desde la que se podrá avanzar hacia conceptos más complejos tales como los de “elección” o “preferencia” que hacen necesaria una serie de precisiones que se desarrollarán durante el capítulo.

El gráfico incluye cuadrantes: norte – caro, norte – barato, sur – caro, sur – barato. Las bebidas se incluyen en cada cuadrante según lógicas que hacen a su precio y a su adscripción a un espacio “geográfico imaginario”, delimitado por las zonas contrapuestas de la ciudad. Un breve repaso del sistema de las bebidas nos indica que:

- La cerveza ocupa un espacio amplio, que se despliega a lo largo y a lo ancho del gráfico, lo que nos indica su presencia en diferentes sectores de la ciudad. Se trata de una bebida relativamente cara (valiosa), de la que no quieren prescindir en ningún espacio social, es una bebida de la comunidad, si bien su sentido cambia si se la mira desde distintos ángulos del sistema de jerarquías sociales.
- El ron se hace presente en distintos cuadrantes, dada sus diferencias de calidad; el ron barato se ubicará en un espacio social y etario que busca precio, en tanto que las variedades de mayor calidad se restringen al espacio de mayor capacidad económica. No se presenta en el cuadrante “sur – caro” ya que en este sector no se consume ron en sus versiones de mayor precio.
- La chicha, dada su valoración y el conjunto de normas que pesan sobre su consumo, permanece aislada en el sur, sólo aparece en ese cuadrante dada su identificación particular con lo tradicional, lo popular y la pobreza.
- El vodka es una bebida de moda, propia del sector norte de la ciudad. Se presenta en versión de mayor precio (los vodkas de moda de marcas líderes) y como bebida accesible en sus versiones adulteradas (consumo juvenil del sector norte).
- El singani es una bebida con larga tradición<sup>51</sup> y se ha insertado con fuerza en el territorio cochabambino. Se trata de un destilado de uva blanca de Alejandría (similar al pisco, pero sin eneldo). Es una bebida que, en los diferentes segmentos indagados, se vincula con consumidores de edad adulta (está algo envejecida). Al igual que el vodka y el ron se detectan variantes adulteradas y de baja calidad.

---

<sup>51</sup> Originalmente vinculado a los valles de Tarija, Chuquisaca y Potosí.

- El whisky, una bebida cara y adulta, sólo resulta asequible para el norte rico de la ciudad, aunque se trata de una bebida muy deseada que no se consume en sectores de bajos ingresos por razones de precio.
- El tequila es también una bebida de moda propia del sector norte de la ciudad, cuyo precio es elevado. Según declaran en los grupos indagados y verificamos en las etnografías, no surgen versiones económicas de la bebida.

Esta primera presentación de las bebidas tiene el propósito de permitir la visualización de un cuadro de superposiciones y de distancias entre las diferentes bebidas, se trata de una primera aproximación al sistema de diferencias.

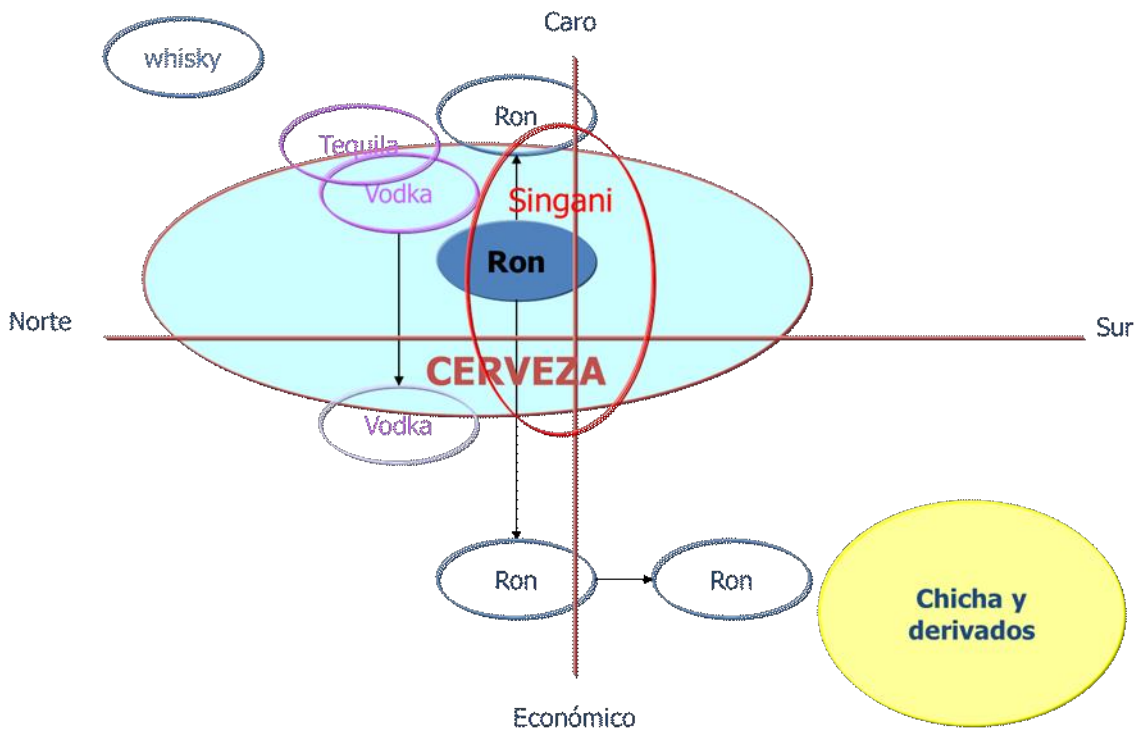


Ilustración 17: Las bebidas en el sistema de ejes político social y económico. Cochabamba 2002.

### Las bebidas como sistema de diferencias

Sobre la base de la exploración empírica, se avanzó en la discriminación de las diferentes bebidas y en el sentido que tenía cada una de ellas para los diferentes segmentos de edad y

de adscripción identitaria. A partir de los grupos motivacionales y de la interpretación de las experiencias etnográficas, se realizó un análisis cualitativo de datos del tipo descriptivo. En esta tesis utilizamos una fuente cualitativa de datos secundarios que se aprovechó para avanzar en la comprensión del sentido cultural de las diferentes bebidas y su significación contrapuesta, en términos de un sistema amplio de diferencias y similitudes.

A continuación, se avanzará en el análisis de los rasgos salientes de las diversas bebidas, haciendo hincapié en aquellas que resulten más significativas al momento de comprender el sentido socio cultural del acto de beber. La ubicación respecto de los ejes ya resulta indicativa de la forma en que las bebidas son “vivas” por la comunidad. A continuación, avanzaremos hacia la dilucidación del sentido que adquiere cada una de las bebidas en un contraste relacional con el resto en forma de un sistema de diferencias.

En su trabajo *“Constructing Drinking”*, M. Douglas dialogó extensamente con dos autores que hemos abordado en nuestra tesis doctoral, P. Bourdieu y E. Goffman. De Bourdieu destaca la capacidad de ligar la bebida con el sentido social y en lo que hace a la estilización de la vida. En este sentido, queremos destacar la noción de gusto, un término conceptual que es construido bajo la idea de “operador práctico”. El gusto para Bourdieu será un operador práctico que permite transmutar lo continuo (lo material bruto, la bebida como materia) en forma de diferenciaciones significantes y significativas en el mundo social. En términos de esta tesis, permite conceptualizar a la bebida a la manera de un vehículo de comunicación en el seno de una cultura determinada socio históricamente. Mediante esta noción, intentaremos pasar de la materia hacia el sentido, de la materialidad continua a la segmentación del significante. Las bebidas, en su materialidad alcohólica, (capacidad de producir embriaguez), y en su materialidad dineraria, serán conceptualizadas en un esquema clasificatorio vinculado a su sentido social. En *“La Distinción”*, (Bourdieu, 2002), se sostiene la existencia de “operadores prácticos” que pueden transmutar cosas en signos distintivos, un ejemplo de ello sería el gusto. Se trata de operadores prácticos que tienen la función de transmutar lo continuo en discontinuo. Para comprender esta transmutación de lo material en significante, pensemos por ejemplo en la operación de construcción de sentido que se realiza con el vino en Argentina. En este entorno cultural, organizado según las pautas de un mercado de bienes, los grandes piletones de uvas fermentadas, (lo continuo material), se clasifican según varios sistemas de denominaciones



superpuestas (cepas, sub variedades, cortes, categorías de calidad, marcas, etc.). De esta transmutación obtendremos plataformas significantes que encierran sentidos sociales: obtendremos vino y enclasmiento. Esas sustancias que se reúnen bajo la denominación “vino”, se organizan en un sistema que las torna significativas en el mundo social<sup>52</sup>. El gusto es un operador práctico, un esquematismo que establece diferencias proyectadas en el mundo social. Veamos qué nos dice Bourdieu sobre el gusto:

*De esta forma; el gusto es el **operador práctico de la trasmutación**<sup>53</sup> de las cosas en signos distintos y distintivos, de las distribuciones continuas en oposiciones discontinuas; el gusto hace penetrar a las diferencias inscriptas en el orden físico de los cuerpos en el orden simbólico de las distinciones significantes. (Bourdieu, 2002: 174)*

La materialidad física se hace presente mediante la invasión corporal que implica la ingesta alcohólica. Para cuando la bebida ingresa en el cuerpo, ya se ha producido la alquimia que convierte materia física en signo. En gran medida, la bebida ingresa en el cuerpo porque ya se ha producido la transmutación que la eleva al rango de la materia discriminada, recortada, trozada por la oposición significativa; cuando bebemos consumimos significación. Mientras bebemos, asimilamos nudos significantes; las bebidas se encuentran plagadas de sentido, segmentadas según rasgos. La materia alcohol se abre a la inscripción de un sentido socialmente reconocible y que orienta la significación cultural de las situaciones. El gran catalizador, es el recipiente, el cuerpo - vasija que somos. Como ya vimos en capítulos anteriores, el cuerpo es un punto de referencia espacial y temporal que sitúa al bebedor en situaciones socialmente estructuradas y con un significado que excede su individualidad. Tal y cómo se sostuvo en esta tesis, y en coincidencia con la antropología social vinculada al consumo de alcohol, el consumo se revela en su dimensión social significativa y enclasante de grupos sociales en un sentido muy amplio.

### **Las bebidas una por una y como sistema**

En el punto anterior realizamos una primera aproximación gráfica que sintetizaba visualmente la superposición, proximidad y distancia entre las diferentes bebidas en el seno de la sociedad cochabambina. A continuación, procedemos a un acercamiento más

---

<sup>52</sup> En relación al vino, queremos remitir al estudio realizado, en clave cultural, por Marion Demossie: *Consuming Wine in France The 'Wandering' Drinker and the Vin-anomie*; (Wilson y otros, 2005)

<sup>53</sup> El resaltado es nuestro.

detallado que aborda a cada bebida desde una óptica analítica. En ese sentido, avanzamos en la discriminación de rasgos significativos bebida por bebida. Según se sigue de los criterios establecidos por la antropología cultural, las bebidas deben ser consideradas como conjuntos sistemáticos. Si bien compartimos con estas corrientes el interés por las prácticas, la vocación de exploración empírica de las situaciones y contextos de interacción, queremos aclarar que adoptaremos un enfoque radicalmente constructivista en la constitución de nuestro sistema de bebidas. En ese sentido, queremos diferenciarnos de algunos de los enfoques del estudio de las prácticas de consumo de bebidas, que promueven posiciones de tipo funcionalista, que se mantienen apegadas a lo descriptivo o que están centradas preferentemente en la perspectiva del actor. Según los lineamientos constructivistas adoptados en nuestra tesis, la noción misma de “bebida” debe ser construida conceptual y racionalmente para evitar la tendencia naturalista, uno de los obstáculos epistemológicos con los que se enfrentan las ciencias sociales. Nuestra apuesta conceptual constructivista consiste en desnaturalizar la noción misma de “bebida”.

La lectura “bebida por bebida”, es siempre una aproximación analítica, por ende, una descomposición provisoria y conceptual. Partiremos de la afirmación de que las prácticas de beber tienen una significación social y que dicha significación articula diferencias socialmente significativas al interior del conjunto social. Incluso aquellas comunidades que cuentan con una sola bebida alcohólica de referencia, llegan a establecer verdaderos sistemas simbólicos de inclusión y exclusión grupal a partir de ella, tal y como lo explicita Ndolamb Ngowkey en su estudio del vino de palma entre los Lele<sup>54</sup>. El sistema de bebidas, es una construcción conceptual que debe apoyarse en un acercamiento empírico. Como tal, no tiene existencia real, sino que es fruto de operaciones analíticas. Con el propósito de conformar este sistema deberemos tomar una serie de decisiones, la primera de las cuales será la de determinar los componentes del sistema, es decir los elementos – bebida que lo conforman. En nuestro caso, en Cochabamba, nos encontramos con un sistema que se constituye por la contraposición de varias bebidas, ninguna de las cuales llega a constituir un sistema con relativa autonomía<sup>55</sup>. La definición del número y la índole de los elementos

---

<sup>54</sup> Ndolamb Ngowkey “*Varieties of palm wine among the Lele of Kasai*”. Trabajo recopilado por M. Douglas en: “*Constructing Drinking*”.

<sup>55</sup> La noción misma de sistema tiene un evidente sesgo conceptual y constructivo. Depende de la perspectiva que se adopte y la finalidad conceptual a la que responda. Podemos considerar la contraposición de la totalidad de las bebidas propias de una comunidad, como un sistema, pero también podemos discriminar una bebida en particular y discriminar

componentes del sistema no dependerán del simple registro empírico de las bebidas presentes en el ámbito cultural, espacial y temporalmente delimitado, sino del espectro de relaciones de sentido que definimos conceptualmente como significativas. Que un sistema cuente con más o con menos elementos, nada nos dice sobre la complejidad de relaciones significativas que sea capaz de articular. En ese sentido, la posibilidad del sistema para constituirse como tal, dependerá de la capacidad de combinar un plano de construcción conceptual de dimensiones significativas, al tiempo que hace necesario un estricto control empírico de su capacidad operatoria. Un sistema de contraposición de las bebidas, sólo cobra sentido si se interpreta a la luz de operaciones prácticas como las del gusto; es decir, si se articula con la lectura de prácticas sociales concretamente identificables y pasibles de ser descritas y, si dichas prácticas están asociadas a la percepción de diferencias por parte de agentes involucrados en dichas prácticas<sup>56</sup>. Por otra parte, el sistema definido conceptualmente, deberá resultar significativo a la luz de las decisiones y elecciones que subyacen a las prácticas concretas de los individuos involucrados en las interacciones sociales definidas como pertinentes, tarea a la que nos abocaremos en el capítulo 5.

La necesidad de recurrir a una lectura analítica de distancias y proximidades y la necesidad de establecer un cuadro relacional, nos es sugerida por P. Bourdieu (Bourdieu, 1995). El autor señala que se pueden discriminar agentes o instituciones de manera sencilla mediante matrices que analicen aquello a lo que denomina “rasgos pertinentes”<sup>57</sup>. Estos rasgos pertinentes pueden tener un tratamiento sencillo que consiste en abrir un renglón por cada rasgo y marcar la presencia o ausencia del mismo para cada entidad a la que nos refiramos. Nosotros en esta tesis nos inspiramos en este simple artilugio, lo que nos orientó hacia la

---

sistemáticamente entre variedades. El requisito, será la posibilidad de establecer diferencias significativas y socialmente reconocibles. En algunos entornos culturales, y en torno a determinadas bebidas, se constituyen articulaciones de diferencias que les permiten significar en términos de un sistema relativamente autónomo. Un caso de esta naturaleza lo constituye por ejemplo el vino en Argentina, bebida en que, el trabajo con los espíritus, el tanino, la selección de barricas, la selección y combinación de las diferentes uvas, el añadido de maderas, la maduración del fruto y el añejado pueden habilitar mucha dispersión en los resultados. La constitución de ese mundo de sentido, tiene un costado institucional y una implantación en un sistema comercial y productivo muy complejo, en el que concurren diversas instancias profesionales, aparatos comunicacionales; el mundo del vino se encuentra hiper profesionalizado y cooptado por un aparato de mercado. Ese sistema de bebidas en torno al vino, a expensas de las operaciones prácticas del gusto, discriminan sentidos y se vinculan con prácticas que segmentan entre grupos humanos ubicados en diferentes espacios del espectro socio cultural. En muchas culturas, el vino no es una bebida para decir la unidad, el vino, es muy apto para diferenciar niveles de precio y captar el gusto de diferentes grupos de consumidores.

<sup>56</sup> Esto no implica reducir el sistema a la perspectiva de los actores, sino vincular el sistema a percepciones sociales articuladas con anclajes materiales propios del contexto en que se desarrollan sus intercambios. Como resulta obvio, el sistema como tal, solo estará dado a la percepción en el plano intelectual, tal y como ocurre en todo proceso de modelización.

<sup>57</sup> Bourdieu P. Respuestas para una antropología reflexiva, 1995.

necesidad de establecer ejes de oposiciones que nos permitan discriminar cada bebida en su rol de “instituciones sociales” de sentido.

Para analizar las diferentes bebidas se utilizarán tres criterios básicos relativos a: su dimensión económica (precio), su impacto sensorial y psico-emotivo (capacidad embriagante) y a su actualidad (vigencia estilística). Luego se seleccionará un rasgo central para la bebida, aquello que hace a su particularidad más saliente. Estos rasgos son los que resultan más significativos para establecer el límite de aceptación de las bebidas, su vínculo central con quien las bebe, su atractivo principal e, incluso, se podría decir “su espíritu”. La elección de los rasgos proviene de un trabajo de análisis de numerosas dimensiones relacionales que consideramos significativas en términos de su contraposición en un sistema y que han sido elaboradas a lo largo de capítulos anteriores:

- **Relaciones antagónicas:** la división de la ciudad en territorios contrapuestos que expresan la dualidad de la ciudad
- **Relaciones estilísticas:** la relación entre matrices de tradición, de mercado moderno y de renovación estilística tendiente a la globalización cultural
- **Efectos psico emotivos:** y su relación con el aquí y ahora del beber
- **Relaciones dinerarias:** racionalidad económica y social de la inversión

**La cerveza, festiva, ligera y cara, es de todos**



**Ilustración 18:** Análisis de la cerveza: rasgos discriminantes (festiva - liviana - cara) y rasgo central "de todos". Cochabamba 2002.

Ningún grupo puede apropiarse con exclusividad de la cerveza, ella pertenece a un espacio común en el que toda la ciudad comparte. En Cochabamba, todos los grupos, tanto en el

norte como en el sur, la consideran como algo propio de la forma de ser y de consumir; es un elemento que hace a la identidad de la ciudad, sus fiestas y su forma de divertirse. La actividad de juntarse a tomar cerveza implica la generación y preservación de lazos comunitarios, refuerza las tendencias a la unidad grupal y a la solidaridad.

En el capítulo 1 de esta tesis se desarrolló la idea de que las ciudades se apropian de emblemas, que se remiten a entidades materiales y simbólicas con una fuerte capacidad representativa. Sostenemos que las ciudades o las naciones incluso, pueden sentirse identificadas con cosas que les son comunes y que, dada la generalidad de su capacidad representativa, algunos emblemas representan a la totalidad, al conjunto y, por ende, no llegan a singularizar identitariamente a los grupos que conforman la comunidad. Los habitantes de las ciudades pueden decir que algunas cosas son suyas, que los representan, que son algo que la ciudad ostenta como patrimonio común, en este sentido, decimos la cerveza, “*es de todos*”. Algunas cosas son privilegiadas por los grupos humanos, en particular por las ciudades e incluso por las naciones, la cerveza es una de ellas, se presta casi naturalmente, para decir la unidad de los conjuntos<sup>58</sup>. La cerveza puede ser así, unificadora, en algunos casos se eleva a la categoría de emblema<sup>59</sup>. En mi rol de consultor e investigador cualitativo, tuve la oportunidad de estudiar con detalle esta cuestión en Bolivia y en Perú, en Argentina, en Chile y en Uruguay. En ocasiones pude desarrollar análisis culturales en profundidad, en particular en la ciudad de Cochabamba. Se puede constatar cómo se reproducen estos fenómenos de representatividad de la cerveza en locaciones como Ecuador, Chile, Uruguay y Guatemala. Pude observar la manera en que algunos objetos culturales expresan la unidad, mientras que otros tienen la capacidad, por el contrario, de prestarse para significar la discordia del conjunto su falta de unidad, su división interna, ese es el caso de la chicha. Cerveza y chicha son dos referencias clave en

---

<sup>58</sup> Esta capacidad unificadora de la cerveza, presente hacia 2002, se ve cuestionada por procesos de diversificación debidos a varios factores: el sistema de adquisiciones y fusiones de empresas a nivel regional y global, la aparición de rangos de calidad establecidos por la industria, la importación de marcas favorecida por la concentración de empresas globales, incluso la aparición de versiones artesanales (por ejemplo, en Argentina, pero no en Bolivia).

<sup>59</sup> Por más que operen fuerzas dispersivas que generen abanicos muy complejos de sentido asociados a las marcas de cervezas, el espacio para “la marca local”, para “la representante del conjunto” se mantiene abierto (como es el caso de la marca Quilmes en Argentina o de Paceña en Bolivia). En la actualidad en Argentina, la complejidad del sistema marcario y la relevancia de las cervezas artesanales generan cuestionamientos del valor simbólico representativo de las marcas. No obstante, la cerveza sigue siendo una bebida “gregaria” que convoca lo grupal y el compartir.

Cochabamba, esta ciudad, como muchas otras, defiende su marca de cerveza,<sup>60</sup> la marca cochabambina es contrapuesta con la marca santa cruceña, la marca paceña y la marca orureña. Cada ciudad clave tiene su marca de cerveza local y ese es su orgullo. Entre las distintas marcas de cerveza identificadas cada una con una ciudad, se produce una “guerra simbólica”. Algo similar ocurre en Perú, Lima con Cristal, Arequipa con Arequipeña y Cuzco con su Cuzqueña, cada conjunto con su nombre, con su bandera, con su orgullo local.

En ocasión del análisis del rasgo de sibaritismo que se asigna el cochabambino habíamos señalado que, según comenta Zizek, las comunidades suelen explicar “su ser”, su “esencia” a partir de la manera en que gozan, comparten y se divierten (Zizek, 1999). De entre las bebidas la que mayor capacidad representativa manifiesta en esta comunidad y en muchas otras, es la cerveza. De las bebidas analizadas es la que mayor fuerza despliega al momento de expresar lo comunitario a nivel general de la ciudad, de revelarnos cómo goza el conjunto.

Bourdieu definía el gusto como un operador práctico que transmuta el continuo de la materia en segmentos discretos de oposición diferencial, se trata de una operación de parcelación del significante que hace emerger un mundo de diferencias. Este mundo de diferencias que se establece a partir de la elección y consumo de bebidas no responde a elecciones aisladas, sino que se articula en lo que se conoce como “estilística”, tema trabajado por Bourdieu en *La Distinción*. Ahora bien, lo que interesa destacar es la potencialidad de la cerveza como plataforma sobre la cual montar procesos de identificación, en particular de constituir rasgos de unidad. Pero ¿por qué la cerveza? Volvemos a la noción de operador práctico, ese concepto que acuña Bourdieu bajo el nombre de “gusto”. Este operador práctico “toma” el continuo de la materia y lo transforma en unidades discretas. En esta tesis se plantea que se presentan diferentes umbrales de predisposición de las bebidas, de su materia, para soportar diferencias. Se trata de un análisis interno de la “materia bebida” que complementa y, en cierta manera, precede a su articulación como sistema de las bebidas.

---

<sup>60</sup> Los lazos simbólicos con las marcas locales tienden a hacerse más débiles y ese proceso de pérdida de capacidad representativa del conjunto tendió a agudizarse con el correr de los años, no obstante, hacia el 2002 los “créditos locales” se encontraban teñidos de afecto positivo.

La cerveza como líquido, es un “continuo” particularmente dispuesto a decir la unidad, ya que no tolera umbrales de diferenciación demasiado pronunciados en un mercado industrial con tan poco nivel de desarrollo de variedades como el cochabambino<sup>61</sup>. Tengamos presente que nos referimos a un mercado industrial con este nivel de desarrollo y que esta conclusión no se aplica a mercados con proliferación de variedades artesanales (como en el caso actual de Argentina) o de producción industrial de múltiples variedades (como por ejemplo en Alemania o Bélgica). Como todos sabemos, la cerveza es una bebida fermentada, no destilada, que no tolera ni necesita añejamiento; el tiempo de la cerveza es un tiempo de fermentar y un tiempo de reposar. La diferencia entre un producto y el otro no llega a ser tan significativa como la que se establece con bebidas destiladas y añejadas. Las destilaciones sucesivas mejoran la calidad y el añejamiento, en ciertos casos, tiene la capacidad de incrementar umbrales de diferenciación de manera significativa y perceptible para el paladar educado. Entre una cerveza y otra existe diferencia de acuerdo al cereal que se fermente, las levaduras o los posibles añadidos con que se transforme el sabor, no es lo mismo, por ejemplo, fermentar cebada que arroz, la presencia y cantidad de lúpulo utilizado es un factor clave, aun en las cervezas industriales masivas, existen las diferencias. También existen opciones saborizadas, cervezas negras y muchas variedades, pero en lo esencial no son diferenciadoras potentes de calidad, en un mercado poco desarrollado como el de Cochabamba en 2002<sup>62</sup>. La calidad del agua, ya sea por vertiente natural o procesos efectivos de filtrado, también genera diferencias organolépticamente significativas, pero repito, no es tanta la diferencia que se obtiene como en el caso de otras bebidas con que nos encontramos en Cochabamba o en otras regiones. Esta relativa capacidad de ser apropiada por el conjunto que posee la cerveza a nivel local, se articula con una dispersión de precios relativamente baja y en el predominio de alguna marca o sabor en cada comunidad. La cerveza no refleja las oposiciones internas de los grupos sociales en Cochabamba. La cerveza es de todos, en Cochabamba representa la comunidad. Esto ocurre en un sistema de las bebidas en que la cerveza se puede oponer a otras bebidas presentes en el seno de la

---

<sup>61</sup> En otras plazas la situación puede diferir como en el caso de Buenos Aires, mercado en el que se han generado en los últimos años un amplio sistema de diferenciaciones entre cervezas a expensas del crecimiento de la cerveza artesanal. Esto ha obligado a la industria formal a multiplicar las variedades y por consiguiente el sistema de marcas y submarcas. Por otra parte, algunos países se caracterizan por la enorme cantidad de variedades, vinculadas, incluso, a orígenes y regiones como ocurre en Bélgica o en Alemania. No obstante, en Bolivia en 2002 las opciones de cerveza eran restringidas.

<sup>62</sup> Como ya se estableció con la referencia al vino de palma en el estudio de caso de los Lele, todo depende de la existencia de otras bebidas a las que la cerveza pueda contraponerse.

comunidad, en que las contraposiciones entre bebidas son complejas (recordemos que algunas comunidades establecen sistemas de sentido a partir de la contraposición de muy pocos elementos, de muy pocas bebidas)<sup>63</sup>. La cerveza se hace presente como “etiqueta”, como “marca” dado que el orgullo de la comunidad, su unidad reposa en la contraposición de la marca local “Taquiña” contra las marcas de las ciudades rivales Santa Cruz y La Paz. En todo caso, la capacidad para “decir el conjunto” es registrada a nivel empírico y no una verdad analítica inscrita en la “esencia de la cerveza” y de sus funciones sociales.

### La cerveza es valiosa, es una bebida jerarquizada



Ilustración 19: Análisis de la cerveza: rasgo discriminante "jerarquizante". Cochabamba 2002.

La cerveza, a pesar de un precio que el cochabambino considera elevado, no termina de ser “cara”, es en todo caso “valiosa”, ello se debe a su valor simbólico y a su capacidad de representar, de testimoniar la unidad, de decir al conjunto. Forma parte del mundo de objetos que aportan jerarquía a las situaciones. Es una bebida “necesaria” en los acontecimientos sociales con significación especial, tales como las festividades, y que también se hace presente a nivel cotidiano en el compartir con amigos. Es de todos, no falta en ningún nivel social, es una bebida con la que se festeja, se hace presente en los brindis y como “bebida del carnaval”.

La cerveza es una bebida festiva. Según ellos mismos nos relatan, el mundo cochabambino se especializa en festejar, durante los grupos comentan divertidos que tienen cientos de

<sup>63</sup> Como es el caso de sistemas de significación basadas en un elemento como es el vino de palma entre los Lele registrada por Ngowkey, o en la oposición binaria dominante entre elementos, Sekt versus Schnnaps, identificada por Thorton en un poblado austriaco (Douglas, 2003).



festejos; pocos días al año carecen de efeméride, las más numerosas son festividades religiosas y patronales, cuyo número asciende a 92 (Gutiérrez y Rivera, 2001), las restantes responden a alguna conmemoración cívica<sup>64</sup>. Algunas festividades son patronales y no todas se celebran con el mismo entusiasmo e intensidad. Pero muchas de estas ocasiones, más allá de su razón de ser religiosa o cívica, habilitan verdaderos encuentros de la comunidad. Esos encuentros se ven regados por la cerveza sobre todo en el tema carnaval, en el que un mar de latas, (por entonces azules, color característico de la marca Taquiña), tapiza varias zonas de la ciudad. Su presencia dominante se hace sentir “de jueves de compadres a jueves de comadres”, señalan los cochabambinos, ya que estos encuentros son los que delimitan las reuniones de varones y mujeres en torno al carnaval. Con las “*frates*”<sup>65</sup> reunidas en el *Curso de los Corsos*, siempre está la cerveza en el carnaval.

Festejar en Cochabamba, en Bolivia, no es un tema menor, es una cuestión central es un verdadero eje en la consolidación de los lazos al interior de la comunidad. Según se refleja en la bibliografía consultada, el consumo social de la bebida refuerza los vínculos comunitarios y genera lazos de solidaridad y de deuda recíproca. Esta forma de relación entre los grupos es detectada por D.W. Heath en Chile, Polonia, España, Suecia, Australia y Zambia. Este autor señala que a lo largo de estas comunidades se generan lazos de reciprocidad sin importar lo escasos que sean los recursos con los que cuentan los grupos o individuos<sup>66</sup>.

La cerveza es moneda de intercambio<sup>67</sup>, es lazo de solidaridad en los “*ayni*” y ocupan un lugar clave en los *prestes*. Según señalan en los grupos motivacionales de manera uniforme, los casamientos, las recepciones, las grandes ocasiones son momentos en que la cerveza no debería faltar, el intercambio es parte del tradicional *ayni*, una práctica en la cual los regalos son registrados a modo de prestación que deberá ser compensada para mantener el

---

<sup>64</sup> Fuentes periodísticas incrementan este número a 310, al sumar las fiestas patronales a las conmemoraciones cívicas “Los Tiempos” de la ciudad de Cochabamba en un artículo publicado el 10 del 05 de 2010 <https://www.lostiempos.com/actualidad/local/20100516/cochabamba-tiene-310-razones-festejar>

<sup>65</sup> Grupos de estudiantes reunidos para festejar, suelen formar comparsas con baile y música.

<sup>66</sup> *Many authors said, in so many words, that the “group drinking” reinforces group cohesion (Chile), drink together integrates family and friends (Poland) or promote social solidarity (Spain).* (Heath D.W. 1995: 336)

<sup>67</sup> Seto resalta la importancia de la cerveza en los “*ayni festivos*” y entre las comunidades bolivianas vinculadas a la raiz aymara. *Los objetos típicos que se intercambian en el ayni festivo son cervezas, tomando una caja de una docena como unidad. Los donantes regalan su ayni en público –en la plaza o en el camino–, bajo las miradas de la multitud, al donatario que está cumpliendo su encargo de la fiesta; este último expresa su agradecimiento ceremonioso haciendo aspavientos; suelen arrodillarse y besar la mano al donante.* (Seto, 2016: 90)

equilibrio y el lazo entre familias<sup>68</sup>. Se le dice “*el champagne de los pobres*”. Este decir refleja el lugar de prestigio que cobra esta bebida en sectores populares, entre los que cumple funciones celebratorias homólogas a las que cubre el champagne en sectores de mayor poder adquisitivo<sup>69</sup>. Se trata de intercambios de gran importancia en los que se constituyen débitos y créditos, todo hace al trajín del dar y a la esperanza de recibir la recompensa en una Cochabamba en que el preste une y afianza.

Pero la cerveza también se hace valer en otros núcleos de la ciudad ubicados en el norte próspero, en los que el champagne es champagne y la cerveza es cerveza. Se trata de núcleos en que la cerveza no es moneda de intercambio, en que el preste no se llama preste, pero en el que valen otros sistemas de cohesión y contraprestaciones en la organización de las festividades (en el norte próspero, la presencia del ron de calidad o el whisky pueden ocupar el lugar de la cerveza y su presencia en todas las mesas puede funcionar como “cortesía de padrino” o estar a cargo de alguna de las familias que se enlazan).

### La cerveza tarda en embriagar, es poco efectiva



**Ilustración 20:** Análisis de la cerveza: rasgo discriminante "poca efectividad alcohólica", Cochabamba, 2002.

En este eje destacamos la importancia de considerar las bebidas en la ecuación que se forma entre el dinero invertido para adquirirlas y el grado de embriaguez obtenido a partir

<sup>68</sup> De esta manera, el “*ayni*” implica que, si se regala, por ejemplo, una cocina de cuatro hornallas en un casamiento, se establece una deuda registrada cuidadosamente en un cuaderno. Esta obligación será compensada mediante el regalo recíproco de una cocina u otro objeto de similar valor. (Relato de Roger Maldonado entrevista 2021)

<sup>69</sup> El trazado de homologías es de gran valor conceptual, tal como se puede constatar en obras sociológicas como son *La Distinción* (Bourdieu, 2002) o *La Filosofía del Dinero* (Simmel, 2013), ya que permiten ligar prácticas ubicadas en espectros sociales muy distantes entre sí o conectar fenómenos aparentemente dispersos, pero que pueden vincularse a una lógica concomitante.

de su ingesta. La bebida “no es regalada”, sobre todo la cerveza, en particular en comunidades como la cochabambina en que se bebe en cantidad. Uno de los objetivos principales de beber, según comentan los protagonistas, en particular los jóvenes, es “*llegar a estar a punto caramelo*”, es decir, en esta situación en que las cosas no te importan demasiado, pero aún no se ha perdido el control motriz y psico emocional. Es obvio que esta búsqueda de un “punto ideal” termina muchas veces con el “*vehículo volcado*”, con el borracho en el piso y el reguero de vómito, comentan jocosamente los jóvenes. Para tomar con esta expectativa, en busca de ese *punto caramelo*, hay que invertir dinero y las diferentes bebidas ofrecen al bebedor opciones diversas en cuanto a la efectividad embriagante. Desde el punto de vista de la lógica racional costo - beneficios, la cerveza no es la mejor opción, dado que no es la bebida con mayor efectividad. Las cervezas que se comercializan en Cochabamba hacia el 2002 se ubican aproximadamente entre un 4% y un 8% de contenido de alcohol. Con la cerveza el *punto caramelo* tarda en llegar dada su baja graduación alcohólica. Su ecuación costo – beneficio es desfavorable respecto de otras alternativas. La cerveza es “de todos” pero no “para todos”, es muy caro emborracharse con cerveza, su consumo marca la caracterización social de los grupos. Todos la tienen en cuenta como una alternativa, pero no todos los grupos sociales pueden hacerlo con la misma facilidad; es parte de la identidad de todos los grupos, aunque el acceso a la misma pueda estar favorecido en los sectores más prósperos y limitado en los menos prósperos.

Poco efectiva, entonces, se traduce por “ligera”, con bajo contenido de alcohol y “cara” no sólo por su valor unitario, sino por el volumen necesario para obtener el estado de conciencia al que aspira quien bebe y el tiempo que le insume “llegar”. El tiempo es importante, muchas veces se quiere llegar rápido al estado ideal.

Respecto de las características físicas de la cerveza y su efecto orgánico, se suma otra cuestión importante, la del volumen que ocupa la cerveza en el cuerpo y su contenido de gas. La cerveza, consumida en volumen, genera sensaciones poco agradables en lo corporal. Por otra parte, cuando “*se calienta el pico*”, añaden los cochabambinos en lenguaje coloquial, más ganas se tienen de tomar cerveza; es una bebida fresca que invita a tomar. El bebedor que busca calentar el cuerpo y la mente con cerveza termina hinchado por la cantidad de líquido y el gas, amén de unas irrefrenables ganas de orinar que le ocasionan todo tipo de inconvenientes vinculados al pudor en las situaciones sociales.

Cuando comparten con las muchachas no les gusta tener que ir al baño y, aliviar la vejiga en la calle es inconveniente como todo árbol de plaza podría testimoniar.

### La cerveza, fresca, espumante, es una bebida versátil



Ilustración 21: Análisis de la cerveza: rasgo discriminante "frescura". Cochabamba 2002.

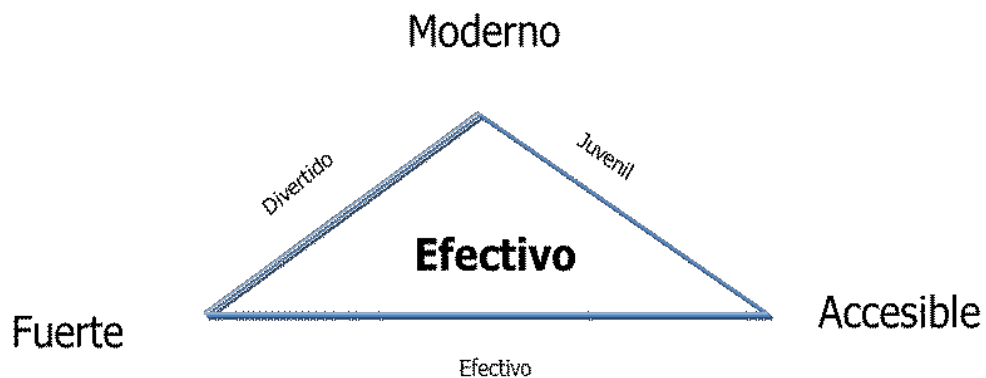
Se adapta a múltiples ocasiones de consumo, la cerveza está presente en la fiesta, convoca la alegría. La frescura se asocia con el verano, el aire libre, el calor, es una bebida muy bien adaptada a la temporada estival.

Se unen dos cuestiones que concurren para justificar este espíritu expansivo y vital que liga a la cerveza con lo festivo y con su aura estival. En primer lugar, "la chela", como se le dice coloquialmente, "es más rica si se la toma bien fría". Por otro lado, la espuma, en el plano sensorial, se asocia con el desborde, es una característica material de la bebida que se traspone simbólicamente como un rasgo positivo, evoca el festejo. Este es un "motivo" que ha sido explotado hasta el cansancio por la comunicación publicitaria de la cerveza. En el imaginario social y en el plano de la comunicación publicitaria, se hacen presentes las botellas o latas que se abren y no paran de estallar al ritmo de la expansión de las burbujas. Esta predisposición de la materia misma, de la cerveza como bebida espumosa, se presta a operaciones retóricas que sugieren el desborde. La materia, el líquido portador de embriaguez se abre hacia un mundo de imágenes expansivas, un aspecto físico, la materia de la cerveza, la espuma, se presta a la operación de significación: espuma = alegría = festejo.

Estas imágenes y figuras, revelan un aspecto “positivo”, convocan un clima de juego, del compartir con los amigos (noches de solteros, tardes de rayuela y cacho). Convocan una alegría “no pesada”, la cerveza no se asocia con borrachera, más aún no es muy apta para provocarla con la “efectividad” de otras bebidas.

Sus opciones de envasado la tornan una bebida fácil de trasladar. Se la envasa en forma de latas y botellas, se la sirve tirada, esto abre alternativas adaptadas a diferentes tipos de ocasión, individual / grupal; en tránsito / sentado; en hogareño (en forma limitada) / extra hogareño. Lo “liviano” le permite asociarse con consumos diurnos (sin por ello afectar su aspecto “nocturno”). A diferencia de otras bebidas cuyo consumo diurno es condenado, una “cervecita fresca” se encuentra habilitada durante el día; es versátil, adaptable, casi un refresco, en ocasiones en que otras opciones de bebida con mayor graduación no suelen hacerse presentes.

### **El ron, moderno, fuerte y accesible, se destaca por su efectividad**



**Ilustración 22:** Análisis del ron: rasgos salientes (moderno, fuerte, accesible), rasgo central "efectivo".

El ron, de entre las bebidas analizadas, presenta la mejor ecuación precio efectividad. Por lo general funciona como bebida mezcladora servida con bebidas cola. Cuenta con varios niveles de calidad lo que habilita su consumo en muchos sectores sociales.

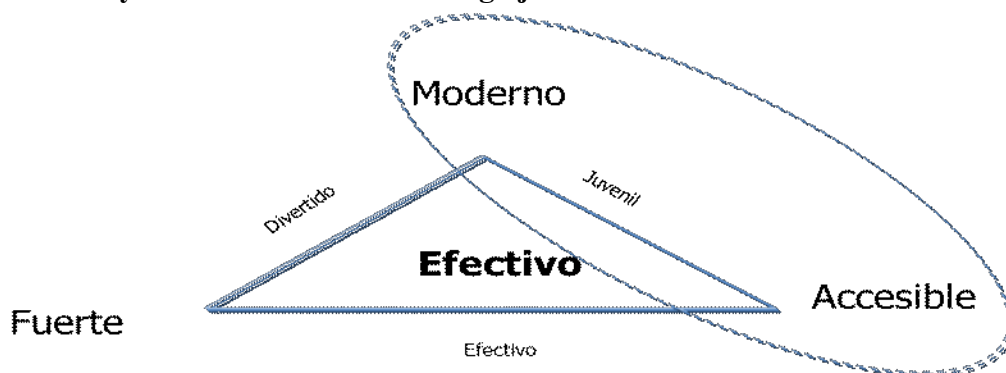
La modernidad del ron no responde a su vigencia estilística; cuando nos referimos a su modernidad nos referimos a su efectividad en una buena ecuación de precios. Lo moderno en este caso es la adaptación a la regla racional de mercado, (mercado como lógica de la

modernidad racional). Cuando utilizamos la denominación “moderno” para el ron, retomamos dos tipos de lógicas desarrolladas en el capítulo 3, la de la efectividad embriagante y la de la inversión dineraria. El ron, entonces, es moderno por someterse a una lógica racional. Moderno, entonces, quiere decir “racional”, sometido a un cálculo racional de rendimiento costo – beneficio.

Es parte de las relaciones implicadas en los vínculos dinerarios, provee una satisfacción que, en su forma más básica, “se calcula”. Encarna el espíritu mismo del beber como acceso material a la molécula embriagante. El ron es un buen dispensador de moléculas de alcohol, en ese sentido es una “bebida descarnada”. Cuando nos referimos en este caso al ron aludimos sobre todo a su versión barata, en este nivel de calidad es una bebida de embriagar, una bebida despojada. En ocasión de nuestro análisis de la segmentación ideológica en el capítulo 2, nos remitimos a tres matrices, la tradicional (que vinculamos a la chicha), la moderna que vinculamos al ron en tanto remite a relaciones, a vínculos que cuestionan lo tradicional, y la posmoderna que responde a una lógica hiper mistificada (vinculada al sistema de comunicación marcaría de bebidas como el vodka). Esta referencia a matrices es una instancia lógica para pensar la forma en que lo dinerario, es decir el espacio de lo moderno, establece su lógica de toma y daca.

Simmel, en su obra *Filosofía del dinero*, piensa el espacio de lo moderno a partir de la forma en que lo dinerario cuestiona el vínculo tradicional; contribuye a la disolución de esos vínculos y da lugar a la apertura de un mundo individual. Se refiere a la capacidad del dinero de cuestionar, de tensar, de cortar lazos propios de lo tradicional (Simmel, 2013). Es la potencia de lo mensurable, del peso, de las medidas, en su ápice el dinero como forma vitriólica que debilita el lazo de lo tradicional. La mención a Simmel responde a su capacidad de hacernos pensar en la lógica del mercado moderno, en su relación con la forma, con el cálculo, con el abandono del “tiempo de la tierra” y de los vínculos tradicionales. El ron se presenta como una bebida descarnada, para la cual, la ecuación efectividad embriagante y precio manda. Es una “bebida del mercado moderno”.

## Moderno y accesible el ron es un trago juvenil



**Ilustración 23:** Análisis del ron: rasgo discriminante juvenil. Cochabamba 2002.

Es una bebida muy difundida como opción para los jóvenes y adolescentes. “*Los fetos*”, los adolescentes, acuden al ron por varios motivos, pero sobre todo porque lo pueden pagar. Carece de raíces tradicionales de consumo, es una bebida que se ha masificado, su consumo se encuentra muy extendido en el seno de la ciudad, su masificación se considera relativamente reciente nos dicen en los grupos motivacionales, pero no lo es tanto, lleva mucho tiempo en el lugar (según testimonian en locales en que venden el producto). Su masividad le quita capacidad de diferenciación; a pesar de ello su “presencia imaginaria” es más fuerte en el espacio del norte, porque el joven perteneciente al mundo cochala tradicional cuenta con la “chichita” y sus derivados como herramienta para emborrachar. En el norte, como veremos luego, el consumo de la chicha es tabú.

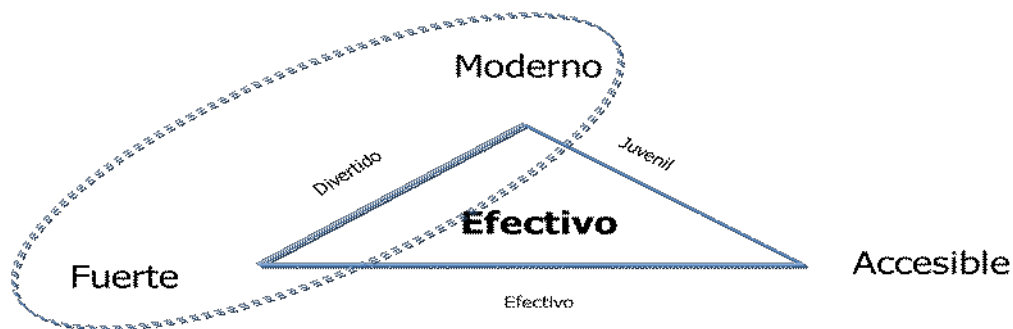
Los jóvenes casi nunca tienen mucho dinero a disposición, el joven recibe el dinero de manera regulada y limitada, no ingresa en la circulación monetaria sino de forma progresiva; en tanto hace su entrada en el mundo del empleo, lo que habilita el manejo del efectivo y le permite la autonomía real. La autonomía del dinero lo introduce progresivamente en ese flujo impersonal de la ecuación monetaria, pero en su juventud se encuentran en una situación de dependencia respecto del núcleo parental.

Los jóvenes cochabambinos, comienzan a beber a edad temprana y el ron funciona como bebida iniciática por cuestiones de precio. El gusto por lo amargo y lo ácido son tardíos, tal como lo ha determinado el estudio de los sistemas alimentarios<sup>70</sup>. El niño acepta en mayor

<sup>70</sup> Según la referencia realizada por Jesús Contreras (2004) al estudio realizado por Zajonc (1968), autor que estudia la adquisición de los gustos por repetición de la experiencia de ingesta. Ese estudio detecta que la tasa de repetición para

medida lo dulce y se considera que esa es una tendencia biológica. Cuando se ingresa en el consumo alcohólico de bebidas, los adolescentes poco experimentados, suelen refugiarse en las bebidas mezcladoras, en particular en aquellas que le resultan más bebibles, las más dulces. El ron es una opción mezcladora por excelencia, en particular con cola. Se trata de una bebida “áspera”, en su versión de bajo precio, que se encuentra morigerada por los refrescos, lo que aumenta su aceptación; incluso entre las muchachas, el ron con cola es muy fácil de tragar. Se suele decir que la bebida dulce “*se sube más rápido a la cabeza*”. No se trata, como versa erróneamente el mito popular, de que las bebidas azucaradas emborrachen más, sino de que las bebidas azucaradas son más fáciles de tomar, pasan más fácil por la garganta y no generan esa reacción de rechazo; ese fruncimiento del rostro que produce el alcohol fuerte aún en el caso del bebedor más experimentado, el que está curtido en el difícil arte de empinar. De lo anterior se desprende que lo que es más fácil de ingerir se tiende a beber en mayores cantidades.

### **Fuerte y disponible a la comunidad cuando se busca rápido la diversión**



**Ilustración 24:** Análisis del ron: rasgo discriminante: divertido. Cochabamba 2002.

Es una bebida fuerte y, según surge de las indagaciones, se asocia con la diversión intensa, con ocasiones de consumo vinculadas a la embriaguez. Sus efectos son contundentes y casi inmediatos, implica entrar rápido a la diversión. No es la única bebida que promete estos efectos, pertenece a un conjunto de bebidas modernas de alta graduación, junto con el

---

adquirir el gusto por lo amargo es mucho más alta que la necesaria para adquirir el gusto por lo dulce. Se llega a sostener que estamos genéticamente preparados para aceptar los gustos dulces con mucha mayor facilidad que los amargos.



tequila y el vodka. Pero es, eso sí, la más desangelada, la que más difundida está y, por ende, es la que entrega la borrachera “con menos vueltas”; carece de una mística posmoderna o de una estilística sofisticada. Cuando nos referimos al “ron” aludimos, sobre todo, al ron accesible, al que circula en torrente por las plazas, en la calle, el que nubla al feto, el que comparten los amigos cuando de bailar se trata, cuando se piensa en el acercamiento a las mujeres.

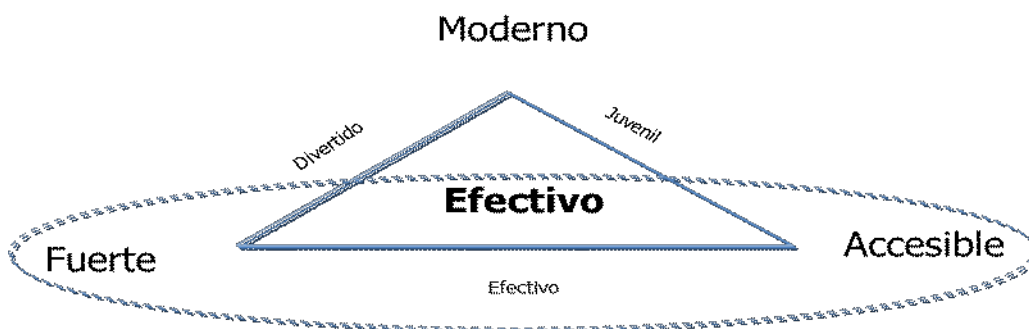
La mención del ron, en el discurso de estos jóvenes, se funde con sexualidad, con el cuerpo en su parte baja; se trata de una bebida sexualizada. Se nota en el rostro del que la nombra, del que bebe y del que habla de ella, en la risa de los amigos en torno a la bebida. Este sesgo se ha visto confirmado por la comunicación masiva de las variantes ya preparadas en forma de cuba libre. La quinta esencia de esta actitud visceral, descarnada, se plasma en un spot publicitario de “Cuba Libre”, bebida que por aquel entonces hacía un fuerte desembarco en Bolivia y en el medio cochala. En una pieza comercial poco sutil, en la que la conductora y modelo Carla Morón, vestida con un traje de baño de dos piezas y bien abierta de piernas, ubica la botella de plástico en el medio, a la altura de sus genitales y también de sus nalgas, en una escena que se desarrolla en la piscina, a pleno sol; el ron se presenta al compás de la lujuria macha<sup>71</sup>. La regulación publicitaria no tiene en cuenta la perspectiva de género, una deuda que no sólo se mantiene en el territorio boliviano. El ron proyecta imágenes vinculadas a la crudeza de la masculinidad. La asociación de la bebida y la masculinidad ya ha sido destacada por autores como D.W. Heath que señala el vínculo del alcohol con el estereotipo del “macho”.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Comercial de Cuba Libre <https://www.youtube.com/watch?v=A3xH6y1RQt4>

<sup>72</sup> *In many groups, drinking together is an important way man act out their stereotypes of masculinity with boisterous behaviour, frequent expressions of aggression, boasting about their capacities for drinking and sex, and otherwise underscoring exaggerated caricatures, as in “kiwi block” of New Zealand or the “macho” in Mexico and Chile, the setting in which such male demonstrative drinking takes place are often segregated to keep women away (Germany, Sweden) or youths are often eager “to prove their manhood” by drinking conspicuously (Italy, UK.).* (Heath 1995: 336), (Brandes, 2002)

## Fuerte y accesible, el ron es efectivo



**Ilustración 25:** Análisis del ron: rasgo discriminante "efectivo". Cochabamba 2002.

Como bebida fuerte y accesible, el ron circula a lo largo y lo ancho de la comunidad, esta ubicuidad se encabalga en su capacidad de producción a lo largo de varios niveles de calidad, ese es un rasgo clave que le otorga gran “versatilidad”. Bajo la etiqueta “ron”, el mercado moderno pone a disposición una serie amplia de opciones accesibles en diverso grado y sometidas a la lógica vincular del intercambio monetario. Es una mercancía que circula por los canales modernos de distribución, se trata de una bebida “de empresa moderna”.

Es una bebida accesible, se puede obtener a bajo precio. No obstante, el ron se produce y comercializa en diferentes niveles de precio y calidad, desde opciones exclusivas importadas de alto precio hasta versiones adulteradas muy baratas. La categoría ron tiene una amplia llegada a varios segmentos de consumidores de diferente nivel social y de edad. Uno puede ser exigente con el ron, buscar la calidad elevada o buscar el precio bajo, cumple a dos puntas. Incluso tiene dos categorías, blanca y añeja que se diferencian por calidad y por características físicas. La materia de este destilado de caña de azúcar o melaza, soporta niveles de diferenciación; tal como decíamos el continuo de su materia permite un alto nivel de segmentación significativa. Ya se había señalado que el añejamiento es una vía para generar valor en la materia alcohólica. Por lo general las bebidas destiladas, soportan esta discriminación por niveles, aunque esta no sea la única fuente de su valorización de calidad. Las diferencias de calidad sobre las que se monta la definición “ron” son enormes, desde los rones importados de primer nivel, hasta los

adulterados que carecen de autorización sanitaria, el arco que recorre esta denominación es extenso.

Sus versiones más altas y dotadas de mayor jerarquía, se encuentran decoradas y clasificadas con elegantes etiquetas de distintos colores entre los que dominan el negro y el dorado. Sus versiones más accesibles se asocian con la toxicidad, incluso se llega a referir, jocosamente, su capacidad de producir ceguera. En este trabajo nos propusimos soslayar la cuestión de las marcas, ya que introduce una dimensión muy compleja. No obstante, señalamos la existencia de marcas como “*Pampeño*” capaces de generar la ceguera o la muerte. Ron Pampeño y otros más, contienen metanol, ya que en el proceso de producción no se disocia este elemento tóxico de los alcoholes aptos para el consumo humano<sup>73</sup>.

### **Vodka, internacional, neutro y sofisticado, es la imagen de lo actual**

Se trata de una bebida con un estilo muy actualizado. Esta sintonía estilística le permite destacarse en la escena nocturna allá por el 2002 y eso se mantiene al menos hasta el 2013<sup>74</sup>. Se la vincula con un estilo cosmopolita relacionado con la noche y la juventud. Comparte estos rasgos de actualidad y de sintonía estilística con el tequila. De hecho, el tequila es una bebida aún más vinculada con el estilo cosmopolita y, por consiguiente, con el norte próspero de la ciudad. No obstante, preferimos analizar en primer lugar el vodka por dos motivos, su consumo se encuentra mucho más extendido, cuenta con diferentes niveles de calidad, lo que lo acercan al ron, y su neutralidad en términos de sabor lo convierten en una bebida particular y diferente en el plano material y organoléptica al resto de las bebidas relevantes en este medio.

---

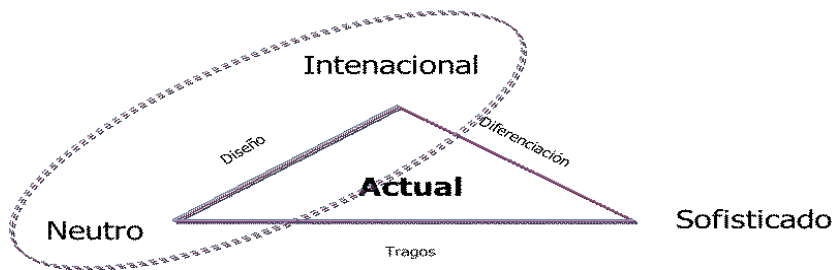
<sup>73</sup> La elaboración ilegal de bebidas alcohólicas es una cuestión que aqueja a Bolivia y tiene graves consecuencias en términos sanitarios. Para obtener una referencia detallada de este tema se puede consultar un estudio realizado por Euro monitor en 2017 por encargo de la Cervecería Boliviana Nacional. [https://www.tracit.org/uploads/1/0/2/2/102238034/an%C3%A1lisis\\_del\\_mercado\\_ilegal\\_de\\_bebidas\\_alcoholicas\\_en\\_bolivia\\_2017.pdf](https://www.tracit.org/uploads/1/0/2/2/102238034/an%C3%A1lisis_del_mercado_ilegal_de_bebidas_alcoholicas_en_bolivia_2017.pdf)

<sup>74</sup> Debemos relativizar la idea de que no ha cambiado, ya que la aparición del fernet y su lazo con la escena nocturna boliviana nos obligaría a reconsiderar la asignación de roles y la atribución de rasgos significativos en un sistema de las bebidas. Digamos que, en lo esencial, no ha cambiado.



**Ilustración 26:** Análisis del vodka: rasgos relevantes "neutro", "sofisticado", "internacional", rasgo central "actual". Cochabamba 2002.

### Internacional y neutro, el vodka: una plataforma de diseño



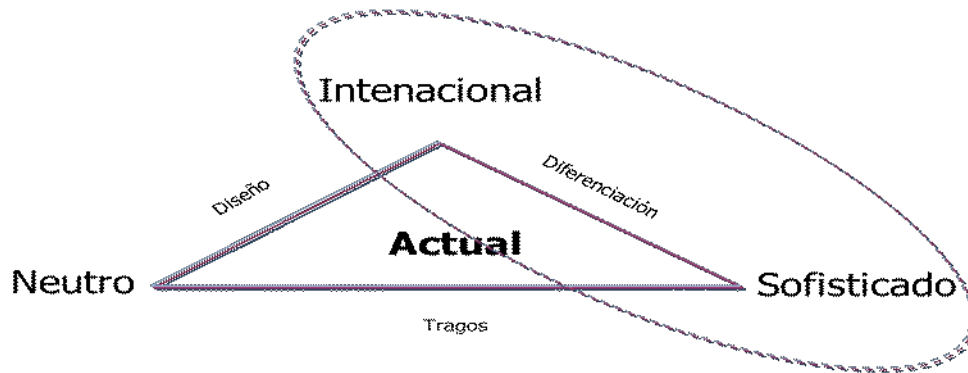
**Ilustración 27:** Análisis del vodka: rasgo discriminante "diseño". Cochabamba 2002.

Registra un gran desarrollo de etiquetados y de botellas con un nivel alto de atractivo, tanto en lo cromático como en el diseño de logos. Se la vincula con propuestas visuales de alto impacto y vinculadas con marcas internacionales. El vodka es una bebida del diseño y en sus variedades “de marca internacional” es una bebida del norte.

Es una bebida transparente y su transparencia se presta para el añadido de colores; el vodka en particular es objeto de transformaciones estéticas. Es una bebida de la escena nocturna, que evoca el clima de la fiesta internacional. Así la sienten en Cochabamba, percepción que no ha cambiado con el correr de los años (permanece en esta función hacia el 2013), su rol, incluso se ha consolidado por el impulso comercial de las modas, fenómenos con los que convivimos en el espacio hiper saturado de la imagen publicitaria. En las etnografías pudimos observar su vínculo con la noche, y la música electrónica, de surgimiento

incipiente por ese entonces en el 2002, y que tendió a consolidarse como parte de una estilística globalizada.

### **Internacional y sofisticado, el vodka se inscribe en un espacio de diferenciación**

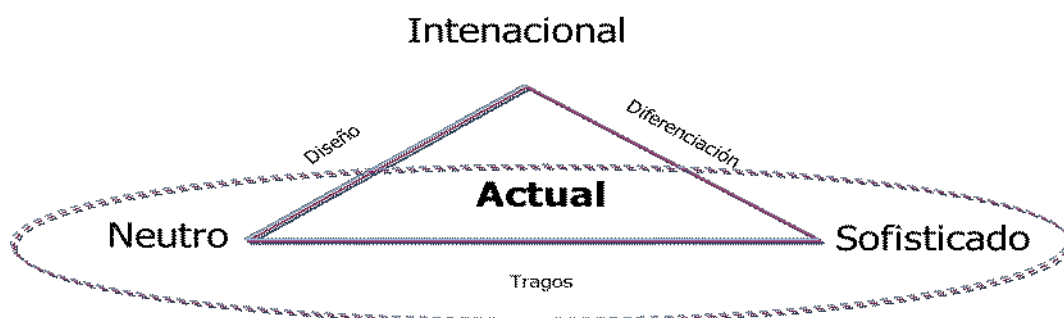


**Ilustración 28:** Análisis del vodka: rasgo discriminante "diferenciación". Cochabamba 2002.

Permite el destaque en las discotecas de moda, pedir una botella de alguna de las marcas reconocidas aporta imagen al consumidor, es una bebida para lucirse, que queda bien en la mesa o en la barra de los establecimientos nocturnos. Este fenómeno de lucimiento se vincula con ese aspecto del gasto que, desde Simmel a Bourdieu pasando por (Veblen, 2002) se ha pensado en torno al consumo conspicuo, categoría que, (M. Douglas 2003), considera pertinente en el estudio cultural del consumo alcohólico. Para el joven, ostentar implica mostrarse por “fuera de la necesidad”, exhibir su capacidad de gasto. Se consume pensando en “el otro”, en el espectador, es una bebida que pone en primer plano el escenario, a los que lo rodean. Esta conducta ilustra aquello que referimos en el capítulo 3 de esta tesis, al trabajar sobre la obra de E. Goffman, autor que analiza la “presentación del individuo en la vida cotidiana”. En este trabajo describe los intentos de los individuos de manipular los signos que se emiten hacia el medio ambiente social con el propósito de controlar la impresión en el otro (Goffman, 1991). Adquirir una botella cara es una forma de mostrar la pertenencia a determinado espacio social, un signo de aspiración vinculado al aquí y ahora del beber y se articula con las aspiraciones de individuos situados identitariamente en el espacio del norte. Se trata de una forma de escenificar la independencia personal respecto del dinero. Una bebida que cae en todos los lugares

comunes del análisis del estilo personal tal como lo adelantó (Veblen, 2002) en su tratamiento del consumo conspicuo o lo analiza Bourdieu con el espíritu mordaz que atraviesa todo el texto de *La Distinción*. Desde el sector tradicional de la ciudad puede ser considerada una bebida del jailón.<sup>75</sup>

### Neutro y sofisticado, una bebida para tragos



**Ilustración 29:** Análisis del vodka: rasgo discriminante: "mezcladora - tragos". Cochabamba 2002.

No aporta demasiado sabor a las bebidas lo que lo convierte en el mezclador por excelencia. Su carácter versátil lo transforma en una opción con gran adaptabilidad a distintas situaciones. Se encuentra presente en muchos tipos de mezclas y tragos.

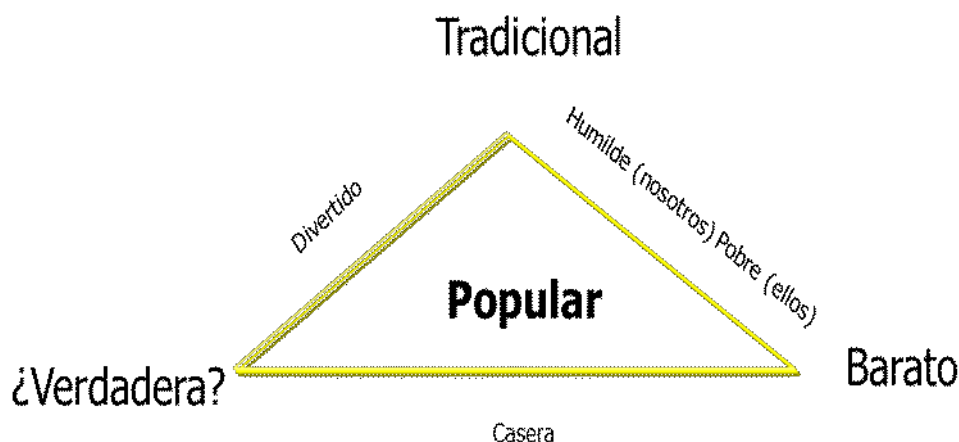
Su materialidad se presta para la combinación. Insípida y transparente es una bebida neutra, no añade sabor ni color al trago. Es una bebida fuerte que cuenta con alrededor de 40 grados, el resto es agua. El agua, es la clave del vodka y de su relativa ausencia de sabor, lo que la torna tan versátil en la elaboración de tragos, es una bebida con potencialidad camaleónica que se transforma acorde a las diversas mezclas. Esta versatilidad no depende de su connotación regional, sino que opera de este modo en el mercado mundial de las marcas.

Tal como ocurre con el ron, el vodka adulterado, las marcas falsificadas y el contrabando contribuyen a la proliferación de opciones económicas y peligrosas para el consumo humano, algunas prácticamente venenosas. Así es frecuente que los vodkas baratos se

<sup>75</sup> "Jailón" es una expresión coloquial mediante la cual se expresa la idea de "pretencioso" y se vincula con la población que habita el norte de la ciudad.

mezclen con jugos en polvo o con refrescos claros en bolsas de plástico. A pesar de la existencia de estas opciones accesibles a las que acuden los jóvenes y adolescentes, el vodka sigue manteniendo un aura de sofisticación y es considerado una bebida glamorosa.

### **La Chicha, tradicional, ¿verdadera?, barata, es la bebida popular por excelencia**



**Ilustración 30:** Análisis de la chicha: rasgos relevantes, tradicional - barata - ¿verdadera?, rasgo central "popular".

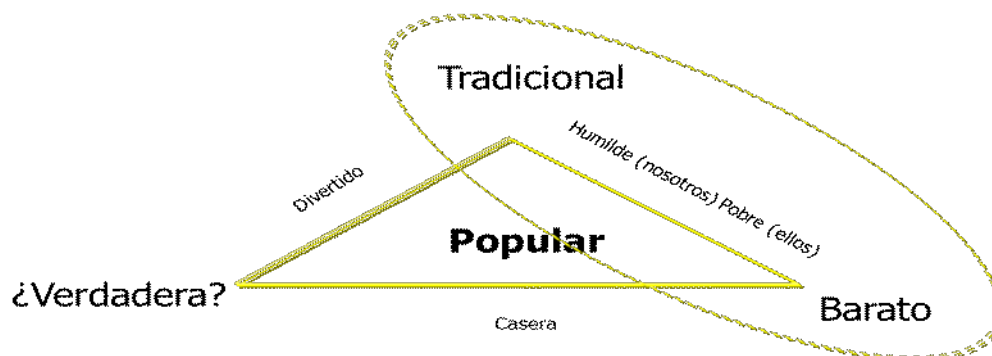
Es el espacio de lo popular por excelencia, la chicha en este ámbito es una bebida emblemática. A través de ella se trasluce una hostilidad social solapada o manifiesta, es una bebida que revela las diferencias sociales en el seno de la comunidad, que se elige o se rechaza según el lugar que se ocupa en el mapa social de la ciudad. En 2002 la tensión entre el norte y el sur se hacía sentir y la chicha operaba como líquido revelador de esta rivalidad tan particular que divide la ciudad en dos, su significado estaba plagado de ecos políticos, de connotaciones agresivas.

Cochabamba es la ciudad más asociada con la chicha dentro del territorio boliviano, así lo sienten los cochabambinos y lo dicen en otras regiones (Rodríguez, 2011; Torrico 2018). Cuando uno les pide a los cochabambinos que enumeren cuáles son las cosas, imágenes, palabras, símbolos que caracterizan a la región, la chicha siempre surge en esa constelación de ideas; se ubica en una primera capa de asociaciones. No obstante "chicha" no siempre implica una alusión positiva, su sentido está lleno de tensiones sociales bastante manifiestas, esta bebida también sirve para explicitar el rechazo fuerte que sienten algunos

grupos por la raíz indígena, por la presencia de amplios sectores vinculados a lo popular. Lo que es un signo de identidad para unos, resulta un objeto cultural repudiado para otros; en forma despectiva y desde el norte dicen “*cosa de los collas, cosa de cholos*”.

Cuanto más adulterada más efectiva debido al añadido de alcohol. La calidad de la chicha varía según la forma de elaboración. La chicha elaborada sin los cuidados necesarios, la que se suele consumir en la ciudad, no tiene buena fama; la chicha sólo es “verdadera” si es elaborada en el campo. Lo que se bebe en la ciudad, suelen ser chichas adulteradas con agregados de alcohol y sacarina que, a decir de estudios en la materia es una de las principales causas por las cuales algunos individuos abandonan el hábito inclinándose al consumo de otras bebidas (Vargas, 2007). Es una bebida que desata infinidad de referencias y enclaves con lo tradicional, forma parte del repertorio de emblemas que hacen a la identidad de los sectores tradicionales, es parte de un mundo de lo popular y se encuentra ligada al mundo ancestral andino.

### Una bebida tradicional, popular, la bebida de los humildes



**Ilustración 31:** Análisis de la chicha: rasgo discriminante "humilde / pobre". Cochabamba 2002.

Es la bebida que representa la matriz tradicional por excelencia. Es andina, es precolombina, la tomaban pueblos perdidos en el tiempo. Evoca lo milenario, mantiene reminiscencias de un esplendor perdido. Eso es lo que “*nos mira desde atrás*”, son ecos del pasado que evocan y plasman el vínculo tradicional, en este sentido son parte de la identidad simbólica de los sectores del sur de la ciudad. No obstante, la función del dinero también se hace presente, aunque fuera del circuito del mercado moderno; la chicha circula



en un ambiente tradicional de caseridad. Tuvo un enorme significado económico en la conformación de la ciudad a partir de los ingresos fiscales que generaba<sup>76</sup>. A expensas del ingreso de la cerveza y de las corrientes higienistas que la ligaron a la modernidad y al desarrollo, la chicha perdió su lugar y pasó a convertirse en un objeto degradado. Por ese entonces, en el 2002 se encontraba anatemizada y marginada del casco histórico de ciudad en el cual no podían establecerse chicherías<sup>77</sup>.

Lo tradicional evoca la tierra, las estaciones, las familias, la continuidad de lo que se repite como lo igual. La elaboración de la chicha es una actividad predominantemente femenina. Las “dueñas” de las recetas, las caseras, son las mujeres; ellas saben de los tiempos, los ingredientes. Los hombres se limitan a brindar colaboraciones laterales como las de revolver la misquiqueta, o avivar el fuego.

Se ubica al margen, como algo que el mercado, las empresas, tiene dificultades para asimilar.<sup>78</sup> Hacia el 2002 no puede terminar de incorporarse por las dificultades inherentes a la producción industrial y por la oferta informal que no deja lugar a la “gran corporación”, ya sea en términos de precio o de resultado final de elaboración de la propia bebida. Se trata de una bebida difícil de replicar fuera del mundo humilde de la producción casera y que tardó en consolidarse en un sistema de marcas, de hecho, el ingreso al sistema de producción industrial es limitado, en 2002 prácticamente inexistente, aunque en años posteriores se haya avanzado en ese sentido<sup>79</sup>. Por otra parte: ¿a qué precio se podría vender

---

<sup>76</sup> Tal como señalan Rodríguez y Solares la relevancia económica de la chicha y su desprecio por parte de las elites encierra una verdadera contradicción: “*Detrás de la chicha está el maíz y toda su red productiva. Ahora, a más de su cultivo del cereal que tonifica la economía regional, la chicha es un recurso económico porque genera un conjunto de ingresos fiscales que fortalecerán el desarrollo de la ciudad y su crecimiento urbano. Se va a dar la paradoja señorial en los años 30 o 40 de siglo pasado que en Cochabamba la bebida despreciada por ser parte de los hábitos plebeyos, de los mestizos o indígenas, sustentaba el desarrollo criollo urbano para las elites señoriales. Se trata de una ciudad que verá a crecer sus campos deportivos, pavimentar sus calles o incluso sostener a su universidad, sobre las bases de lo que ella culturalmente desprecia, abomina o persigue*”. (Rodríguez y Solares, 2012).

<sup>77</sup> Con la “modernización urbana” se había ganado espacios en la cultura popular, con ello, se procedió a un paulatino reacomodo de las chicherías, toda vez que no se trataba de su extinción sino de emplazarlos en sitios cada vez más alejados de una ciudad que buscaba “europeizarse”. (Rodríguez y Solares, 1990). En 1895 el Consejo Municipal de Cochabamba establece un nuevo reglamento de “Apertura y funcionamiento de locales de expendio de bebidas alcohólicas”, que en su artículo 21 del referido reglamento establece: “*No puede haber ni una sola chichería en la zona central de la ciudad, estas deberán instalarse fuera de la siguiente área: Al norte y al Oeste del río Rocha, al sur de la av. Huaynacapak, Aroma y Guillermo Urquidi y al este, la avenida Belzu*” (Periódico Opinión, 1895).

<sup>78</sup> En 2002 al menos, ya que en la actualidad se llega a exportar la chicha a varios países y se ha logrado cierta masificación en su producción, si bien escasa comparada con la de las “bebidas de mercado”. El paso final lo ha dado su producción masiva bajo la marca “Taquiña”, emblema de la cerveza a nivel local.

<sup>79</sup> En la actualidad la chicha envasada bajo la marca Chernobyl se exporta a 8 países entre ellos Estados Unidos, el primer mercado. Esta exportación comienza alrededor del año 2004 y la producción se realiza en la zona de Quillacollo. Por otra parte, la marca local de cerveza de Cochabamba “Taquiña” la produce y comercializa embotellada y enlatadas. No obstante, en 2002 no existían versiones industriales.

esta bebida cuya virtud es ser barata? Eso hace a su esencia singular en el lugar, su circunscripción a un mundo particular de lo humilde, Cochabamba tierra de la chicha.

Hacia el 2002 comenzaba a vislumbrarse la reivindicación del “mundo chicha” como parte de la conformación de la identidad simbólica de los sectores humildes y en el plano de la reivindicación política. Funciona como elemento de aquello que E. Laclau considera “*parte de una cadena equivalencial*” (Laclau, 2005). Forma parte de aquellos objetos culturales elevados al rango de símbolos y que se ligan al apego afectivo de la comunidad. El reconocimiento de la legitimidad de los consumos tradicionales forma parte de un conjunto de demandas que se anudan políticamente para configurar lo que se puede considerar “un pueblo”; en tanto “pueblo” es una parcialidad antagónica en el seno de la sociedad boliviana en general y cochabambina en particular. La matriz cultural vinculada a los símbolos tradicionales, se articulará en un momento de constitución de demandas sectoriales particulares. La chicha forma parte del acervo, del patrimonio y la simbología que harán eclosión en torno a la identidad de los sectores populares como actores políticos protagónicos de la escena boliviana. Pero a la altura del 2002, este matiz reivindicativo aún no termina de afectar la forma en que la chicha es percibida; no se ha configurado el proceso que “eleva el valor” de la bebida como representante de una cadena de equivalencias mediante las cuales “se dice lo popular” en la lucha por la hegemonía. De hecho, el valor chicha no termina de mutar, de elevarse al rango de emblema. A la altura del 2007 y del 2013 se registra una valoración emblemática de la bebida, no obstante, desde el punto de vista de la jerarquía aspiracional sigue ubicada en el fondo de la escala si se la mira desde la perspectiva del sector norte, el espacio privilegiado de la ciudad. Para ellos sigue siendo la bebida del pobre.

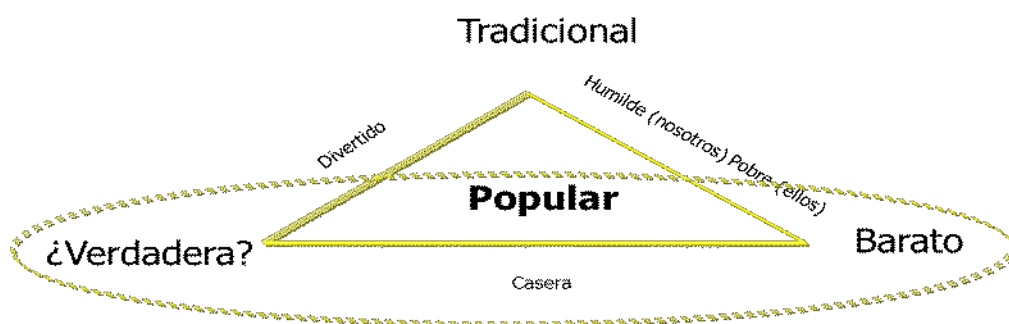
Evo Morales, los coccaleros, las chicherías, la cumbia chicha, la chicha, operan como representantes de una cadena equivalencial que, se anudan como una de las constelaciones significantes que han de hacer eclosión en la identidad popular, forman parte de uno de los extremos antagónicos; son fuente de polémica. La chicha como representante, parece naturalmente dotada para plasmar la disputa porque, como ya hemos enfatizado, desde el sur se lee como “humilde”, “nuestra”. Desde el norte se lee “de ellos”, “pobre”, “de cholo”. La chicha obliga a elegir bando: o se asume como propia o se la rechaza como ajena. Este cuadro de situación se había descrito al momento de conceptualizar en el capítulo 2, la

división interna de la ciudad entre norte rico y sur humilde y nos permite comprender la heterogeneidad de los representantes simbólicos que encarnan al conjunto de los cochabambinos: su cerveza, el Tunari como ejemplos de la representación del todo y la chicha como representación de uno de los aspectos parciales antagónicos de la ciudad.

### **La bebida de la diversión en el sector popular**

Directamente vinculada con la diversión de los niveles populares, evoca la alegría, el baile, el espacio compartido, lo propio. Si existe identificación con los sectores populares se la vive de manera positiva, si no es así, si lo popular es “lo otro”, se la vive de manera negativa, incluso como algo vergonzante para la ciudad. No es necesario, a esta altura, enfatizar el clima de tensiones que habita este lugar. Cochabamba se encuentra fracturada en dos en tanto territorio, la chicha se ubica en el sur y es una bebida que no cruza fronteras. La chicha es cumbia chicha, chicha de festejar, dueña y señora de las chicherías, es parte esencial de la algarabía. Allí en el cumpleaños, en la festividad, su sola mención hace sonreír a sus bebedores. Tiene un apelativo cariñoso: “la chichita”.

### **Chicha, la dimensión perdida de lo verdadero**



**Ilustración 32:** Análisis de la chicha: rasgo discriminante "casera". Cochabamba 2002.

La hay de muchos tipos, con niveles de calidad y diferencias en la elaboración. En rigor a la verdad, es un producto no “normalizado”, su calidad varía según un “arte de elaboración casero”. Es un “saber hacer” en la fermentación del maíz según diferentes tipos de procesos. Es una práctica que se transmite de generación en generación, que responde a la

lógica de las “recetas”. Esta transmisión generacional produce la sensación de que la chicha “está presente desde siempre”, desde los albores de un pasado perdido en el tiempo.

Algunas chichas no son buenas, nos dicen los bebedores. La chicha buena, enfatizan, no se consigue en la ciudad. En realidad, algunas chichas que se consiguen en la ciudad se consideran mejores que otras, sin embargo, no se comparan con las del campo, las de los pueblos que rodean Cochabamba<sup>80</sup>. Las mejores, las verdaderas, esas son buenas (son perfectas, su único defecto es que han “desaparecido” del ámbito de la ciudad, que son de difícil acceso). Esta “desaparición” se expresa en el carácter “trascendental” de la chicha. La chicha como emblema trascendental, lo perdido por antonomasia. Según la lectura lacaniana realizada por S. Zizek, (Zizek, 2017) se trata de una entidad fantasmática que sustituye algo que nunca estuvo plenamente presente<sup>81</sup>. Así “chicha” es el representante de un retorno de la unidad orgánica de un pueblo ancestral, un rasgo del imperio perdido. Es un símbolo lleno de potencialidades que hacen eclosión en un futuro, cuando lo popular democrático logre dominar el espacio político, en un proceso cuya dimensión no se lograba ni siquiera soñar a la altura del 2002 cochabambino.

La chicha es así, entre signos de pregunta: ¿hasta qué punto es verdadera? ¿Qué entidad pudiera llenar un significante de una dimensión trascendental, de la dimensión de la chicha? Como representante de un amplio sector, de un mundo que no termina de encontrar su espacio de representación en el 2002, que no logra hallar los símbolos altivos de los que se pudiera envanecer, que no termina de enarbolar sus banderas en una contienda simbólica que lo tiene como par degradado. Es el tema del orgullo imperial, salvando las distancias, “chicha” es la tumba de Napoleón, un resto, una referencia espectral, tiende una cuerda invisible, elástica, incorpórea para atrás. Es la referencia a unas manos que no están, a un saber que se tenía, a un goce perdido por la comunidad, goce del Inca, capacidad de

---

<sup>80</sup> En lugares como Punata o Libertad se producía chicha de excelente calidad. Aunque en Punata también se elaboraba chicha adulterada (Vargas, 2007). En Tarata, en Arani, en Tiquipaya, incluso en las cercanías de la ciudad en Quillacollo se elaboran chichas con las más diversas recetas y para todos los gustos. Quienes quieran disfrutar de un paseo por el territorio de Cochabamba y de sus regiones y comprender a fondo sus formas de elaboración y consumo pueden recurrir a los videos “Crónicas Chicheras” la número 1 referida a Punata se puede visualizar en [https://www.youtube.com/watch?v=wO4\\_7GAlvdk](https://www.youtube.com/watch?v=wO4_7GAlvdk)

<sup>81</sup> En ese sentido, Zizek, en su obra *“Tarrying with the negative”*, se refiere una lógica general del retorno a las identidades nacionales en el proceso de desintegración del bloque comunista, el retorno a la antigua Grecia durante el renacimiento, el retorno a las revoluciones abortadas en la obra de R. de Luxemburgo, referencia a las culturas de origen africano en los movimientos reivindicatorios norteamericanos. La integridad de esas entidades míticas a las que se retorna se percibe sólo desde la óptica de quienes postulan su retorno y en contra de un espíritu de época al que se oponen. Esas entidades míticas proveen un conjunto de rasgos fantasmáticos, a la vez que permiten el gesto simbólico de “precipitarse” hacia la identidad en el proceso de lucha.

mandar. Por eso se encuentra escondida, oculta en el campo, no murió. Alguien en la campaña te la puede ofrecer, si la sabes pedir te la pudieran dar. Está dormida y despierta. Alguien dice que otro dice que la llegó a tomar, en ese asentamiento, o unos kilómetros más allá. A diferencia del ron o de la cerveza que se pueden resumir, la chicha, como espectro de espectros se debe narrar. Te la recitan tus padres, tus abuelos o mejor los tíos, como un cuento para dormir, déjate acunar, deja que la corriente retrospectiva te pueda llevar. Raíz, verdad, Cochabamba, Bolivia.

La dimensión fantasmática de la chicha se vincula con lo sublime (el goce del Inca, la majestad imperial, etc.) y con lo corporal, con lo excrementicio. Opera en los dos extremos del fantasma. Conjuga el otro trascendente de la divinidad, del Inca, con la tierra, el cuerpo, las heces. Una de las acusaciones más infames hacia la chicha, reside en señalar que existe la costumbre de acelerar su fermentación con excrementos. Según se llega a escuchar, sobre todo en voz de los habitantes de la zona norte, pero también en boca de los de la zona sur, en ocasiones se introduce una pañoleta con excrementos humanos y se la remoja para colaborar con el proceso de fermentación<sup>82</sup>. “Una basura”, “una mierda”, dicen algunos, sus detractores. No obstante, también en el sur, en el sector destinatario del producto corre la versión, de que algunos, no determinados con precisión, lo harían así con mierda: depravados. Son los secretos de la factura casera, de lo artesanal en la elaboración. Esta doble faz entre lo trascendental y lo escatológico ubican a la chicha en un registro plenamente fantasmático. La chicha se inscribe en el marco de fantasía que sostiene la integridad simbólica de una Cochabamba atravesada por el antagonismo.

Las chichas que seguro no son buenas son las adulteradas. Sin embargo, las adulteradas son las más efectivas. Las “alargan” con alcohol de 96°. Cuando se calcula su “efectividad”, la chicha adulterada es la que mejor cumple su propósito, es la que más rápido “calienta” la fiesta. Así cerramos el círculo de la materialidad de la chicha, desde la propia factura del producto se revela como algo que, para tener la máxima efectividad en el plano de la embriaguez debe quemar la garganta.

---

<sup>82</sup> Rodríguez Ostría niega efusivamente este rumor y lo considera parte de un proceso de denigración no solo de la chicha, sino de los emblemas representativos de la tradición popular cochabambina (Rodríguez, 1990, 2011).

## **Contraposición de las bebidas, análisis de rasgos**

La tradición de los estudios socioculturales de las prácticas del beber, le otorgan un rol destacado a la organización sistemática y a la contraposición de las diferentes bebidas (Douglas, 2003)<sup>83</sup>. Para comprender un sistema de las bebidas en Cochabamba, es conveniente detenerse y aislar el conjunto de estas tres categorías en particular: cerveza, ron, chicha.

Otras importantes opciones de las que dispone el consumidor, tales como el singani, el whisky o el vino se han de considerar, pero su papel es lateral para el análisis.

El tequila y el vodka serán relevantes, pero se encuentran sujetos a moda y, en gran medida para entender su lógica, resultan extensibles las consideraciones referidas al ron.

Para avanzar en el análisis sistemático vamos a descomponer las bebidas en rasgos y a efectuar una contraposición. Esta descomposición es puramente analítica. Se tratará de una contraposición de rasgos, ubicados en torno a diferentes ejes que se han revelado pertinentes a lo largo del estudio, dichos ejes son: el económico (capítulo 3), el de la percepción organoléptica y la efectividad (capítulos 3 y 4) y el de la pertenencia a las matrices culturales tradicional, moderna y posmoderna (capítulo 2).

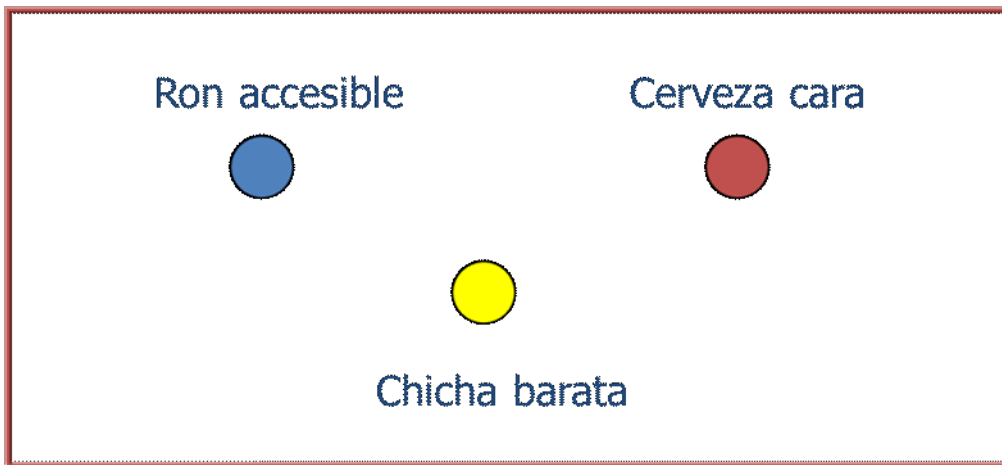
## **El factor económico<sup>84</sup>**

Tomadas en conjunto, estas tres bebidas representan las opciones clave para el cochabambino ya que se vinculan claramente a la temática del precio y sus consecuencias en el consumo. En este eje trabajamos la relación entre el precio y la valoración de las diferentes bebidas. Cada bebida aporta su lógica a la cuestión del precio, no podemos disociar la cuestión económica del plano valorativo, de los ecos de sentido que se activan en torno a cada una de las bebidas puestas en cuestión.

---

<sup>83</sup> La autora en el capítulo 5 de su obra “Constructing drinking”, recopila el trabajo de Mary Ane Thorton “Sekt versus Schnaps in an Austrian village” que nos sirve como referencia modélica

<sup>84</sup> En este punto en particular, nos referimos al factor económico como cálculo racional del dinero que se debe invertir para obtener determinado grado de embriaguez. No obstante, en otro tramo de esta tesis, haremos una referencia particular al significado económico de la chicha en la historia de cochabambina, ya que articula con la territorialización de su espacio, con la segregación socio espacial de los grupos humanos que la habitan y su gran significación para la economía de la región (Rodríguez, 1990, 2011).



**Ilustración 33:** Análisis del factor económico: diferenciación de las bebidas. Cochabamba 2002.

El ron ocupa el lugar de lo accesible en términos de precio. El ron ocupa un lugar destacado ya que es la bebida alcohólica que mayor asociación tiene con la diversión intensa y a su vez tiene un precio conveniente. Es una bebida con amplias opciones de precio dentro de las cuales el consumidor se puede mover con comodidad. Todos logran encontrar una opción acorde con el presupuesto con el que cuentan. El ron permite variar el nivel de precio elegido en distintas ocasiones y por diversos públicos sin por ello abandonar la categoría.

La chicha es barata, para tomarla hay que ser pobre o identificarse en forma muy fuerte con lo popular. Fuera de esos parámetros, el consumo, si lo hubiera, sólo puede llegar a ser marginal.

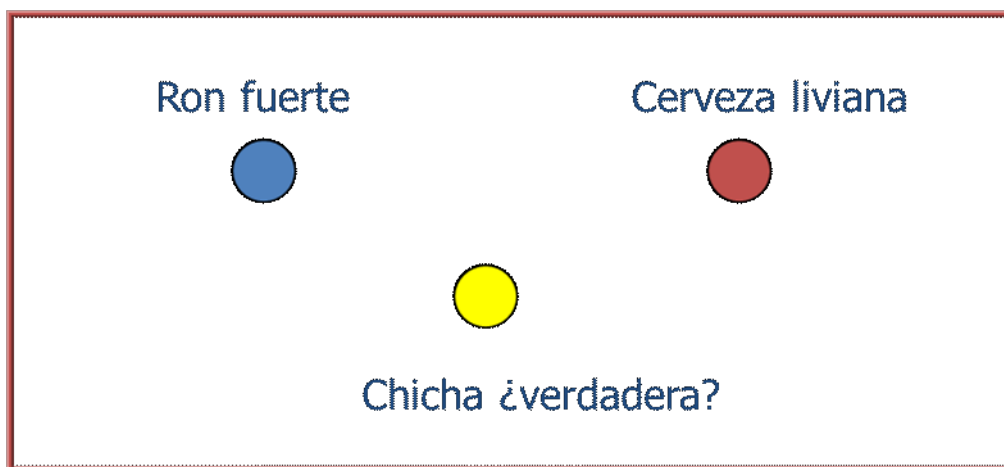
La cerveza, tal y como se verá desplegada cuando nos refiramos a los sistemas de hábitos de consumo, es valiosa. No obstante, su precio es una severa limitación para el consumo, en particular en las capas medio bajas y entre los adolescentes con disponibilidad limitada de efectivo. Así y todo, es una opción seriamente considerada por todos los segmentos.

Ante un producto caro y deseado el consumidor establece estrategias (por ejemplo, disminuir su consumo, elegir las ocasiones o, incluso, encontrar motivos de crítica que le permitan dejarla de lado).

Habiendo dejado claro que la cerveza es cara y de eso no duda ningún segmento, podemos ocuparnos de su característica de ser “valiosa”. Tan valiosa es que los sectores más humildes pueden hacer verdaderos sacrificios para adquirirla. Por algún motivo, que hemos

de describir más adelante, su presencia es casi imprescindible en “ciertas ocasiones y circunstancias”. A su vez su caracterización como “objeto valioso” la convierten en “moneda de cambio” en las prácticas de generación de obligaciones recíprocas<sup>85</sup>. Estas prácticas son características en los sectores populares, sobre todo en ocasión de los casamientos. De este modo la cerveza se convierte en un objeto de intercambio al ingresar en un sistema de prestación – contraprestación entre familias. En ese sentido se vincula con los complejos sistemas de alianzas que unen a la comunidad.

### Las bebidas, su percepción organoléptica y su efectividad



**Ilustración 34:** Análisis organoléptico y de efectividad: diferenciación de las bebidas. Cochabamba 2002.

Tomadas en conjunto, cada una de ellas ofrece una opción singular al tragar. Aquí nos importa lo que pasa cuando se ingieren, la manera en que se muestran capaces de afectar en el plano sensorial y en el psico emotivo.

Existe cierto grado de relación entre la “intensidad” de la bebida, su ecuación de precio y su “carácter” imaginario.

El ron es fuerte, es una bebida que “golpea”. Es una bebida que no es siempre organolépticamente agradable, esto se agudiza en sus versiones más baratas. El consumidor no tiene opción: o resigna calidad en el ron o resigna, al menos en alguna medida, su

<sup>85</sup> Puede vincularse a instituciones como el *ayni* u operar en los prestes. Durante los prestes, los participantes contribuyen con cajones de cerveza que no serán consumidos en ocasión de la celebración, sino que serán vendidas para solventar los gastos emergentes. Esta práctica implica que el participante se suma al esfuerzo comunal.



ecuación de precio favorable. De esto se saca la siguiente conclusión: el ron sólo es la mejor opción de precio cuando no es bueno. Esto significa que se consumen rones de marcas de baja calidad, algunas de los cuales no son siquiera considerados ron (si “hablamos con seriedad” manifiesta el cochabambino que, sibarita como es, entiende de bebidas).

El ron barato se considera desagradable al paladar. Solo los rones de alto precio se consideran agradables. El ron en general es una bebida mezcladora y esto se intensifica en el caso de los rones de bajo precio que resultan “intragables”. Siendo fuerte es a la vez una bebida dulce al momento de su ingesta, efectividad y dulzor son indisociables.

La cerveza es liviana, no es fuerte. La oposición entre liviana y fuerte no es del todo correcta: liviana debería oponerse a pesada y fuerte a débil o, en todo caso a suave. Cuando uno interroga ¿por qué dicen que la cerveza es liviana? Contestan: *-Porque no es fuerte no te marea tan rápido-*. Esto nos indica que el “impacto” de la cerveza, el registro psíquico y físico de su acción es menor en términos comparativos con una cantidad similar de bebida en otras categorías alcohólicas.

Lo liviano se puede ligar con su espuma, en un sentido positivo (una característica casi “mágica” del líquido efervescente), o como gas en su sentido negativo (de hinchazón).

Aquí hay una clave de sus virtudes y defectos. Su virtud y su defecto intrínseco son lo mismo: para el nivel de alcohol en sangre que busca el cochabambino en muchas de las ocasiones de ingesta, la cerveza tiene una efectividad limitada lo que puede ser considerado en forma positiva o negativa. Es positivo si se quiere permanecer mucho tiempo bebiendo y compartiendo sin caer desmayado. Es negativo si se quiere llegar rápido al “*punto caramelo*”.<sup>86</sup> y gastar poco. El volumen físico de cerveza que se debe ingerir para lograr el efecto esperado, se liga estrechamente con su contenido de gas en forma negativa. Cuando beben en cantidad se sienten hinchados y se ven obligados a orinar repetidas veces. Esos son efectos de la cerveza que no les gustan.

Hay chichas y chichas. La chicha de campo, casi mítica ya que en muy rara ocasión dicen haberla consumido, es amarilla, sin azúcar, produce una embriaguez particular y repentina. Es casi, dicen, un refresco, pero esta no es la chicha efectiva; la efectividad de la chicha no adulterada requiere largos períodos de ingesta. La calidad no garantiza la efectividad, como

---

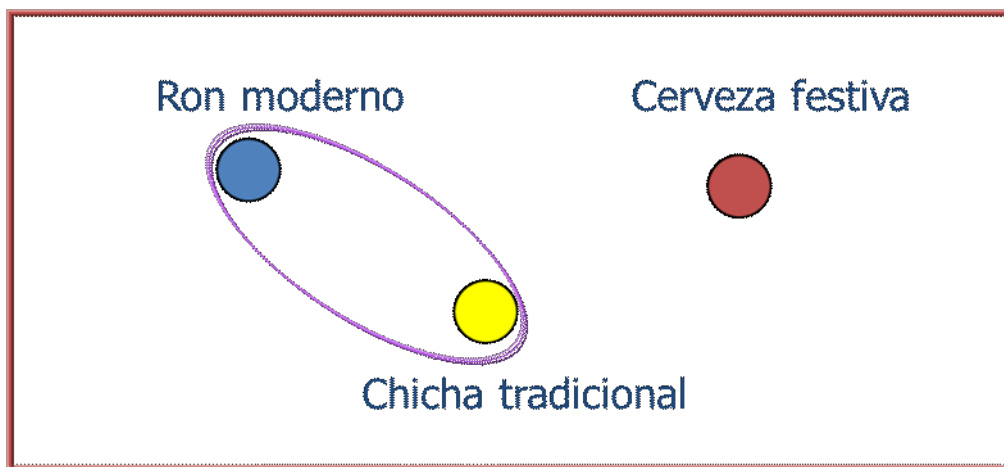
<sup>86</sup> Así llaman en Cochabamba al punto ideal de embriaguez en el que domina la expansividad y la desinhibición sin caer en el escarnio de la borrachera.

ya aclaramos en su oportunidad, la fiesta pide alcohol. La fermentación pura del maíz, (trigo, maní) no es suficiente para producir el nivel de ebriedad esperable como para divertirse plenamente.

La chicha, por otra parte, tiene un sabor característico no por todos aceptado en el mismo grado o con la misma facilidad. Por otra parte, se asocia con el mal aliento. La chicha real, la cotidiana, la “no tan verdadera” no es “tan rica” como debería ser. Deja en la boca un retrogusto a podrido, luego de la ingesta queda su rastro en un aliento fétido. De esto se sacan las siguientes dos conclusiones: la chicha verdadera, la “ideal” no es la más efectiva y la chicha “ideal” es muy distinta de la chicha real.

### **Lo tradicional y lo moderno en el sistema de las bebidas**

Aquí se ponen en juego tendencias poderosas en la constitución lógica de la ciudad, se trata de la potencia del mercado y de la tendencia a la tradición (capítulos 2 y 3). “Mercado” (moderno) y “comunidad” (tradicional) abren un intenso debate cultural cuyos vericuetos se refractan a través del prisma del sistema de las bebidas.



**Ilustración 35:** Análisis de las bebidas según el "mundo que habitan". Cochabamba 2002.

Debemos destacar que la cerveza no está inscrita en el debate entre lo moderno (mercado) y lo tradicional (fuera de los canales del mercado moderno). Es como si la cerveza pudiera “hacerse a un costado” y “dejar pasar el tema”. En Cochabamba eso es fundamental para una bebida que logra representar la identidad del conjunto.

La chicha, es más que una bebida, es el apego popular a una forma de vida de raíz tradicional andina. Se inscribe en una lógica que nos interpela: “tómala o déjala”. Se enlaza con la lógica del vínculo comunitario (producción casera, mercado informal, raigambre popular).

El ron se puso de moda. No tiene ningún tipo de arraigo local específico. Puede convertirse en una costumbre, aposentarse largamente en un sistema de hábitos. Sin embargo, hasta hoy no cuenta con fuentes de arraigo particulares que eviten que se lo sustituya el día de mañana<sup>87</sup>. Se trata de una bebida propia del mercado moderno y del intercambio comercial, potencias que, como nos lo recuerda (Simmel, 2013) son opuestas al mundo en que domina el vínculo comunitario.

Una bebida, la chicha, es del sur y hunde sus raíces en el pasado en tanto que la otra bebida, el ron, se aposenta principalmente en el norte y se justifica en el presente del mercado moderno. Ron y chicha plasman un debate social en Cochabamba.

La cerveza, entre tanto, “sobrevuela” la cuestión y cubre todo el espacio de la ciudad. Tradicional, moderna también. Pueden ser ambas cosas, pero es sobre todo “festiva”. Puede entrar en cualquier ámbito, incluso su significado es similar en distintos segmentos. Tiene una importante continuidad basada en su relación con “festejar”. Dividida o no, la ciudad se unifica en ciertas circunstancias, por ejemplo, en el carnaval para ir a lo más obvio. En esos espacios la cerveza es reina. En lo referido a la cerveza, lo que varía fundamentalmente de norte a sur es su ubicación dentro de un continuo de bebidas ordenadas jerárquicamente por precio – prestigio. En el sur puede ser el punto máximo al que se accede al momento de brindar, en el norte puede ser una bebida que no puede faltar en un festejo, pero que es precedida por el champagne. Eso no es lo importante, la clave está en que su presencia no se discute.

---

<sup>87</sup> De hecho, en 2013 pudimos constatar cómo el fernet competía seriamente con el ron y se convertía en sustitutiva en varias ocasiones de consumo. Hoy, hacia 2021, la chicha enlatada de Taquiña implica necesariamente un reordenamiento de un sistema de bebidas e, incluso, aparecen otras bebidas con vigencia estilística y aspiracional como el gin al que se saboriza con hierbas locales, cuyo impacto en términos de significación sería interesante analizar. Estas consideraciones surgen de entrevistas con nuestro informante clave Roger Maldonado Rocha, en su doble calificación de chef y sociólogo investigador de la USS de Cochabamba.

## Las bebidas en el horizonte de identificación.

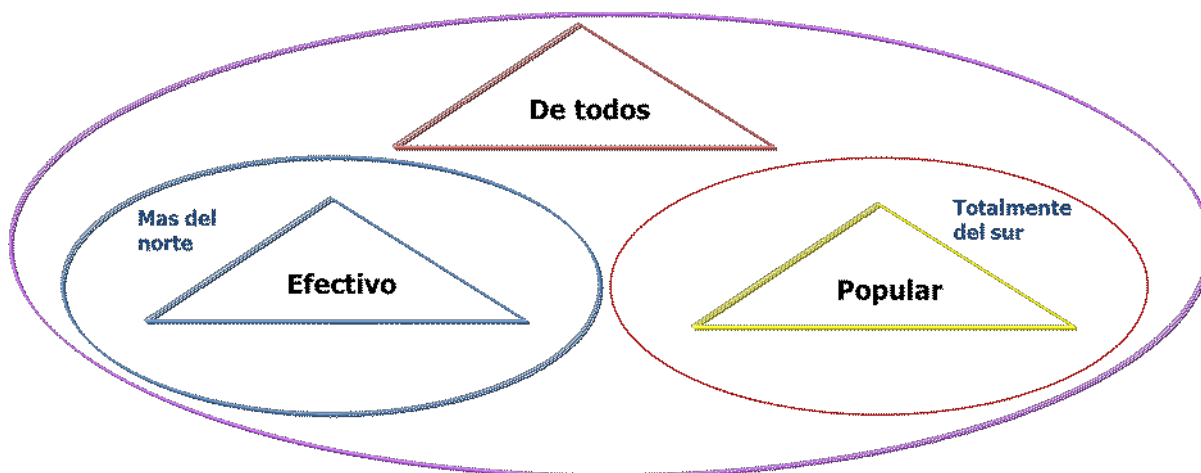


Ilustración 36: Análisis del espacio socio simbólico de las bebidas. Cochabamba 2002.

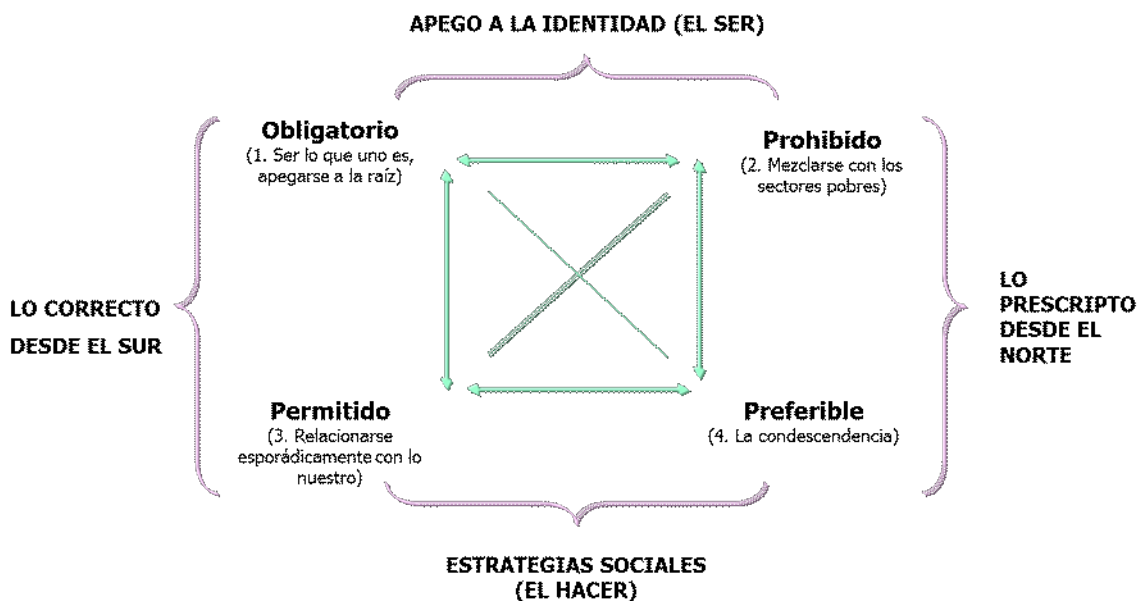
A esta altura, analizando los rasgos “externos” de las bebidas (las que estaban en los extremos de los triángulos) llegamos al interior de las mismas, a su rasgo central. Cerveza de todos, en un espacio en que la ciudad confluye; el ron más en el norte presente por su efectividad y chicha como señal paradigmática del sur “popular”.

La cerveza como unidad de la ciudad, como operación neutra. El ron como representante del mercado, de la economía monetaria y de la singularización del individuo, la chicha como una honda proyectiva y retrospectiva, parte del destino singular del sector menos favorecido económicamente de la ciudad. Aunque podría haberse elegido al vodka, o aún más al tequila como representantes del norte de la ciudad, se ha preferido el ron por ser la bebida que, con mayor desparpajo y de manera más descarnada expresa la ecuación de la efectividad: dinero = alcohol en sangre; bebida de emborrachar.

### La chicha y el sistema de actitudes en la ciudad de Cochabamba

Para avanzar en el capítulo, se desarrollará una aproximación a la “singularidad” de la región: la chicha. En ese sentido comenzaremos trazando un cuadro de oposiciones relativo al despliegue de las actitudes hacia la chicha que nos permita leer las tensiones internas que

pliegan la ciudad de Cochabamba en un sistema de rivalidades vinculadas al antagonismo<sup>88</sup>. Estamos en 2002, un punto de transición, un momento en el cual el “*espíritu de época*” no ha sufrido ese tremendo vuelco que implica el ascenso del mundo indígena y la toma democrática del poder del estado, por parte de los representantes de la raíz tradicional y sus aliados. “Chicha” era por aquel entonces un significante “tenso”.



**Ilustración 37:** La chicha, la distancia social y el despliegue del conflicto. Cochabamba 2002.

1. Los jóvenes y adolescentes de clase media baja y baja, pueden apegarse a este espacio por necesidad o por convicción. La chicha es emblema de la adhesión a una raíz común. Más que elección, es destino en el sector popular de Cochabamba. En este sentido es “*obligatoria*”, funciona como índice de pertenencia a un territorio común. El hombre en este caso, es el ser cuyo ser, en su ser, es adhesión y no cuestión de su ser. La chicha es imposición ya sea por adhesión decisoria o por necesidad. No obstante, la chicha que eligen, la de la ciudad, no es la chicha que valoran: es la sombra de una chicha. Es chicha degradada, porque la chicha verdadera ya no se encuentra en la ciudad, ha sido expulsada al exterior del territorio urbano.

<sup>88</sup> La utilización de un artilugio gráfico emparentado con el cuadrado semiótico, no responde a la adscripción a una lógica estructural, sino a la alta capacidad de visualización de las posiciones de los actores a la hora de tomar su decisión acerca de consumir o no consumir la chicha.

2. Los individuos pertenecientes a los sectores prósperos de la ciudad rechazan la chicha y la chichería: no es “*su*” práctica tradicional. De todas las bebidas es la que mejor testimonia las tendencias a la segregación de los grupos humanos. Esa es la verdad de la ciudad. Tratamos de dejar la impresión de división con la imagen de dos esferas sin posibilidad de intersección. Norte y sur, envueltas en un territorio común que es la ciudad, pero impermeables a las razones ajenas, la una y la otra, patrias singulares.
3. Los adultos de clase media que habitan la zona sur, pueden renunciar, en cierta medida, a las prácticas características de lo popular e insertarse en el mundo del trabajo (apuntar para arriba) aunque, se relacionen con lo que son o fueron. Se trata de la voluntad de adaptarse, de emerger. Voluntad presente en aquel que pretende colarse en la pendiente intuida de alguna tendencia ascensional, que imagina un destino más “acomodado” que el que le toca a su posición de origen. Ese individuo puede apartarse un tanto, entrar y salir, participar y dar la espalda a sus valores de origen. Aquellos a los que denominamos “*adaptativos al mercado*” se orientan, según la ocasión, por códigos propios del sur y del norte. Voluntad de ascenso y trayectoria son dos potencias que los invitan a navegar en un espacio de indefinición. Puestos en escena, en el sitio adecuado, no van a rechazar la chicha<sup>89</sup>. Situados en otros contextos, preferirán no mezclarse con el “mundo chicha”. Se trata de individuos que navegan en una zona sin bandera, que quisieran mimetizar.
4. El adulto de clase media alta, si se encuentra en situación, debe optar por aceptar u ofender. Algunos individuos sienten que es preferible ser condescendientes<sup>90</sup>. Eso es lo que hace a la condescendencia, a la “buena educación” y al pertenecer a la ciudad, ya que “chicha” es uno de los significados más asociados a lo cochabambino. La cortesía nos protege, la disimulación en el trato nos permite convivir sin sangrar. Condescendencia como forma de no ofender, de poder participar. Si se le pide al cochabambino que mencione palabras que se asocian a

---

<sup>89</sup> Como nos dice un informante clave, “*cuando me sacaba la careta clase mediera*” me permitía disfrutar con los míos.

<sup>90</sup> Tomamos por ejemplo el caso de un arquitecto que conocimos, un muchacho en sus tardíos treinta, educado y sin problemas para confraternizar, bastante respetuoso. Este adulto joven comentaba que, habiendo terminado el techo de una casa, debían cumplir con la tradición de consagrar la obra mediante una “challa”. Para su sorpresa uno de los obreros trajo chicha. Descartada la posibilidad de la cerveza, sin lugar a dudas su primera elección, prefirió no despreciar lo que le ofrecían, tragar ese fermento sin chistar. No estaba acostumbrado al singular gusto de la chicha y, según nos relata, le costó ingerirla.

Cochabamba, que se ligan de manera inexorable a su ciudad, el término “chicha” no debería faltar. Si la dejan de lado es a conciencia, es la actitud vergonzante de quien quiere ocultar.

### **Chicha: dinámica histórica y dimensión simbólica de la dominación económica**

¿Cómo es que estos jóvenes cochabambinos se enfrentan con este cuadro de elecciones?

Profundamente enlazado a la dimensión simbólica de la chicha, se articula un proceso histórico de dominación económica. La dimensión simbólica se articula al interior de un conjunto de estructuras económicas que la enmarcan. Cochabamba le debe mucho a la chicha y a su contribución impositiva. Sin la renta de la chicha la ciudad no sería lo que es. Sin embargo, en su dimensión simbólica, la chicha es una bebida profundamente degradada. Quienes la asumen como lo suyo, no la encuentran en la ciudad y se resignan a beber un producto cuestionado, quienes quieren integrarse socialmente mantienen una actitud vergonzante hacia ella, algunos desde una identificación beligerante con el elitismo la desprecian, otros, refugiados en la corrección o ajenos al prejuicio, optan por la condescendencia. No obstante, la chicha es una pieza fundamental del desarrollo cochabambino. Según nos ilustran Rodríguez y Solares, la chicha obliga a Cochabamba a mantenerse en el plano de una profunda ambigüedad (Rodríguez y Solares, 1990; Rodríguez 2011).

**La chicha de calidad ya no se encuentra en la ciudad.** Ya no se encuentra, pero antes se señoreaba en una Plaza Principal en la que toda la ciudad compartía, formaba parte de un mundo bullicioso y colorido, en que lo popular convivía con los sectores de la elite local. En Cochabamba todos tomaban chicha, era algo de la tradición y el hábito comunal.

*“A inicios de la República, la chichería era una institución respetable, que ocupaba su lugar al lado de otras instituciones no menos respetables; flanqueada por los símbolos del poder mundano (Prefectura y Consejo Municipal) y el divino (Catedral), las chicherías ocupan el mismísimo corazón de la ciudad: la Plaza Principal y las calles adyacentes, como si fuera parte ineludible de los poderes que definían la vida y los milagros de los habitantes de Cochabamba.”* (Rodríguez y Solares, 1990)

A partir de los principios de 1880 comienza un corrimiento, un proceso progresivo de expulsión de la chicha hacia la periferia. Comienza una historia cuya dimensión simbólica

determina la segregación de grupos humanos de distinto origen y posición social, cuya capacidad de convivencia e interacción desaparece. El corrimiento de la chicha, su expulsión, es parte de la dualización simbólica del territorio. La chicha sufre un proceso de desvinculación; con la desaparición de las chicherías del centro de la ciudad desaparecen también los gestos, los olores, los gritos, las risas, los rostros que la acompañan. Una nueva estilística, que persigue la imagen de lo europeo y reniega del mundo indígena, tiende a imponer su regla. A decir de Rodríguez y Solares, se imponen nuevos valores, nuevos hábitos del vestir, surgen nuevas formas de relación social y se transforman las prácticas de consumo en general (Rodríguez y Solares, 1990). Una de las características de esas elites, fue su espíritu higienista. Desde esa matriz de sentido se articulaban argumentos para justificar el alejamiento del mundo chicha, por sucio, por contaminado<sup>91</sup>. Las elites abandonan el consumo de chicha, la rehúyen y anatemizan su significado. Así, en esta cruzada, se suceden los reglamentos municipales que prohíben las chicherías en el centro de Cochabamba: 1887, 1889, 1895; las chicherías se retiran a 3, a 4, a 5 cuadras del casco central. Se imponen también cargas impositivas progresivas que se aplican a las chicherías: cuánto más cercanas al centro, más impuestos para la chicha. Presionadas por el creciente aumento de los arriendos, a efectos de la radicación de empresas importadoras, comercios modernos y entidades financieras, y por la creciente carga impositiva a la que se suman las reglamentaciones, las chicherías se retraen hacia los suburbios populares y las ferias regionales.

No obstante, la chichería nunca desaparece del territorio cochabambino, su capacidad de resistir los embates es notable. Hacia 1880 con una población de 14.705 habitantes se registran 275 chicherías (ratio de 1 por cada 53 habitantes). Hacia 1900 con una población de 21.886, se contabilizan 642 chicherías (1 cada 34 habitantes). En el 2001 con 517.024 habitantes se registran 12.000 (a razón de 1 por cada 43 habitantes). Como revela

---

<sup>91</sup> Se desencadena una “guerra contra la chicha con chicharrón”, acorde a la denominación que le asigna el Diario El Heraldo de 25 de agosto de 1888 (Rodríguez y Solares, 1990). Esta corriente de opinión está alimentada por la amenaza de una epidemia de cólera. El recuerdo de la epidemia de 1878 refuerza los argumentos “sanitaristas”. Cerdos y chicherías debieron abandonar el centro de Cochabamba. *Las calles del centro de la ciudad de Cochabamba estaban invadidas por cerdos, aves de corral, gallinas o conejos; la plaza principal inundada de chicherías; en el centro estaban asentadas las curtidurías, existían desagües por doquier que contenían aguas pantanosas de poblaciones anfibias. La ciudad era una escena icónica de lo primordial, “lo primitivo”, de lo animal-bestial, para la élite cochabambina era un lugar que todavía no había logrado “modernizarse” y, por lo tanto, esta descripción espantosa de la fisonomía de la ciudad para los sectores oligárquicos se podría convertir en un “foco” de origen o caldo de cultivo privilegiado para que la epidemia se expandiera inexorablemente para provocar inclusive una hecatombe humana.* (Tórrez, 2015) [https://hurgandoelavispero1.wordpress.com/2015/05/30/cochabamba-en-el-siglo-xix-vivir-o-morir-en-tiempos-del-colera-por-yuri-f-torrez/#\\_finref29](https://hurgandoelavispero1.wordpress.com/2015/05/30/cochabamba-en-el-siglo-xix-vivir-o-morir-en-tiempos-del-colera-por-yuri-f-torrez/#_finref29)



Rodríguez, la relación se mantiene llamativamente constante y sigue las pautas del crecimiento demográfico. Por otra parte, su importancia para la economía regional es significativa. De hecho, durante la década del 30 y del 40, su incidencia económica fue clave para el desarrollo urbano y la principal beneficiaria fue la sociedad oligárquica.

Este proceso histórico, nos ayuda a comprender el corrimiento de la chicha hacia la periferia urbana, pero aún queda por explicar por qué la chicha de calidad ya no se consigue en la ciudad; para ello habremos de esperar hasta la Revolución Nacional del 52. Como proceso transformador, conmocionó las estructuras económicas y sociales bolivianas, en particular a partir del cuestionamiento del rol de las elites locales, que se ven debilitadas<sup>92</sup>. En 1952 se prohíbe el establecimiento de chicherías en el centro de la ciudad y para 1959 el territorio de la chicha quedará circunscripto a la zona sur en las cercanías de La Cancha. La chicha y el sur de la ciudad consuman su matrimonio. De hecho, por esa época y a expensas de su masificación, la chicha de calidad o “*sumay aka*” tiende a desaparecer<sup>93</sup>. Se refugia en los pueblos aledaños. Se degrada el proceso productivo, el *muko*, base de su elaboración es reemplazado por el “*huiñapo*” o “*kajo*”, una pasta de maíz mezclada con agua que opera como alternativa sustitutiva. A la chicha se le comienza a añadir alcoholes curados, aceleradores de fermentación de todo tipo como la fruta descompuesta y licores de bajísima calidad. Cochabamba es testigo de la caída del “*elixir áureo*”. Es por ello que nuestros jóvenes, en 2002, ya no la encuentran, es por ello que quedan atados a la añoranza de una chicha anterior, de la “verdadera”, la que se refugió en Punata, en Libertad, en Arani, en Tarata, en Tikipaya.

---

<sup>92</sup> *La estructura del poder regional en Cochabamba fue intensamente sacudida por la Revolución Nacional de 1952, puesto que la reforma agraria, que se aplicó como una de sus varias consecuencias, azotó con mayor rigor a la clase terrateniente cochabambina, despojándola de aquella base material sobre la que durante siglos edificó su poder y construyó sus privilegios.* (Gordillo, 2007: 3)

<sup>93</sup> Su masificación y el abandono de las recetas tradicionales, así como la aparición de nuevos actores sociales cambian radicalmente el mundo del consumo de la chicha. Según consignan Rodríguez y Solares, a expensas de su producción masificada, surge un nuevo segmento social de chicheros que conforman una elite emergente de comerciantes mestizos que se enriquecen a expensas del endeudamiento de los campesinos bebedores de chicha. Ya no es la elite criolla la que obtiene el grueso de las ganancias que produce la chicha, sino que el beneficiario directo es este nuevo segmento de actores sociales emergentes (Rodríguez y Solares 1990).

**CAPÍTULO 5 SISTEMA DE DESPLAZAMIENTOS: SEDES, TRAYECTOS Y  
FRONTERAS**

## **Las prácticas de ingesta de bebidas: vinculación de lo empírico y lo conceptual**

Hasta aquí y a lo largo de los capítulos anteriores, se pudo llegar por la vía de las ideas y el discurso, de lo que la gente piensa y dice de las bebidas; para seguir se debe ingresar en un plano diferente: el de las prácticas efectivas y su descripción. A este nivel, nos ocuparemos de la que la gente hace y de la manera en que la gente vive. Dada la formulación del objeto de nuestra tesis, nos concentraremos en particular, en la dimensión espacial de los procesos de interacción de los bebedores. En ese nivel de análisis la cerveza, el ron, la chicha no serán entidades dadas al análisis formal y comparativo, sino elementos presentes en situaciones concretas espacialmente situadas y vinculadas a procesos de apropiación territorial de la ciudad. Nos abocaremos por consiguiente a la manera en que la bebida es vivida en una situación concreta de la que forma una parte no dissociada. En el estudio de las prácticas socioculturales de consumo de las bebidas, es clave determinar los cuadros de ocasiones, los espacios, el tipo de individuos y las bebidas que se localizan en los diferentes contextos (Douglas, 2003). Como ya mencionamos, es productivo atenerse a interrogantes sencillos y básicos. En este sentido hemos de desplegar preguntas tales como: ¿con quién se bebe?, ¿en qué situación?, ¿qué bebidas se eligen?, ¿quiénes están incluidos o excluidos de las situaciones?, ¿en qué horarios y días de la semana se bebe?, ¿en qué zonas de la ciudad se desarrollan las situaciones?, ¿en qué zonas de la ciudad no se desarrollan estas situaciones? Se trata de interrogantes descriptivos que forman parte del abordaje de las prácticas de consumo de bebidas alcohólicas tal como lo presenta la antropología del beber (Douglas, 2003; Heath, 1995). No obstante, los estudios antropológicos en torno a las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas, sobre todo en sus vertientes etnográficas, han generado enfoques descriptivos que, aun siendo muy ricos en su aproximación empírica, no se han caracterizado por su vocación de elaboración de enfoques teóricos de justificación en sus aproximaciones socio culturales.<sup>94</sup> Según nuestro enfoque, los interrogantes básicos, vinculados a la aproximación descriptiva que nos proveen autores provenientes de la antropología cultural, cobrarán sentido a la luz de categorías conceptuales tales como la de ciudad dual (Borja, Castells, 1997), territorialización (Mazurek, 2006), antagonismo

---

<sup>94</sup> Esta crítica es realizada por Hunt y Baker: *Although Heath can legitimately argue that a socio-cultural approach is now taken for granted, it is still the case that a socio-cultural approach is largely descriptive and so is given much less status and credence in the field.* (Hunt y Baker, 2001: 171)

(Laclau, 2004), situación social (Goffman, 1996), ideal del yo (Lacan, 2004) o las consideraciones de Bourdieu sobre la corporeidad y las prácticas sociales (Bourdieu, 2007). Para configurar el cuadro de los contextos en que se bebe y el sentido que cobran las bebidas en dichos contextos, necesitaremos recurrir a nociones desarrolladas a todo lo largo de esta tesis, se trata de recuperar conceptos, descripciones y relaciones que dan sentido a los cuadros descriptivos con que trabajaremos a continuación. Nuestro propósito es aprovechar el impulso conceptual de la teoría desarrollada en los primeros tramos de la tesis, con el propósito de iluminar la descripción empírica con que cerramos nuestro trabajo.

Recapitulemos el núcleo de conceptos que hemos de recuperar para dar sentido a los cuadros descriptivos de prácticas de beber en el territorio de Cochabamba. Ingresamos por un tema de la representación de los rasgos propios del “*espíritu del lugar*”, la manera en que los cochabambinos se representaban a sí mismos. De dichos rasgos nos quedaremos con el sibaritismo, el cochabambino se encuentra orgulloso de su manera de disfrutar de la comida y de la bebida, lo que afecta su percepción de los contextos en los que se reúne en el acto de la comensalidad. Comer y beber forman parte de la identidad cochabambina.

Luego proseguimos con la explicitación de sus querellas, las divisiones, los encuadres. Señalamos la convivencia con el otro regional, con paceños y cambas como rivales en el Eje Troncal. A continuación, hicimos hincapié en la división Norte - Sur, es decir el antagonismo. Por otra parte, realizamos una clasificación de “posiciones” al interior del mapa social cochabambino, dichas posiciones de enunciación, de voces que funcionan como etiquetas ideales, como registros de los proyectos de vida de diferentes sectores (atrapados por la tradición, identificados con el presente futuro, conservadores insertos, adaptativos al mercado). Estas posiciones de enunciación se sostenían de manera absolutamente contextual y el contenido de cada posición dependía del mapa de tensiones vigentes para la Cochabamba del 2002 (el sentido de las posiciones se ve afectado por la reconfiguración del mapa político de Bolivia en años posteriores).

Para constituir un modelo conceptual que sitúe el acto de beber, diseñamos los conceptos de un circuito primario y uno secundario que, en definitiva, se traducen como efectividad e identificación. Estos circuitos primario y secundario cobran sentido cuando consideramos al bebedor como un cuerpo situado en el espacio y el tiempo, un cuerpo contextualizado en

situación. El cuerpo es el enclave, el eje que condensa las nociones de efectividad (capacidad embriagante y desinhibitoria) y de identificación (el “*ser cómo...*”, el “*parecerse a...*”). El cuerpo se postula como el punto espacio temporal que sitúa la práctica, que opera como sede de la operación de beber. Como tal, el cuerpo pasará a ser “*cuerpo situado en contextos*” en los que registra la convivialidad con el otro, en tanto que, salvo desvío de la norma, se bebe en compañía y, aún el que bebe en soledad, lo hace como portador de otro social interiorizado.

Con este bagaje de conceptos desarrollados a lo largo de los capítulos 1, 2 y 3, avanzamos hacia la construcción del mundo de las bebidas como sistema en el capítulo 4. En este apartado adoptamos un punto de vista analítico que se basa en analizar las bebidas como conjunto de rasgos diferenciales. A partir de ahora, en el capítulo 5, pasaremos a las prácticas, a la situación empírica y descriptiva, a las sedes hacia las que se dirigen los cochabambinos cuando se reúnen a beber<sup>95</sup>. Pretendemos desplegar un doble movimiento: en primera instancia analizar la manera en que la bebida tiñe el lugar de sentido y, en segunda instancia, insertar la bebida en el mundo de sentido de la sede, del lugar.

## **Esquema de los desplazamientos de los bebedores**

Con el objeto de recuperar esta dimensión territorial de los desplazamientos espaciales y de situar las prácticas en contextos concretos, acudimos a la obra de Torsten Hägerstrand, a la que Giddens, en *La constitución de la sociedad*, otorga una gran importancia en la formulación de la teoría de la doble estructuración. Este autor sueco, pionero de la geografía social humana retomado por Giddens (Giddens, 2006), concibe la fecunda idea de “*prisma espacio temporal*”. Hägerstrand propuso trazar mapas espaciales – temporales que reflejaban los recorridos realizados por los individuos en sus experiencias de interacción. Estos mapas arrojan como resultados “*prismas espacio – temporales*”, ámbitos que amalgaman el espacio y el tiempo de los proyectos de un individuo y de un grupo social determinados.

---

<sup>95</sup> Tal y como afirma Harvey en *Borrachera y Memoria* (Saignes, 1993), el consumo de alcohol en las sociedades andinas, ha sido un importante “*lubricante social*”, en el cual el acto de beber en compañía se concibe y concebía como un vínculo clave entre individuos. Según Harvey: “*el acto de compartir y colaborar, que crea y sostiene a la comunidad*” (Heath, 122). Estas consideraciones se conciben con la lógica de instituciones como los prestes, en los que la bebida funge como operador de ligadura social tal y como analizan estudios sobre la cerveza en Bolivia en los prestes en las fraternidades del *Gran Poder* paceñas (Mollericona, 2017) o en la institución del *ayni* (Seto, 2016).

Se establece un sistema de referencia al que se denomina “*paralelogramo espacio temporal*”<sup>96</sup>. Dicho sistema contiene tres tipos de elementos constitutivos: sedes, trayectos y fronteras.

- Bajo el título de sedes nos referimos a espacios físicos en los que el habitante de la ciudad establece prácticas de interacción.
- Se denomina trayecto al desplazamiento efectuado por el sujeto entre las sedes.
- Se denomina frontera al sistema de límites establecido por los desplazamientos de los habitantes de la ciudad entre las diferentes sedes.

Los desplazamientos difieren según ciclo vital, por ello hemos preferido discriminar entre jóvenes y adultos en nuestra descripción del sistema de sedes.

### **Recurrencia de las situaciones y territorialidad de la convivencia**

Segregamos espacio en términos físicos y representativos. Nuestra cotidianeidad está marcada por un esquema de desplazamientos entre sedes en las que desarrollamos diferentes tipos de interacciones. Estas interacciones implican la copresencia con otros individuos cuya mirada incide en la constitución de sentidos situacionales tal como lo desarrollamos en referencia a Goffman y su noción de situación comunicacional (Goffman, 1989). No obstante, la perspectiva microsociológica del autor resulta insuficiente al momento de considerar procesos de institucionalidad recurrente y con significación estructural amplia (Giddens, 2006). Nuestro objetivo de integrar la temática del antagonismo social y de las tensiones vinculadas a la convivencia con un otro social, nos obligan a recuperar la lógica de las situaciones de interacción en las sedes desde una perspectiva más amplia. En ese sentido recurrimos a la noción de rutinización de los encuentros y de integración de las rutinas en esquemas de territorialización, tal y como son concebidos por Giddens:

*La integración social concierne a una interacción en contextos de copresencia. Las interacciones entre la integración social y sistémica se pueden rastrear por el examen de los modos de regionalización que canalizan las sendas espacio-temporales que los*

---

<sup>96</sup> En nuestra tesis prescindimos de la utilización de las representaciones gráficas, una herramienta propia de la geografía social histórica. Esta omisión se debe a la ausencia de recursos para su implementación, aunque consideramos que su utilización puede ser fructífera para la constitución de objetos de estudio que aborden prácticas sociales recurrentes y con implicación territorial.

*miembros de una comunidad o sociedad siguen en sus actividades cotidianas, y que son canalizadas por estas. Se trata de sendas profundamente influidas por parámetros institucionales básicos de los sistemas sociales en las que están insertas y que además los reproducen.* (Giddens, 2006: 174)

Durante esta tesis, y en concordancia con el diagnóstico de numerosos estudios locales, establecimos la territorialidad dual del espacio cochabambino, en particular en lo referente a la distribución de recursos y estructura material (Ledo, 2002 y 2013; Torrez, 2010). A su vez, esas diferencias que discriminan el sur y el norte de la ciudad en términos de estructura material, encuentran su correlato en una segregación del espacio en el sentido que le otorgan al término los estudios sobre el desarrollo urbano y comunicacional de las sociedades contemporáneas (Castells, 2004; Sassen, 2011). Por otra parte, el espacio material de la ciudad es un espacio representado y pleno de un sentido sociocultural vinculado a la discriminación territorial entre el sur y el norte de la ciudad (Rodríguez, 2008 y 2009; Mejía, 2009; Mayorga, 2011). Estas tres vías de reflexión concurren y nos indican la necesidad de vincular las sedes y su lógica, en un espacio teóricamente representado que contemple la discriminación entre el sur y el norte del territorio de la ciudad. Sin embargo, al tratarse de un espacio que es a la vez geográfico y representacional, resulta necesario ubicar a los agentes en términos de un esquema de perspectivas vitales. Nuestra estrategia en la construcción cualitativa consiste en retomar el esquema de voces sociales desarrolladas en el capítulo 2, en que se despliegan las tensiones antagónicas en términos de perspectivas de enunciación.

En este sentido, en nuestro esfuerzo por integrar las interacciones en contextos situados, y no circunscribirnos a la descripción limitada a una “perspectiva micro”; recuperamos un doble enclave de vínculo con la situación inmediata y con el contexto institucional, a través del circuito primario y el secundario expuestos en el capítulo 3. Nuestro esfuerzo de anclaje en una perspectiva que no se limite a lo inmediato, nos llevó a plantear la lógica del circuito primario en vinculación a dos condicionantes de tipo material: el que incorpora la lógica de cuantificación dineraria y su vinculación con el nivel de alcohol en sangre implicada en cada ocasión de ingesta. Según este razonamiento, la percepción situacional del agente se vincula a su nivel de ebriedad, y, a su vez, la consecución de ese nivel de ebriedad está relacionada con determinados niveles de erogación dineraria. Ambos parámetros, nos

proveen de un anclaje medible, una referencia a la materialidad corporal y a la estructura de ingresos. Esto tiene una directa relación con las bebidas consideradas como un entramado relacional sistemático de rasgos, desarrollados en el capítulo 4. En la otra dimensión, la del circuito secundario, se integra la noción de “*segregar espacio*” en términos representativos, ya que la valoración de las bebidas está intrínsecamente vinculada a la valoración simbólica de las sedes y de los individuos que las visitan de manera recurrente. De este modo, y en este capítulo, podremos recuperar el material empírico en torno a las prácticas de consumo de bebidas alcohólicas y ordenarlo según su lógica territorial en el espacio de la ciudad de Cochabamba.

Partimos de la convicción de que la ciudad puede ser abordada desde una perspectiva comunicacional y que ello implica una referencia al plano de la significación y de lo simbólico. Tal y como lo expresa Rossana Reguillo Cruz:

*“La ciudad en toda su opacidad y complejidad es estructurada por los actores sociales al tiempo que estos, como actores históricamente situados son estructurados por ella. Doble movimiento que permite acercarnos a la ciudad como construcción específica, donde lo simbólico juega un papel fundamental.”*<sup>97</sup> (Reguillo, 1999: 22)

Ubicamos dicho espacio simbólico en un punto de confluencia en el que se anudan sistemas de representaciones y prácticas de desplazamiento. En ese sentido seguimos una corriente de investigación vigente y con una trayectoria fecunda en los estudios de comunicación latinoamericanos que indaga el sentido simbólico y las prácticas en torno al espacio de la ciudad. Desde esta mirada:

*“El territorio, entonces, no puede de ninguna manera considerarse como un ‘contenedor’ de hechos sociales, como un mero escenario o telón de fondo donde se desarrolla la acción.”*<sup>98</sup> (Reguillo, 1999: 23)

En nuestra tesis, la espacialidad de la ciudad se entrelaza con la apropiación territorial por parte de sus habitantes. De hecho, la teoría social cochabambina ha problematizado el espacio físico, social y simbólico de la ciudad desde la perspectiva de la territorialidad. En este sentido destacamos la conceptualización de Antequera Durán en torno a la noción de “territorio urbano” y su referencia a la obra de Mazurek:

---

<sup>97</sup> Rossana Reguillo Cruz, La construcción simbólica de la ciudad, página 22, ITESO, México, 1999.

<sup>98</sup> Rossana Reguillo Cruz, Op. Cit.



*Hemos denominado este estudio “territorios urbanos” porque el concepto de territorio nos permite una aproximación que integra tanto los procesos de apropiación espacial como la dinámica social, económica y cultural que se ponen en juego en la construcción de las ciudades. En las ciencias sociales, así como en la geografía ha cobrado importancia la noción del territorio, hasta el punto que “en todas estas disciplinas se llega a la misma conclusión: no puede existir comportamiento social sin territorio y, en consecuencia, no puede existir un grupo social sin territorio” (Mazurek 2006: 41)<sup>99</sup>.*

En este sentido, nuestra problematización nos permite avanzar en la comprensión de la forma en que se procede a la apropiación territorial de la ciudad. Siguiendo a Mazurek, nos interesa comprender la manera en que las prácticas sociales otorgan sentido a la ciudad, en que le asignan valor al espacio. En este proceso cultural el espacio físico, las coordenadas geográficas, se convierten en un espacio representado de interacciones tejidas por los habitantes de la ciudad. De esta manera, el espacio geográfico adquiere una identidad, se llena de valor a la luz de los procesos de apropiación implícitos en las interacciones de los grupos sociales que habitan dicho espacio. Desde esta perspectiva, el espacio se convierte en un mediador central de la teoría social (Giddens, 2007; Mazurek, 2006).

*Es el valor que la sociedad atribuye al lugar que constituye la base de la ubicación de ese lugar. El lugar tiene también, y sobre todo, un sentido, representado por las interrelaciones tejidas por los hombres en sus espacios de vida a través de la historia y de la cultura de las sociedades. El espacio es, así, un mediador central en la teoría social de los intercambios humanos. (Mazurek, 2006: 13)*

La territorialización, en el caso de Cochabamba, va de la mano con la segregación espacial. Esta noción de apropiación territorial, debe ser comprendida a la luz de las advertencias que realiza Bourdieu al momento de conceptualizar el espacio social y las interacciones de los individuos que se dispersan a su interior. Las interacciones, aclara Bourdieu, “*suelen ocultar las estructuras que en ellas se realizan*” (Bourdieu, 1988). Nuestro abordaje de las prácticas apunta a evitar la ilusión empirista que tan bien identifica el autor en aquellos casos en que la proximidad de los agentes sociales en la escena, esconde la distancia que los separa en el espacio social.

---

<sup>99</sup> Citado por Antequera, 2007:4.

## **La bebida a la luz de los parámetros de identificación de los bebedores**

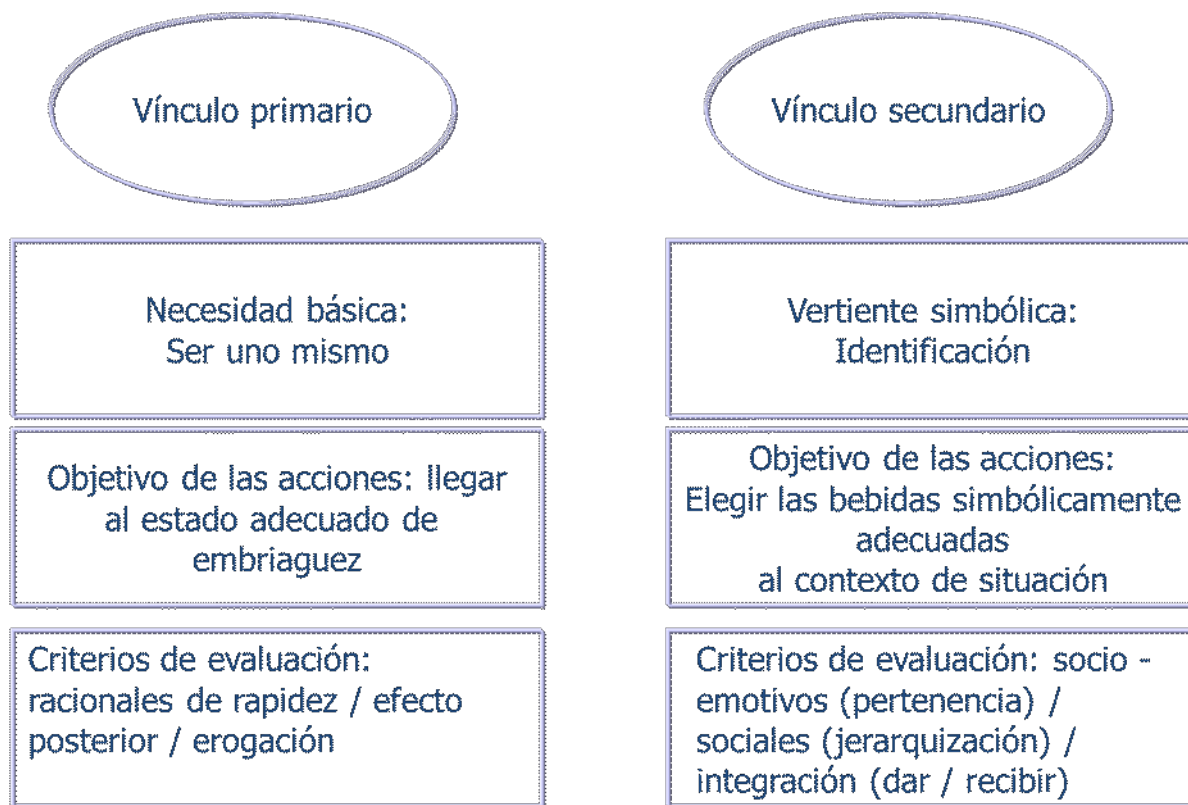
De los múltiples procesos de interacción que vehiculizan la apropiación territorial del espacio urbano cochabambino, en nuestra tesis nos interesamos por las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas por parte de los varones jóvenes y adultos jóvenes de clase media baja y baja clase media alta y alta. Estas prácticas de interacción se desarrollan en ámbitos específicos a los que consideramos bajo la noción de sede, tal como la desarrolla la geografía social (Giddens, 2006). Nos interesa desarrollar la situación en relación a la bebida que se elige en las diversas “sedes” y analizar qué vínculos establece el bebedor con las diferentes situaciones. Durante el capítulo 5 veremos cómo la bebida “*sintoniza*” con la situación, en tanto que en el capítulo 6 veremos cuál es el “*espíritu*” de la bebida y qué aporta a las situaciones de consumo en que se inserta.

La segmentación por criterio socioeconómico, de edad y consumo son indicadores generales de gran importancia, pero no hacen al centro de la cuestión analizada en esta tesis que se vincula con los criterios de identificación. Es por ello que preferimos referirnos a los criterios de segmentación identificatoria en un mapa social; para ello procedemos a utilizar las “*posiciones de enunciación*” discriminadas en capítulos anteriores para identificar a los diferentes grupos de bebedores. Estas voces marcarán la perspectiva vital general de los consumidores y, por ende, su forma de “vivir” las situaciones de consumo. La relación del cochabambino con la bebida alcohólica en situaciones de interacción social y de diversión es muy fuerte. En las distintas situaciones se pone en juego una manera diferente de actuar los vínculos con las bebidas.

En algunos casos, los contenidos ideológicos de un segmento, su “*tonalidad ideológica*” pueden ser asumidos desde diferentes segmentos sociodemográficos, por ejemplo, un joven que recién sale de la adolescencia puede asumir el discurso de “responsabilidad” de los “*adaptados al mercado*”. Aunque “objetivamente” esté en una posición de joven soltero puede “hablar y actuar desde otra posición”, por ejemplo, como adulto que comienza a asumir responsabilidades en su integración al mercado. Las posibilidades y las restricciones son varias y no vale la pena desarrollarlas en abstracto. Ha llegado el momento de describir, de mostrar algunas pinceladas sobre las situaciones que se pudo entrever en la ciudad.

El análisis de lo acaecido en las diferentes sedes, nos permite una mirada panorámica de la ciudad y ubica las situaciones de consumo en relación con aquello que habíamos

denominado **circuito primario y circuito secundario**. Se trata de un capítulo de anudamiento, en el cual la exploración empírica se vincula con el desarrollo conceptual y en el que se apunta al mantenimiento de una columna vertebral que permita organizar el material. Por medio de estas construcciones, intentamos situar al bebedor junto a la bebida en forma sistemática, con el objeto de evitar que “las cosas floten en el vacío”, que se dispersen y queden como anécdotas. Para organizar el material según criterios conceptuales en términos de patrones de identificación, apelamos a la idea de un vínculo primario y uno secundario en la relación con el alcohol. Recuperamos la idea de la sede como situación a la que los individuos concurren dotados de un plexo de identificaciones y representaciones. Estas representaciones y parámetros identificatorios se despliegan en una doble vertiente, la representación del **aquí y ahora vivencial de la situación** y el encuadre perspectivo que implican los **criterios simbólicos de valoración vigentes** en Cochabamba. Esta doble vertiente se vincula con el esquema 12 del capítulo 3 en que se graficaba las vertientes narcisistas (vínculo primario) y simbólicas (vínculo secundario). A continuación, en el esquema 38 retomamos estas ideas y las adaptamos para enmarcar el análisis de las prácticas de consumo de alcohol en las diversas sedes:



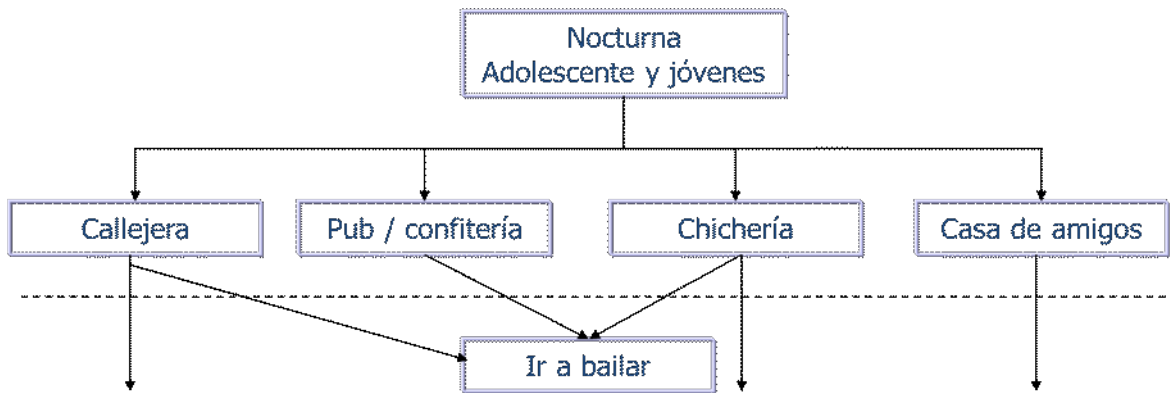
**Ilustración 38:** Vínculo primario y secundario en el consumo de bebidas alcohólicas. Cochabamba 2002.

### **Esquema de los desplazamientos de los bebedores en sectores juveniles**

Los jóvenes mantienen sistemas de desplazamientos nocturnos más complejos que los adultos. Esto resulta una obviedad ya que, tal como ocurre en muchas ciudades latinoamericanas, el espacio de diversión nocturna parece ser un dominio casi exclusivo de la juventud. Tanto en la cantidad de individuos, como en variedad opciones con las que cuentan, pareciera que se les reservara el dominio nocturno de la ciudad<sup>100</sup>.

Del relevamiento de estos desplazamientos se obtiene un esquema muy sencillo. Este esquema organiza el conjunto de sedes y de desplazamientos. Las fronteras dividen la ciudad en tres espacios principales: norte – sur – centro. Sobre los que tendremos oportunidad de hablar más adelante y que ya se anticipó en el capítulo 2 que trata las identificaciones posibles en la ciudad y su importancia en la segmentación del espacio, de la Cochabamba territorial.

<sup>100</sup> Sobre todo, en la sociabilidad de los jóvenes del sector norte, ya que, en el sector tradicional vinculado territorialmente con el sur de la ciudad, la convivencia intergeneracional es frecuente en muchas de las situaciones de interacción.



**Ilustración 39:** Esquema de desplazamientos nocturnos entre sectores juveniles de varones. Cochabamba, 2002.

La situación de salida nocturna en estos segmentos varones jóvenes tiene dos objetivos clave:

Compartir con amigos

Relacionarse con el sexo femenino

Los objetivos son los mismos en los diferentes segmentos socioeconómicos, pero varían los ámbitos en que se realizan las actividades.

Este tipo de salidas se modifica con el tiempo y según el ciclo de vida personal (familiar – responsabilidades). Las salidas nocturnas a bailar y en grupos declinan con el tiempo y tienden a desaparecer entre adultos jóvenes (30 años y más).

### **Sede “ámbito callejero”**

El consumo callejero es “el lugar” del consumo en su nivel más descarnado, de la búsqueda de ebriedad. La exigencia de calidad no abunda. Tratan de “acumular alcohol” para que “dure el efecto” cuando entren en locales en que la bebida es más cara. Les interesa la velocidad con que se embriagan. El clima es de euforia y ruidoso (música a todo volumen). Exhibición de autos en nivel medio alto.

### VINCULO PRIMARIO

Primacía del vínculo más precario con las bebidas.

"El" lugar en que se convierten en "uno mismo"

Se apunta a lograr un estado de embriaguez bastante alto con pérdida de inhibición

Les importa llegar rápido al punto ideal (punto caramelo)

### VINCULO SECUNDARIO

La variante "prestigio" de las bebidas se resigna en aras de la efectividad.

Se sigue la bebida de moda o adecuada al grupo. No están demasiado centrados en la calidad.

Les importa que sean bebidas acorde estilo de vida y nivel social del grupo. Compra compartida: cohesión grupal.

Ilustración 40: Lógica del consumo callejero. Cochabamba 2002.

Puede ser una actividad en sí misma (ejemplo: reunirse a tomar en una plaza con grupos de amigos). Puede ser un paso previo a otra actividad, por lo general ir a bailar. Actividad grupal. Los grupos pueden integrar al sexo femenino. En estos casos y según relatan los varones jóvenes, la mujer toma a la par del hombre (preferencias por lo dulce y bebidas menos fuertes como la cerveza). Se bebe antes de realizar otras actividades en locales cerrados en los que la bebida es mucho más cara. Actividad que realizan los diferentes niveles sociales. Desaparece con la edad: no es propia de los individuos adultos. Incompatible con la vida familiar. Típica de adolescentes, habitual de los jóvenes. Discriminamos dos localizaciones primarias.

#### **Escenario A. En proximidades de las licorerías en la Recoleta**

Clima expansivo. Euforia. Alto nivel de exhibición personal. Presencia de mujeres ("hay fichaje"). Autos y camionetas en la vereda con música a todo volumen. Todo tipo de música. Predominio de pop y rock internacional en español y en inglés. Alguna presencia de ritmos latinos. Lugar de encuentro para individuos de zona norte. Previo a la disco.

### **Escenario B. En las plazas**

Más tranquilo. Sentados en bancos en grupos. Pueden estar tirados en el piso.

Menos eufórico que el escenario anterior. Menor nivel de exhibición, más conversación.

Puede ser “la actividad” si no se tiene dinero para ir a bailar o se prefiere la charla.

Presencia de grupos mixtos. Presencia de grupos de varones solos (que no salen a buscar chicas, individuos con menor “audacia”). Todos los niveles sociales repartidos en diferentes zonas (menos en clases más altas, más si hay dificultades económicas).

En las plazas se suelen reunir los amigos para compartir guitarreadas.

Cada sede habilita y fomenta determinado tipo de bebidas, e inhibe o por lo menos dificulta la aparición de otras. A continuación, identificamos las bebidas que se hacen presentes en las sedes de consumo callejero.

#### **Ron con cola**

Prefieren prepararla ellos. La preparación es un ritual compartido. Tarea común del grupo. Temen la adulteración si dejan que lo preparen en las licorerías. Gran popularidad de los combos (gaseosa, ron y vasos). Lo pueden comprar hecho (marca “Cuba Libre”). Sostenido en el vínculo primario: muy buena efectividad.

Vínculo secundario: está de moda, atraviesa diferentes niveles sociales pero dominado por el estilo “del norte”. Presencia de bebidas de nivel bajo (sobre todo en el sur o entre los más jóvenes) o de nivel medio (jóvenes y en el norte). Se puede compartir con mujeres.

#### **Cerveza**

No es “la bebida” de la situación ya que no provee la ebriedad necesaria en un tiempo suficientemente corto. En lugares abiertos produce necesidad de orinar (molestias). Su presencia es innegable entre los sectores medios y medios altos (baja notoriamente en los hábitos de los niveles bajos). Muy buena performance en el registro simbólico: es una bebida “para mostrar” y “queda bien”. Exhibida en el circuito callejero. Está muy bien invitar a una chica con cerveza en la calle (cercanía con las licorerías de Recoleta). Comodidad para circular por la calle. No ata a los vasos y las botellas como hace el ron con cola.

## **Vodka**

Similar al ron en términos de efectividad. Organolépticamente más fuerte que el ron (menos agradable). Varios niveles de calidad permiten su consumo a bajo precio. Bebida relacionada con la moda. La preparan ellos. Rituales similares a los del ron. Perfil más asociado a lo masculino, rechazo parcial de las jóvenes. No es la primera opción en la sede callejera (opacada por el ron).

## **Otros presentes**

Singani como mezcladora. Opción posible pero mucho menos frecuente. Efectividad menor que ron y vodka. Cara. Mayor posibilidad si el singani está adulterado.

## **Otros ausentes**

Whisky porque su “nivel” no se justifica en la calle. Tequila: porque la ceremonia de ingesta es incómoda en la calle con sal y limón. Chicha y derivados: en baldes se incomoda en la calle. Predomina la chichería.

## **Sede “situación callejera”: perspectiva de la segmentación identificatoria**

### **Apegados a su destino**

Segmento de nivel medio bajo y perfil tradicionalista, orientado al consumo de chicha. Si consume ron tiende a hacerlo en la calle. En el consumo callejero tiene conducta similar a otros segmentos: busca de ebriedad rápida.

Bebida: puede ser ron o vodka en sus versiones más baratas. Falta de apego simbólico a estas bebidas. Baja predisposición a beber opciones caras como la cerveza.

### **Adaptativos al mercado**

Este hábito es lo opuesto a su ideología de consumo. Para este segmento el consumo callejero es “lo que hacen los jóvenes” o lo que “hacía cuando era joven”. Sus ciclos de vida (casados) y el tipo de relaciones que sostiene en lo grupal (reposadas) lo alejan de estas prácticas.



### **Conservadores insertos**

Grandes cambios a nivel de edad y ciclo vital. Esta actividad es paradigmática del segmento cuando son adolescentes o jóvenes. La abandonan cuando crecen y se casan (la recuerdan como una gracia). Fuerte tendencia al descontrol. Actitud machista y ostentación de dinero.

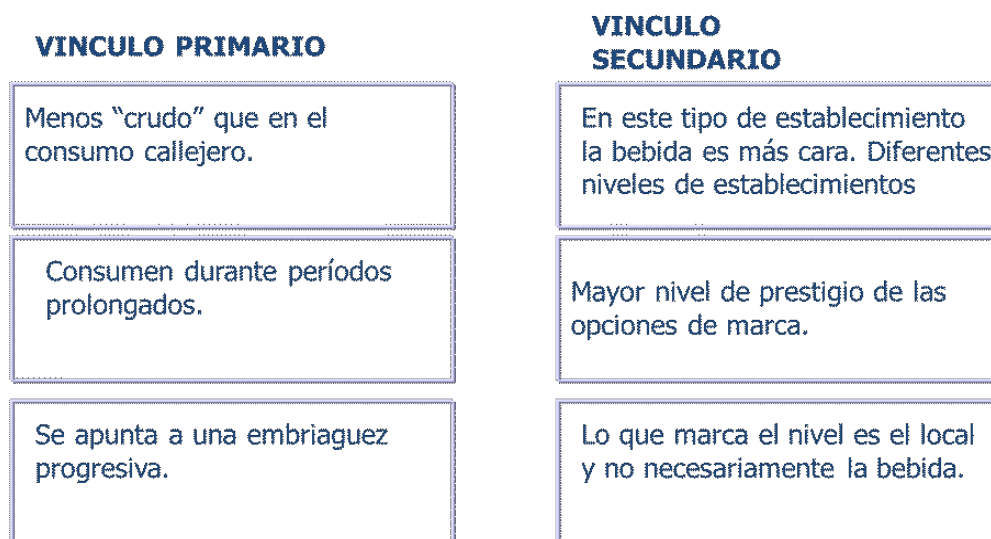
Gran importancia de la ostentación de los carros. Presencia notoria de latas de cerveza. La cerveza siempre está presente y es una señal positiva en términos del nivel social. Pueden llegar a ostentar algún consumo caro en forma episódica (comprar en alguna ocasión un ron o un vodka de mayor calidad).

### **Identificados con el presente futuro**

Lideran hábitos como orientadores del “*fashion style*” de la ciudad. Cosmopolitas. Pueden consumir por la calle, pero prefieren juntarse en locales “exclusivos” (en este momento se ubican en la avenida Pando). Pueden haber consumido en las casas bebidas de alta graduación puras (de los padres).

Evitan al máximo mezclarse con individuos de otros niveles sociales. Alto nivel de exhibicionismo. Pueden estar limitados económicamente en las salidas cuando son adolescentes. Bebida: ron, vodka o cerveza.

### **Consumo en cafés**



**Ilustración 41:** Lógica del consumo en cafés. Cochabamba 2002.

Se trata, en rigor, de varios tipos de situaciones de consumo. Las variaciones dependen de la segmentación de los consumidores. Es una actividad grupal por excelencia y los valores del “compartir” juegan en distinta medida en cada tipo de grupo de edad y de estilo.

Se tienden a formar distintos circuitos en torno a los locales. Estos circuitos marcan diferencias sociales y estilísticas. Estos circuitos son verdaderas “regiones” o fronteras sociales a ser “defendidas” de la invasión de los “otros”.

El sentido y dinámica ritual de las “chicherías” es tan diferente que debe tratarse aparte. En principio discrimina dos tipos de situaciones que inciden sobre las prácticas y sobre la valorización de lo que ocurre en esas sedes.

### **Escenario A. “Previa” a ir a bailar**

Antes de ir a la disco. En locales en que también se baila. Como actividad de preparación. Menor valor del compartir.

### **Escenario B. Como actividad en sí misma**

Se trata de “la salida”. Diversas alternativas de diversión y estilos. Se valoriza la noción de “compartir”.

### **Las bebidas en las sedes “cafés – “previa” a ir a bailar**

<b>VINCULO PRIMARIO</b>	<b>VINCULO SECUNDARIO</b>
Se aproxima a la crudeza del consumo callejero.	Gran importancia del estilo. “Figurar” “estar donde se debe estar”. Figuración social.
Remata el consumo callejero.	Mayor nivel de prestigio de las opciones de marca.
Busca embriaguez pero no la obtiene en este ámbito en particular.	Lo más alejado de lo tradicional. Tendencia cosmopolita (fashion o transgresora)

**Ilustración 42:** La café como pre *dancing*. Cochabamba 2002.

Las bebidas propias en estas sedes con ocasión previa a ir a bailar son las siguientes.

### **Cerveza**

Es una bebida que se puede ostentar. Todos se dan cuenta lo que se está consumiendo. Surgen las opciones de marcas nacionales e importadas. Modas en marcas importadas (no opacan a las nacionales).

Lo ideal es el porrón. La cerveza permite un consumo “dinámico”, no liga a una mesa y es cómoda (portable). Ideal para invitar a una joven. Su consumo en cantidad implica “disponibilidad de dinero”. En estos locales prima la individualidad antes que lo grupal. Comienza a incidir en la decisión personal. La disponibilidad de baños evita molestias por el volumen de ingesta.

### **Bebidas mezcladoras. Tragos**

Se despliegan opciones de tragos. Los tradicionales dominan: vodka con cola o jugos, cuba libre. Otros tragos con nombres especiales como el “ruso negro” o combinaciones con “rush”, el “cerebrita” u otros (sujetos a modas y “necesariamente” cambiantes). Puede aparecer la figura del barman en algunos locales. Se puede ingerir alguno de ellos para elevar el nivel de alcohol y la percepción de desinhibición. El tequila es bebida de moda y gusta entre el público femenino. Bebida clave para invitar por su ceremonia. Se busca efectividad para justificar la erogación

### **Otros presentes**

Whisky en forma muy esporádica y como festejo. El máximo nivel de prestigio que se pueda alcanzar. Singani como chufly en forma esporádica (pasado de moda, aunque tradicional y de calidad en el ámbito cochala).

### **Otros ausentes**

Están “prohibidas” las bebidas tradicionales, “chicha”, “guarapo<sup>101</sup>”, “garrapiña”. En los locales de nivel medio para arriba no se pueden conseguir las “peores marcas” (por ejemplo ron de la marca Chapaco).

### **Sedes cafés como actividad en sí misma**

Difiere del escenario anterior ya que la permanencia en un espacio de estas características favorece la sociabilidad y la charla. El espacio previo a ir a bailar, estaba marcado por la expectativa de acceso al otro sexo como “parámetro de éxito final” de la noche<sup>102</sup>.

En este caso la charla y el compartir en grupos es el objetivo central de la reunión. Por supuesto, al tratarse de jóvenes y adolescentes el acercamiento al otro sexo juega un rol importante, aunque lateralizado ya que “conocer mujeres” (fichaje) no es el factor de motivación preponderante.

Variedad de entretenimientos en torno a la noción de “compartir”.

Importancia del “karaoke” como un tipo particular de situación (grupal mixta, divertida, euforia “sana”, le encanta a las chicas).

---

<sup>101</sup> En Latinoamérica, existen diversos tipos de bebidas fermentadas que reciben esa denominación. En Bolivia y en particular en Cochabamba, se refieren a “guarapo” para denominar una bebida producto de la fermentación del mosto de uva con agregado de azúcar. Esta bebida se identifica, sobre todo, con Sipe Sipe, lugar en el que se realizan las “Ferias del guarapo”.

<sup>102</sup> Un estudio como el desarrollado en 2002 excluyó la indagación de otro tipo de acercamiento no heterosexual normativo, dadas las corrientes ideológicas de género dominantes y la complejidad de abordaje directo en la indagación.

## VINCULO PRIMARIO

No es tan necesario "ser uno mismo". A menor presión el vínculo primario se distiende.

Menores dosis alcohol por ingesta de durante lapsos prolongados

La embriaguez como consecuencia de la actividad de compartir.

## VINCULO SECUNDARIO

Socialización en grupos secundarios más cerrados. Compartir entre conocidos.

Gran variedad de alternativas de bebidas. Opciones de precio y opciones de moda.

Valor del vínculo de amistad. Perfil "tranquilo" (menos agresivo que el escenario anterior)

**Ilustración 43:** La café como salida en sí misma. Cochabamba 2002.

Este clima es menos tenso, más relajado que la situación previa a ir a bailar. Las bebidas aquí transcurren a otra velocidad. Todo se puede desarrollar en forma más progresiva. Las bebidas cambian de sentido, se enfatiza su costado social. Estas prácticas son más estáticas y menos eufóricas que el consumo callejero. La euforia de la calle se ve reemplazada por la alegría y la mayor intimidad de las mesas.

### **Cerveza**

Es una opción que se encuentra favorecida por la permanencia en torno de las mesas en un ambiente de charla. Se asocia positivamente con la noción de compartir.

Presenta alternativas de precios, en particular por los chops de distintos tamaños y valores. La introducción de chops con diferentes niveles de precios es una alternativa interesante y convive con las botellas (asociadas a marca y calidad).

Se asocia con juegos como la "*cultura chupística*" (quien pierde cada ronda tiene como prenda tomar). Entre varones puede que cada uno tenga su propia botella. La presencia de baños atenúa los inconvenientes vinculados a sus propiedades diuréticas.

### **Bebidas mezcladoras. Tragos**

Basan su fortaleza “imaginaria” en la variedad: nombres, colores, preparaciones. Los tragos de moda se combinan con los clásicos: tequila (su ceremonia lo convierte en trago aún en su forma pura), el cuba libre y el “vodkola”. Pueden no prestarse para dominar la situación progresiva de ingesta (parcial). Pueden pasarse fácil ya que los tragos dulces son más “fáciles de tragar”.

Los locales tratan de diferenciarse y de marcar modas en su oferta de tragos. Los distintos locales tratan de ofrecer sus especialidades. Surge la figura del barman como personaje clave. Se registran interacciones con estos personajes en los lugares de moda. En casos de permanencia prolongada el trago no es opción única y se complementa con la cerveza.

La situación “demanda” un nivel de euforia menor que la de la “*previa*”, por ende es más favorable a consumos progresivos. Fantasía en torno a los tragos. Modas. Pueden no prestarse para dominar la situación progresiva de ingesta (parcial).

### **Otros presentes**

Chufly como una opción de mezcla. Caracteriza a los individuos de mayor edad aunque parcialmente puede ser tomada por jóvenes.

El whisky como signo de ostentación (presente como posibilidad pero no como realidad de consumo). Fuerte limitación por precio.

### **Otros ausentes**

Chicha y derivados.

### **Sede “situación en cafés”: perspectiva de la segmentación identificatoria**

#### **Apegados a su destino**

No realizan prácticas de pre *dancing* en cafés por problemas económicos. Su espacio “paradigmático es la chichería”. No es exactamente su espacio. Lo reemplaza la casa de familia o la calle. En casas de familia el consumo de alcohol se encuentra limitado, no es algo habilitado para los jóvenes en este entorno.

Pueden concurrir a cafés, incluso karaokes en forma esporádica, la consigna es no cruzarse con la clase media alta. Críticas a dos de los espacios de pre *dancing* (jailones en las islas / marihuaneros en calle España).

### **Adaptativos al mercado**

Afines al consumo en cafés. Predisposición estática, prefieren la reunión en torno a mesas. Menor circulación que en el ambiente de pre *dancing*. Adoptan las salidas con amigos varones o en parejas cuando son adultos. Necesitan opciones de precio. Cuando crecen se refuerza el chufly. La cerveza en chops.

No se mezclan con el ambiente de pre *dancing*. No tienen críticas pero no están “en ambiente”.

### **Conservadores insertos**

Sector eufórico y dado a la diversión en adolescentes y jóvenes. Se dividen preferencias entre la café como salida con las novias o amigos, o “previas” como instancia de “figuración social”.

Abandonan o limitan las prácticas de salidas con grupos de amigos cuando avanzan en su ciclo de vida y tienden a comprometerse. En estas circunstancias dominan las salidas en pareja o en grupos mixtos.

Ron o vodka en botellas pequeñas en “previas”. Tragos, cerveza de  $\frac{3}{4}$  litro o chop en café. Ron, singani o cerveza viernes de solteros. La cerveza se hace presente aunque genera algunos problemas económicos por su precio alto en locales. No dispuestos al consumo de cerveza tirada del nivel más bajo.

### **Identificados con el presente futuro**

Es el típico público que combina más de un espacio en sus salidas. Liderazgo de estilo en locales como *Offside*, de neto corte cosmopolita al que concurre un alto nivel social.

Pueden concurrir a cafés y pasar la noche de charla, pero no es su actividad paradigmática. Tienden a circular por varios lugares en una misma noche. Tendencias incipientes a seguir con salidas nocturnas cuando se encuentran comprometidos. Por lo general domina la tendencia a lo hogareño (la mujer tiende a limitar las salidas nocturnas).

Bebidas: de marca (aunque en callejero tome cualquier cosa). Las cervezas importadas pueden tener su espacio en el segmento pero no desmerecen en nada el prestigio alto de las nacionales.

### Se avanza en el ciclo vital: el sentido del consumo adulto

Cambios en el sistema de actitudes y conductas; el adulto joven sabe que ya es “el mismo”, por ende se producen hondas modificaciones en su vínculo con el alcohol. El ciclo vital propone otras disyuntivas, ya no se trata del “fichaje” constante como práctica o fantasía (acercamiento a la mujer). Están en su mayoría casados (no estarlo es un importante desvío a la norma).

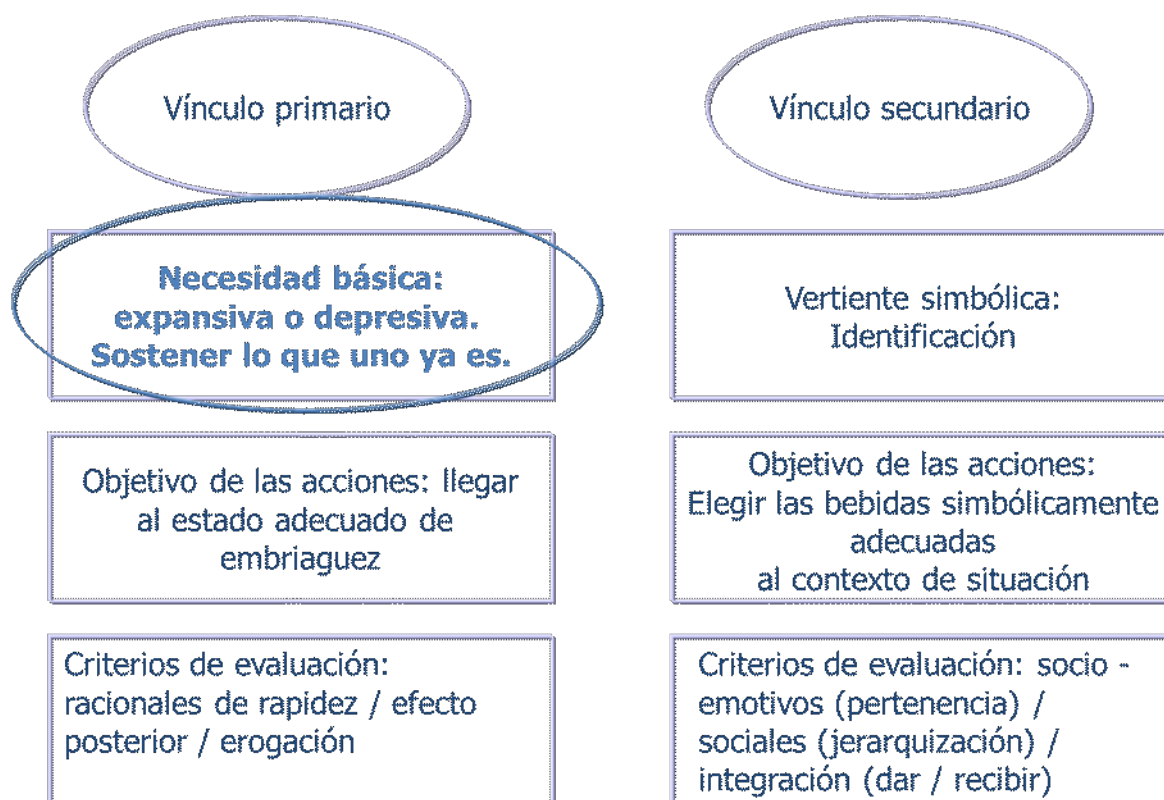


Ilustración 44: El vínculo primario y secundario con el alcohol entre adultos. Cochabamba 2002.

Conforme los jóvenes transitan en su ciclo vital, las relaciones emotivas se consolidan. Surgen otros grupos alternativos a los de estudio, en particular los del mundo laboral. Estos jóvenes comienzan a inclinarse hacia otros ámbitos de actividad. Las sedes pueden ser las



mismas, en particular los cafés. Esta transición implica la aparición de dos tipos de escenarios.

### **Escenario A. Viernes de solteros (entre individuos casados)**

Actividad ritualizada entre los individuos de mayor edad. Se trata de un encuentro de amigos muy diferente en sentido y actividades a los escenarios anteriores. Centrado en el compartir con pares. Tomamos esta situación como arquetípica pero se extienden las afirmaciones para cualquier encuentro de varones nocturno en este segmento de edad.

Por ese entonces y sobre todo en años inmediatos posteriores, las mujeres tienden a reunirse los días jueves (jueves de solteras).

### **Escenario B. Salidas con parejas**

Se trata de compartir con parejas de jóvenes adultos, estas prácticas se inician durante la juventud y son continuadas por los jóvenes adultos. Parece ser una actividad promovida por la mujer incluso más que por el hombre.

### **Viernes de soltero: sedes cafés consumo adulto**

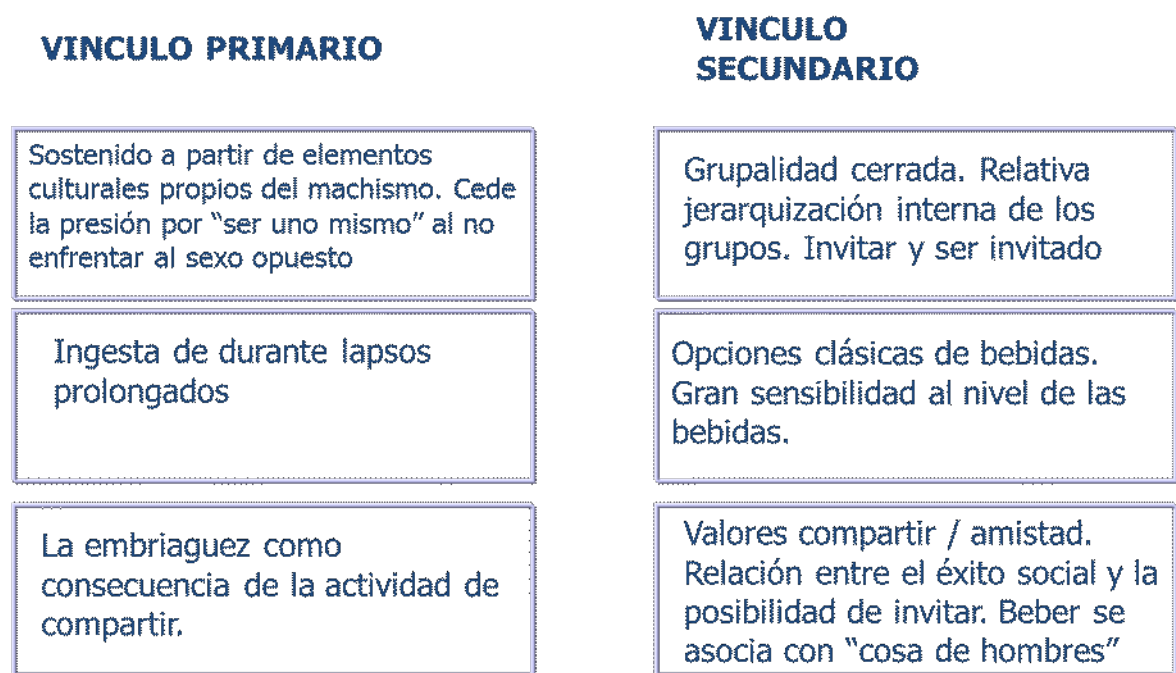
El cochabambino tiene una visión muy tradicional de la vida: anticipa desde la adolescencia su trayectoria vital. En una sociedad tradicionalista y que se asume como conservadora en sus hábitos, existe una alternativa dominante que es la de formar una familia. No se aprecian tendencias que avalen otras decisiones de vida, ni se sancionan positivamente otras elecciones alternativas en el plano de la identidad de género. Domina una perspectiva machista y patriarcal. Van derecho hacia el matrimonio y los hijos, en la gran mayoría de los casos sin ningún tipo de cuestionamiento. Salen de la casa de sus padres para constituir una nueva familia del tipo heteronormativo<sup>103</sup>.

No obstante, los vínculos con las amistades masculinas no se dejan de lado. Esta camaradería masculina genera un ritual entre los hombres de 30 años y más que consiste en reunirse los días viernes por la noche. Estas reuniones giran en torno a la charla y la bebida.

---

<sup>103</sup> Aunque este estudio no explora la problemática de género, pudimos atisbar el neto predominio de la perspectiva machista patriarcal entre los jóvenes cochabambinos. La problemática de identidad de género en el segmento de varones hacia 2002 es dramática, las referencias a las elecciones sexuales no heterosexuales generan manifestaciones despectivas y de burla entre los jóvenes indagados.

Participar de la sociabilidad en estos ámbitos es conservar la intimidad y la cohesión en el seno de grupos secundarios mientras se comparte la bebida. Fuerte presencia de prácticas de camaradería masculina a lo largo y ancho de la ciudad. Estos encuentros tienen un matiz de liberación de “energía adolescente” (de raíz lúdica). Este tipo de encuentros, les permite distenderse entre pares y establecer corrientes de comunicación allende la vida hogareña. Se intensifican la cohesión y se predisponen hacia la expansión (bromas pesadas, empujones u otras manifestaciones “toscamente masculinas”). Liberados de sus ataduras de responsabilidad pueden llegar a convertirse, momentáneamente, en niños.



**Ilustración 45:** Lógica del "viernes de soltero". Cochabamba 2002.

Las bebidas, por ende cambian su sentido si lo contrastamos con lo acaecido en los segmentos de menor edad. Se percibe muy claramente un “cambio vital” que afecta el sentido del alcohol. Los cambios físicos se comienzan a notar, las obligaciones pesan y se imponen otro tipo de horarios en la organización de la jornada. Un ejemplo de estos cambios es la necesidad de concurrir a trabajar al día siguiente. Por otra parte, la vida en pareja impone otro tipo de conductas y plantea cuestiones de convivencia; no es tan sencillo volver borracho al hogar. Esta temática suscita un despliegue espontáneo de

consideraciones asociadas a la ideología machista patriarcal conservadora y violenta. “*La cochala es brava*”, dicen entre risas los individuos contactados y el tema del alcohol puede volverse controversial en el seno de la pareja<sup>104</sup>. El cochala, por su parte, no quiere quedar como “*mandarín*” (adocenado, dominado por la mujer), en este contexto se refieren de manera risueña a la posibilidad de grescas familiares (relatos teñidos de un machismo soterrado que los convierte en un “motivo cómico”, un relato con la forma de “*comedia costumbrista*”, con personajes típicos “*la mandona*” y el “*marido resignado*” que trata de esconder sus “hazañas”).

La referencia a la mujer se torna compleja según una disociación típica del horizonte machista tradicional. En este mundo de relatos y **fantasías machistas**, vinculadas a los hombres adultos o jóvenes mayores, la mujer puede aparecer bajo dos figuras, como esposa o como prostituta. Al interior de los grupos indagados y de las etnografías realizadas, se pueden sentir las diferencias en la valoración de la mujer. Se trata de diferencias potentes en términos de sensibilidad que se dispersan desde una imagen conservadora machista de la mujer (propia de la disociación “mujer para casarse / puta”) hasta una perspectiva más amplia que concibe a la mujer en un plano de mayor paridad (sin terminar por ello de desligarse totalmente de elementos tradicionalistas propios del ambiente cultural del 2002). Cuando nos encontramos en los sectores más crudos, sobre todo los adultos mayores “apegados a su destino” o “conservadores insertos”, los componentes machistas se tienden a agudizar. En sectores más jóvenes en particular aquellos que conviven con las mujeres en ámbitos estudiantiles, la cuestión se suaviza, tienden a matizar y la construcción de la imagen de la mujer tiende a tornarse menos estereotipada. En 2013 los cambios son muy notables, la mujer cambia su sentido, al menos en los sectores medios, el vínculo se torna más abierto. Luego de este interludio en torno a la posición masculina y la imagen de la mujer, volvemos al tema de las bebidas y cómo se hacen presentes en la situación de las reuniones de amigos (viernes de soltero por ejemplo).

---

<sup>104</sup> En la actualidad el tema de la violencia doméstica en la Ciudad de Cochabamba es muy preocupante. Según pudimos recabar en estudios del año 2013 que incluían grupos femeninos, la lucha de la mujer contra el consumo doméstico de alcohol se vincula directamente con el maltrato y con el alto nivel de femicidios que se registra en la ciudad. Carecemos de datos sobre la situación en 2002, pero para comprender el cuadro de situación remitimos a las estadísticas publicadas por la “Fundación para el Periodismo” y recogidos por “Los Tiempos Digital” <https://lostiemposdigital.atavist.com/violenciadegeneroencoabamba>

## **Cerveza**

Se consume en estas reuniones en gran cantidad. Se suele amontonar en las mesas. Se asocia con los juegos como el cacho y la rayuela. Esta bebida tiene una gran sintonía con el divertirse y con los juegos de mesa que son frecuentes en estas ocasiones. El consumo en cantidad resulta caro y eso es una gran limitación. Varias alternativas consideradas:  $\frac{3}{4}$ , litro y chops (en calidad decreciente). Es una bebida para invitar rondas. Se destaca la “tonalidad” alegre con la que se asocia la cerveza.

## **Ron**

Es una opción económicamente viable y efectiva en términos de contenido alcohólico. Es una bebida que está de moda y se consume entre este segmento. Moda, precio y efectividad. En algunos casos surgen rechazos del sabor y señalan el efecto engordante de la silueta.

## **Singani**

Se encuentra desplazada por otras opciones como el ron. La asocian con un segmento de mayor edad. Es una opción cara respecto del ron. Se destacan favorablemente algunas marcas de gran nivel. Arraigo tradicional. Bebida “noble”, se conoce su origen (no es “trucha”). Imagen envejecida, estancada.

## **Salidas con parejas en adultos**

Como ya habíamos consignado, dentro de las previsiones tradicionales del ciclo vital del cochabambino está casarse y formar un hogar heterosexual. La vida hogareña es importante en la escala de valores del cochabambino. Otra forma de vida es casi inconcebible. No obstante, y aunque este esquema de vida no genera quejas manifiestas abiertamente, tiene un costado rutinario. Las salidas en parejas abren un espacio en el que se puede compartir con la mujer desde otro aspecto, no ya como madre o ecónoma sino como pareja. Según expresan los cochabambinos de nivel medio, esto parece ser importante en la realización vital de los matrimonios. Los varones casados señalan que se trata de una actividad que está destinada a satisfacer a sus esposas y a lo que sienten como demanda femenina en relación a romper con la rutina.

## VINCULO PRIMARIO

Tiende a debilitarse la necesidad de ser uno mismo. Juegan otras tendencias relativas a la situación vital (satisfacción – insatisfacción / realización – fracaso)

Objetivo de las acciones: mantenerse alegres .

La embriaguez se torna problemática.

## VINCULO SECUNDARIO

Confianza pero en un ámbito con convenciones de convivencia. Valor de la amistad y de la urbanidad.

Opciones de bebidas menos duras. Darse un gusto con la pareja y medir los gastos (economía familiar en juego).

Valores: considerar al otro y sus gustos. Salir de la rutina de pareja.

**Ilustración 46:** Lógica de las salidas con parejas entre adultos. Cochabamba 2002.

Los protagonistas son otros. La dimensión “pareja” implica todo un espectro de vínculos de índole totalmente distinta a los de la camaradería masculina o de la conquista del otro sexo. Pertenecen a etapas maduras del ciclo vital. Se trata de prácticas transversales a los niveles sociales y sistemas de actitudes (atravesan todo el espacio social indagado). Tanto en una como en otra situación la mujer está presente. Por exclusión en el caso de las salidas entre varones e incluida en las salidas en pareja. En todo caso “marcan posición” respecto de la mujer y el compromiso familiar. Desaparece la situación ansiógena de acercamiento al otro sexo. Se trata de manejar lo que a uno le ha tocado como vida marital. Acá se cuidan un poco las formas, se cuida el comportamiento. Veamos qué efecto tiene esto sobre las bebidas.

### **El vino**

Se lo coloca en primer término por una cuestión de prioridad “lógica” (en sectores medios y medio altos por cuestiones de precio y de hábitos). El vino es la bebida que mejor interpreta la situación hombre / mujer en circunstancia de cortejo. Hasta acá, en el mundo de los jóvenes, del “fichaje”, de la camaradería masculina, el vino no se hizo presente.

La situación de salida en parejas tiene algo de la dimensión romántica. Esta “aura” imaginaria se mantiene, aunque pueda rutinizarse en el plano de los hábitos reales y llegar a convertirse en algo aburrido. Aun así, se inspira en el deseo de compartir con la pareja algo fuera del hogar. Es como decir: no somos sólo una familia (*“Nos hacemos ese espacio para salir sin nuestros hijos”*). El vino es “la” bebida del romanticismo en Cochabamba 2002. Eso ya lo saben incluso los muchachos muy jóvenes de clase media alta. A la mujer le gusta y se siente halagada (piensan o registran los hombres). Aunque haya más de una pareja, la situación se sigue tratando de “cosas entre el hombre y la mujer”. Deben cenar para tomar vino. El consumo (supuestamente) en crecimiento, pero aún bajo. Sólo con comidas (el consumo de vino fuera de las comidas es bajo).

### **Cerveza**

Con la mujer enfrente no se trata de pasarse. Eso favorece a la cerveza por encima de otras bebidas más “efectivas”. Todo en ella sintoniza desde el punto de vista imaginario. La favorece el atributo “suave” (no embriaga con rapidez). La asociación entre cerveza – charla – compartir – diversión, se torna pertinente en estos casos, eso propicia el consumo de cerveza ya que “predispone” a pasarla bien y “promueve” un clima alegre y distendido. La euforia no se hace presente, no es propia de este tipo de reuniones por más confianza que pudiera haber con la otra pareja. Se abre el juego para un clima intimista.

### **Tragos**

Es una opción más jugada. Implica manejar más nivel de alcohol en sangre, se asocia con un clima más eufórico (más exigencia de diversión para justificar tragos fuertes). Se asocia con dos alternativas: o bien hombres y mujeres pueden tomar tragos (algunos de los varones indagados señalan que sus mujeres “aguantan más que ellos”), o en su defecto el hombre toma un trago fuerte y la mujer alguna bebida más ligera. La posibilidad de que las mujeres tomen tragos fuertes se vive como una desviación de la norma. La prueba de que se vive como una desviación es que, en la visión masculina, se relata con admiración o asombro el hecho de que sus mujeres beban como ellos. La norma hacia el 2002, indicaría que la mujer es la que limita el consumo de alcohol (*“A mi novia no le gusta que tome mucho cuando estoy con ella”*). La disposición de las mujeres hacia la bebida muta en

Cochabamba con el correr de los años y hacia el año 2013, última ocasión en que realizamos indagaciones en esa plaza en relación a la bebida, se nota una actitud mucho más desenvuelta e incluso desafiante<sup>105</sup>.

### **Salidas adultas: perspectiva de la segmentación identificatoria**

En ambos tipos de salidas, jueves de solteros o salidas en parejas, se desdibuja la diferencia entre sectores. La trayectoria vital, la diferenciación respecto del mundo juvenil pesa más que las distancias entre sectores identificatorios en el plano del mapa social. Planteamos la homología de las vivencias, si bien los consumos pueden diferir y también lo hacen los espacios en que se comparte, las satisfacciones y lo central de las experiencias son homólogas.

#### **En los viernes de solteros**

La tendencia a mantener lazos de amistad entre varones a lo largo del tiempo se presenta de manera generalizada entre los cochabambinos. El viernes de solteros es una ocasión que se encuentra en todas las posiciones identificatorias con que nos encontramos. Se pueden diferenciar los contenidos que comparten los diferentes grupos, las diferentes formas de ver la realidad desde los distintos sectores, pero sin embargo algo los hace iguales en cuanto a una necesidad básica: mantener un espacio estrictamente masculino. El goce es el mismo, aunque cambien las maneras, el decorado y las bebidas. Domina la adhesión al grupo y la voluntad del compartir.

#### **En las salidas en pareja**

Dominadas por la necesidad de mantener el vínculo marital y matizar la vida en pareja con experiencias de sociabilidad secundaria (grupos de parejas amigas). Las experiencias de sociabilidad se mantienen dentro del ámbito de los grupos próximos en términos de nivel social y cultural. No existen mezclas entre los grupos populares (sur de la ciudad) y de mayor poder adquisitivo (norte de la ciudad).

---

<sup>105</sup> Hacia 2013 las jóvenes de sectores medios declaraban su disconformidad contra las imposiciones masculinas en relación a sus consumos. Consideran negativamente la tendencia de algunos hombres o de generaciones anteriores de juzgar su consumo alcohólico.

## **Otras sedes, otras situaciones**

### **Por la tarde**

A esta hora del día, (media tarde en adelante hasta la noche), el consumo de alcohol debe ser justificado. No se ponen en juego la euforia de la salida nocturna y sus expectativas hedónicas. Como ya habíamos consignado, la bebida debe asociarse con algún elemento positivo y vital ligado a la alegría, la euforia, el festejo, la celebración, pudiendo también complementarse con estados de ánimo predispuestos a ostentar, invitar (ligarse y poner al otro en deuda), identificarse socialmente u otros vectores motivacionales pertinentes. En este caso se esgrimen dos razones que avalan el consumo de alcohol: refrescarse y jugar al cacho o la rayuela. Los tragos duros no deberían ingresar a esta hora del día (no se justifican)

### **Una sede poco propicia para el alcohol: inhibiciones en el hogar**

En el hogar las bebidas son del padre. En los segmentos medios altos son algo codiciado y vigilado. El padre puede habilitarlas con algún nivel de ceremonia. Estas invitaciones a los hijos tienen connotaciones de reconocimiento masculino. En el hogar se consume luego de la comida como aperitivo. Ejemplo en sectores populares: *“la chicha mata el chancho”*. Tienen incluso un dicho que liga su bebida tradicional con una de sus comidas tradicionales (chicharrón + chicha).

El hogar no es un lugar típico de reunión para que los adolescentes se junten a beber. Por lo general, la partida del hogar es bastante tardía y conectada con el casamiento, por ende las “casas de solteros” son la excepción. Pueden formarse “enclaves” de reunión en el caso de jóvenes universitarios de otras ciudades. En todo caso esos espacios no son demasiado parecidos a un hogar.

Se puede beber con amigos adultos en casas de familia, pero esta no parece ser una situación muy frecuente y, más bien, se prefiere salir del hogar.



## **Sedes de reunión de la comunidad: las festividades**

### **Carnaval, fiestas patronales, verbenas**

La cerveza, no obstante estar totalmente consolidada en el sistema de hábitos ligado a las fiestas, no tiene ningún sostén específico que justifique su arraigo en términos tradicional religiosos. Las conmemoraciones y festividades de Urkupiña, Los Santos, Señor de Mayo, De la Exaltación, son algunos de los múltiples motivos para festejar, ya que en Cochabamba son muy religiosos. A pesar de no existir ninguna razón específica que justifique el vínculo la cerveza se hace presente en las festividades. Los individuos indagados nos dicen: *“ya es costumbre de aquí, esas cosas nunca van a perderse, siempre van a estar”*.

Pueden beberse mezclas como el té con té, sucumbé o ponche. La base de los preparados es el “singani” (entre comillas ya que en la venta callejera el singani es adulterado). La bebida es adulterada por “las caseras”, como se denomina a las mujeres que se dedican a la venta y adulteración del singani. Pueden utilizar las botellas de marcas oficiales (la gente las evalúa con escepticismo). Estas variantes tienen bajo precio y su calidad se valora como *“malísima”*.

### **El exterior salvaje del Chapare**

Entre jóvenes los festivales son territorio de la cerveza (la Feria acional y la celebración de la cerveza en el Chapare). Estos eventos con música y actividades orientadas a la juventud son un espacio muy asociado al consumo de cerveza. Un mundo fantasmático para el cochala. Un lugar en que evadir y “festejar a fondo”, de manera descontrolada.

### **Los eventos sociales y sus sedes**

Una sociedad tan tradicional como la cochabambina, les otorga un destacado espacio mental y material a las celebraciones, casamientos, cumpleaños de quince, el festejo del muerto y hasta el abandono del luto son ocasiones de despliegue ceremonial. Como prácticas sociales promueven, renuevan o crean lazos entre las personas y las familias; son actividades de dar y de recibir. El dar y el recibir tiene una dimensión, al menos subyacentemente, vinculante (Saignes, 2015).

Todo el espacio se encuentra jerarquizado: jerarquía de invitados, reparto de responsabilidades, secuencias en la práctica de servir alimentos y escanciar alcoholes y, lo que es más importante, jerarquía de las bebidas.

Los eventos sociales son clave en todo segmento. Cuanto más se desciende en la escala social, la ritualización se acerca más a la matriz tradicional. En los estratos más elevados, el proceso de modernización borra, en gran medida, lo tradicional costumbrista.

A lo largo de nuestro trabajo registramos la importancia de estas interacciones. De numerosas fuentes recibimos relatos sobre lo que pasa en los alrededores, sobre la institución del padrinazgo en el medio popular y rural. El padrino asume la responsabilidad de asegurar algunos elementos clave para la festividad, por ejemplo y en particular la cerveza. Esto implica erogaciones considerables que llevan al padrino a endeudarse.

Esto implica dos fenómenos: el de la importancia exorbitante de la cerveza como elemento celebratorio (el pináculo del prestigio simbólico en bebidas en el ámbito popular) y una típica forma de redistribución de la riqueza en estas pequeñas comunidades (institución de los *ayni*).

### **VINCULO PRIMARIO**

La euforia y el "ser uno mismo" se combinan con lo vincular cohesivo del entorno. Lo compartido provee contención a las ansiedades.

Objetivo de las acciones: apuntan a la alegría eufórica y celebratoria

La embriaguez se toma casi como natural (cierto matiz de desenfreno)

### **VINCULO SECUNDARIO**

La identificación profunda con el grupo: ser invitado no es lo mismo que coincidir casualmente en un espacio común.

Enorme batería de bebidas. En algunos casos se registran secuencias y asignaciones de bebidas ya pautadas y vividas como necesarias.

Valores: compartir lo que hay y lo que el otro me da. Anfitrión e invitado. Alegría por el otro (celebrante)

**Ilustración 47:** Lógica del evento social. Cochabamba 2002.

## La cerveza

Se reitera lo que ya se ha manifestado en otros puntos: puede ser la alternativa más alta en sectores humildes o una bebida de buen nivel entre otras. En ámbitos humildes se debe garantizar (en la medida de lo posible) que algunos invitados claves puedan beberla sin restricción toda la noche. La tradición más típica es la de la caja de los padrinos (ya referida). Estos pueden disponer de la caja de cerveza a su gusto y placer: bebiendo ellos o invitando a los demás. Garantizar cerveza en una fiesta en sectores populares, puede implicar endeudarse. La lógica de los *ayni* opera como un aglutinante social, un generador de vínculos comunitarios y de alianzas. Son reguladores de sistemas de prestigio de los núcleos familiares (Saignes, 2015). Al interior de la comunidad se establecen complejas cadenas de reciprocidad en torno a eventos significativos como en los prestes<sup>106</sup>. La cerveza como don implica la obligación de contra don, que, en muchas ocasiones, por ejemplo, en eventos folklóricos, debe ser devuelto recíprocamente en cerveza (Mollericona, 2017). Según consigna el citado autor y en coincidencia con los relatos recabados, a lo largo del desarrollo vital y familiar se presentan numerosos eventos en los que se crean, afirman y desarrollan estos vínculos (matrimonios, bautismos, cabos de año, licenciamientos, promociones, etc.). En estos intercambios, están implicadas las bebidas alcohólicas en general, pero la cerveza ocupa un lugar privilegiado. La estructura de prestaciones y contraprestaciones, implica un complejo andamiaje que incluye diversos niveles según el objeto material entregado (convidar un vaso, una botella, una caja, etc.). A su vez implica secuencias según la iniciación de la cadena y las posteriores prestaciones y contraprestaciones que se siguen. En todo caso, lo relevante para nuestro trabajo, es la caracterización de la bebida como un generador de nexos (Heath, 1995; Saignes, 2015; Mollericona, 2017). La bebida alcohólica, se trata de un objeto material que se entrega en forma de un líquido espirituoso, que penetra en los cuerpos de quienes reciben y comparten; lo que hace del alcohol un vehículo material generador de un estado, la

---

<sup>106</sup> Se despliega un complejo sistema de generación de capital social, con implicación económica y con un fuerte vínculo con el plexo cultural. En ese sentido, se debe destacar el papel de las logias y su relevancia en términos del capital social en el seno de las comunidades. Esta institución de las logias y su vínculo con las festividades, tiene complejas normas de ingreso. Ingresar en una logia implica contar con un padrinzago, ser evaluado en cuestiones tales como las vestimentas (cada día se baila con un traje y con zapatos distintos). También se entrama con una lógica comercial, ya que se indican determinadas sastrerías, etc. La lógica de las frates, la institución de los prestes y la incorporación en logias son una forma particular de generación de vínculos sociales con transcendencia económica. Estas inversiones implican complejos vínculos de alianza, de obligaciones e incluso de endeudamientos. (Testimonios en los grupos 2002 y entrevista Roger Maldonado 2021; Gordillo, 2007)

ebriedad, que predispone de manera particular a los participantes (Mollericona, 2017). Este rol lo pueden cubrir también bebidas de mayor valor económico como el whisky o el singani de calidad. En ámbitos de mayor poder económico y costumbres de matriz moderna (conservadora) la presencia de la cerveza está garantizada. Como en todo nivel, aporta su alegría eufórica. Una gran provisión de cerveza para todos los invitados es un signo de solvencia económica con repercusión social.

### **Coctelitos**

El coctelito es lo primero que se bebe en las fiestas de estratos populares (se agudiza en el campo). Son de elaboración casera: fermentados de frutas con alcohol. Forman el tradicional trencito (se los dispone en una hilera de diversos colores) y el mozo o quien reciba en la entrada, implacable al respecto, exige su ingesta para franquear el ingreso. El objetivo es entonar al comensal, *ponerlo a punto* desde el inicio. El propósito es doble: promover la alegría y evitar que consuma demasiado de las bebidas más caras. Por otra parte, participa del registro de las “especialidades de la casa”, de las que se puede jactar la familia cochabambina tradicional. Se encuentra arraigada en el sistema de hábitos en un segmento en particular, sólo se hace presente en los sectores tradicionales, en el sur de la ciudad. De colores, formando el color de la bandera nacional, el coctelito espera a la entrada a los invitados. Es una estrategia de anfitrión, una alternativa para entonar. Te obligan. - *Necesito el vaso, señor, vamos, vamos...*- Puede ser el mozo, puede ser el anfitrión, la esposa del anfitrión, la madrina. Hay alguien que te está esperando y te obliga. Ese es su trabajo. Después cierran la puerta con candado, nadie se va.

### **Otras bebidas presentes**

Eso depende de la ubicación social, comunica el nivel de la fiesta y la puesta en escena del anfitrión. Cada sector social festejará con las bebidas afines a su nivel.

### **Otras bebidas ausentes**

Las que se identifican con el consumo del “otro” en nivel social alto. A las que no se puede acceder en clases humildes. La imposibilidad de adquirir algunas bebidas de alto precio llega a generar hostilidad (*“son cosas que sirven los jailones en sus fiestas”*)

## Sede enclavada en el Sur<sup>107</sup>

### **En la chichería**

La chicha tiene rituales para servirse y tomar: siempre en la rueda hacia la derecha, preferiblemente en tutuma si nos atenemos a la versión más tradicionalista de la ingesta. Si alguien no acepta o no termina de beber lo que se le sirve, se vuelve a tirar el contenido de la tutuma en el balde. *“La chicha no se desprecia”*. No aceptar la chicha significa decir: *“no soy como tú eres”* o en todo caso *“no comparto lo tuyo, lo que me ofreces, tu forma de ser”*. Dicen que si a alguien mayor, del campo o muy apegado a su raíz tradicional, no se le acepta la chicha no te vuelve a hablar, *“no se va a querer reír contigo”*.

La chicha *“es también algo lúdico, una identidad común”*. Con ella todo se mueve en círculo: *“el balde es circular, la tutuma es circular y se mueve en círculo”*. Se toma en ronda, circula entre los presentes, se comparte, es vínculo en su expresión más pura.

En el campo en ocasiones se toma en “diablitos” (vasijas con varios agujeros que se debe tapar para sorber, so pena de volcarse el líquido encima). Ese “arte” requiere su aprendizaje. Retomando con jolgorio la tradición andina más antigua, perviven unas vasijas en forma de diablito, de príapo para que beban las mujeres (la fertilidad y la potencia en su vertiente masculina y seminal) y de senos para que beban los hombres (con clara referencia a la representación arcaica de la tierra como lo femenino), o también en forma de chancho para beber por el trasero. La chicha es tradición viva del **aquí y ahora** en el Departamento de Cochabamba en 2002.

Según se pudo reconstruir a partir de nuestras entrevistas con informantes clave, las ocasiones de consumo de chicha, tienen una temporalidad muy diferente a la de otras bebidas. Existe una temporalidad particular del consumo de chicha. A diferencia de las situaciones vinculadas a bebidas de mayor graduación alcohólica, el consumo de chicha puede realizarse durante muy largos períodos. Esta bebida de no más de 4 grados de alcohol, tarda en embriagar. Esto permite y sintoniza con consumos muy prolongados que comienzan a media mañana y pueden extenderse por toda una jornada<sup>108</sup>.

---

<sup>107</sup> Para completar las impresiones vinculadas a este mundo de consumo contamos con la inapreciable ayuda del Lic. Roger Maldonado Rocha, gran conocedor de la vida cochabambina y de la gastronomía local.

<sup>108</sup> Dado que la chicha hace hinchar el estómago por el fermento puede recurrirse a tragos de alcohol puro como el Caimán para bajarla.

De hecho, las *“farras con chicha pueden durar dos o tres días”*. De tratarse de alguna ocasión especial la situación puede extenderse durante días (casamiento, funeral, etc.). La chicha es un complemento ideal para las pesadas comidas con que se deleita el habitante de la zona sur, en lo que nuestro informante califica de verdaderas *orgías culinarias* marcadas por la enorme abundancia y variedad de los platos<sup>109</sup>.

### **En el campo y otras ciudades del Departamento de Cochabamba.**

Lo ya dicho sobre la chicha legítima y verdadera. Escenas casi míticas del tipo “yo una vez fui...”. No es lo que se vive en realidad como situación de consumo. Referencia a enclaves tales como Quillacollo (perteneciente al Departamento de Cochabamba) y sus alrededores rurales como lugar de elaboración de chicha de calidad.

### **En una fiesta**

Dominio de la música más popular tal como la “cumbiachicha” (versión reelaborada localmente de ritmos caribeños similar a la bailanta argentina). La cueca es una referencia simbólica no es lo que más se escucha en el “bailongo”. Ligado a la alegría y a diferentes niveles de edad. Se hacen presentes las variedades de guarapo y garrapiña que se adaptan mejor a las muchachitas (afectuosamente “cholitas”, *“recatadas pero con fuego adentro”* según relatan unos muchachos del sur popular).

### **En un festejo**

Se hace presente como la alternativa básica. No genera prestigio (lugar reservado a la cerveza, por ejemplo, en la tradición del cajón de cerveza para los padrinos).

---

<sup>109</sup> Dentro de los cuales se destaca el chicharrón. La comunicación masiva de la marca Taquiña ha tratado de identificar a la chicha con el “pique a lo macho” una comida propia del sector norte de la ciudad antes que del sur tradicional para el cual el chicharrón representa un emblema comunitario (incluso otras comidas como el silpancho o el trcapecho, se ajustan mucho mejor a lo que los habitantes del sur consideran tradicional). Según nos relata Roger Maldonado, la mejor carne se consume en el norte de la ciudad, la carne de segunda en el centro, con sus trabajadores y las vísceras son tradición en el sur. De hecho, en algunas chicherías te ofrecen comidas en base a vísceras como complemento de la chicha; una estrategia *“para que hagas pasar tu borrachera y sigas bebiendo”*.

## Los ritos tradicionales

	La koa	La challa
<b>EL RITO</b>	Se quema incienso los últimos viernes del mes. En negocios, ocasionalmente en casas.	"Bautizar" las esquinas de un recinto o mojar un automóvil en varias partes.
<b>SENTIDO DEL RITO</b>	Atraer la buena suerte, conjurar la mala suerte. Atraer éxito comercial y prosperidad (ambicioso)	Ofrenda a la pacha mama. Estimular la solidez y la duración. Evitar las desgracias.
<b>EL AGENTE</b>	El incienso. El alcohol complementa (challa)	La bebida alcohólica en general. Debe existir cierto nivel de vínculo tradicional (se aceptan el alcohol puro, la chicha, la cerveza y el singani)

Ilustración 48: Ritos tradicionales. Cochabamba 2002.

Estos ritos tradicionales quedan fuera del objetivo general de la tesis, ya que responden a esquemas de relaciones culturales con especificidad propia. Su mención es lateral ya que, dada su dimensión místico – cultural, pertenecen a otro orden de indagación que excede los alcances de la presente tesis orientada a la indagación de la cultura urbana.

### Fronteras

Una vez definidos los trayectos y analizadas las sedes, queda por establecer las fronteras que contienen estos espacios de convivialidad. Según lo establecido, las sedes no deben ser analizadas desde una perspectiva estrictamente microsociológica. Lo social no debe ser comprendido como una sumatoria de acontecimientos intersubjetivos de los agentes (Giddens, 2006). La espacialidad urbana considerada como proceso de territorialización, debe considerar las interacciones sociales de los habitantes en el marco de relaciones que exceden la perspectiva del actor, sin por ello restarles importancia. En ese sentido, apuntamos a considerar lo acaecido en las sedes, de allí nuestro esfuerzo por la generación de "imágenes materiales", tanto como el sistema de fronteras territoriales vinculadas a la segregación espacial; la dinámica sede – trayecto – frontera, permite recuperar la dimensión estructurante de las prácticas espaciales (Giddens, 2006). Dado que nuestra tesis apunta a

dilucidar la dimensión territorial del sistema de bebidas presentes en la ciudad de Cochabamba, nos deberemos abocar a la cuestión de las fronteras que separan la ciudad en distintos sectores y delimitan las prácticas de los bebedores. Estas fronteras permitirán comprender el significado social de las sedes y el sentido de los trayectos a la luz de la problemática del antagonismo que caracteriza la Cochabamba del 2002. Cochabamba es un territorio escindido, una ciudad dual, marcada por la segregación de sus habitantes (Ledo, 2002 y 2013; Rodríguez, 2008 y 2009; Mejía, 2009; Torrez, 2010; Mayorga, 2011). Cochabamba es un territorio atravesado por fronteras. La circulación nocturna de los bebedores circunscribe tres espacios bien diferenciados: el norte de la ciudad, en particular La Recoleta, el centro de la ciudad y su casco histórico y el vasto espacio de la Zona Sur con sus barrios. Estos ámbitos se organizan bajo principios de segregación espacial de los sectores humanos y de sus prácticas. La interacción de los grupos humanos, configura la identidad espacial de la ciudad. Estas interacciones son las que dotan de sentido las coordenadas espaciales a través de los procesos de apropiación territorial de la ciudad de Cochabamba.

### **La delgada franja de la zona norte<sup>110</sup>**

Hacia el 2002 La Recoleta era el eje de las actividades de los grupos identificados con el norte de la ciudad. La avenida Pando encarnaba el núcleo de una estética juvenil vinculada a los sectores de clase media alta y conformaba el eje en torno al cual se desarrollaban sus actividades. El lugar de mayor exclusividad y que marcaba el punto más icónico de esta estética era *Offside*, el antecedente de lo que luego fue *Mandarina*. El local mantenía una estricta política de admisión y solo era frecuentado por jóvenes pertenecientes a los sectores altos y medio altos de la comunidad, con recursos económicos como para afrontar el alto precio de las bebidas y portadores de los “*signos sociales adecuados*” como para transponer los parámetros de admisión que segregan la concurrencia. *Offside* atraía a los jóvenes por encima de los veinte años, no era un espacio para los “fetos” y su estética general tendía a seguir las tendencias cosmopolitas vigentes a comienzos del siglo. Otro

---

<sup>110</sup> Retomamos la caracterización de Rodríguez en relación a la figura de “delgada franja” (Rodríguez, 2008). Lo delgado de la franja, responde tanto a la morfología de los espacios de diversión nocturna de los jóvenes de sector medio alto, en torno a la Avenida Pando, como a la identificación de un sector minoritario privilegiado por la distribución social de los recursos.



espacio de referencia para los sectores juveniles de nivel medio alto era la discoteca *Automanía*, un espacioailable que también atraía un público de menor edad y de un nivel social un poco más amplio, aunque identificado con la “estética blanca” y “*jailona*” de la zona norte.

### **El centro con su casco histórico**

Hacia el centro de la ciudad y su casco histórico se extiende el paseo de El Prado. Este espacio configura un ámbito de confluencia territorial, un lugar de convivencia de diferentes sectores de la comunidad cochabambina. Encarnaba el espacio público por excelencia y un territorio, que hacia el 2002, mantenía cierto nivel de convivencia entre sectores. Tal y como los señalan estudios urbanísticos y socio culturales, la generación anterior a la de los jóvenes varones objeto de nuestra tesis, hacían uso de este paseo como lugar de recreación (Rodríguez, 2008, 2009; Loza 2019). Hacia el 2002, El Prado mantenía esa significación, aunque comenzaba a cuestionarse su sentido, en particular a la luz de los sucesos sociales y políticos que marcaban la transformación general del mundo boliviano y cochabambino: la guerra del agua de abril del 2000 y la campaña política correspondiente a las elecciones de junio de 2002.

Hacia la noche, “El Prado” y la zona del casco, se tornan en un espacio mucho menos homogéneo que la zona de La Recoleta. Resultan “sospechosos” para los jóvenes identificados de manera plena con la estética de clase media alta y alta. Se trata de un ámbito nocturno con un perfil más alternativo y transgresivo cuando se lo juzga desde la óptica del “mundo jailón”, pero también desde la perspectiva más tradicionalista del joven de la zona sur. Desde el norte y desde el sur, se miraba con resquemor a los habitués nocturnos de la Calle España, a los que circulaban por la “*zona de los mariguaneros*”. En término de locales, se caracteriza por la presencia de cafés, pero sobre todo por ser un ámbito de circulación de jóvenes que hacen uso de las plazas para reunirse en grupos a pasar el tiempo. La discoteca *Pimienta Verde*, en El Prado, convocaba un público con gustos estéticos más alternativos a los de la identidad “*jailona*”, con presencia de sectores universitarios y de extranjeros en búsqueda de un lugar descontracturado y menos

conservador. Los grupos universitarios de clase media, eran sectores propicios para el surgimiento de nuevas perspectivas estéticas.<sup>111</sup>

La declinación de la zona centro y de su referente la Plaza 14 de septiembre como ámbito de confluencia es difícil de situar en términos temporales (Rodríguez, 2008)<sup>112</sup>. Más allá del ámbito intermedio que constituye el centro histórico, se abre un espacio de veda para el habitante joven de la zona norte. Ya en 2002 se percibía el fenómeno que ilustra Rodríguez en 2008 cuando señala que:

*Para la territorialidad juvenil de la clase media alta cochabambina, los linderos del mundo habitable se cierran a pocas cuadras de la plaza Colón: en la esquina de las calles 25 de Mayo y Ecuador y de ésta última con la España, en el corazón del antiguo centro urbano y muy próximo a la avenida Heroínas. Metros más allá comienza (o termina) la muralla invisible que separa dos mundos, dos estéticas, dos culturas juveniles y dos seguridades de vivir. Los cafés de la España y el de la 25 de Mayo con Ecuador son la última frontera. (Rodríguez y otros, 2008)*

### **El mundo disperso de la zona sur**

El territorio de circulación nocturna de la zona sur es más complejo de circunscribir, constituye una configuración dispersa. Al interior de este sector, cobran importancia los espacios de proximidad barrial comunitaria que se distribuyen en torno a sus distritos. Por otra parte, debe destacarse una tendencia a la convivencia generacional; si bien los jóvenes buscan organizar su espacio e intentan escapar de la mirada de sus padres, las prácticas nocturnas y de consumo de alcohol de la zona sur, toleran la confluencia intergeneracional. El “mundo chicha” implica compartir con los mayores, la segregación de los adultos del espacio de la diversión y la entronización de las estéticas juveniles, como la pauta

---

<sup>111</sup> Hacia los años 2000 se puede registrar la constitución de grupos que promueven una estética alternativa que persigue una nueva perspectiva que recupere el espíritu revolucionario de la raíz aymara y la reivindicación de los oprimidos. Entre ellos se destaca un grupo llamado “Wilka” como expresión de una identidad estética fuertemente confrontada a los parámetros conformistas y conservadores del “mundo jailón”. A través del muralismo, buscaban manifestar el carácter político revolucionario de las imágenes. Durante ese período de principio de siglo decoraron las paredes de la calle Colombia, Bolívar y los mercados de La Cancha y en la 25 de mayo. Para mayores referencias recomendamos el artículo de Lourdes Saavedra Barbetty (Villa Libre, Nro. 7, 2011).

<sup>112</sup> Sin dudas los sucesos del 11 de enero del 2007 y la tendencia hacia la configuración de ámbitos de exclusión como los barrios privados, inciden en tiempos posteriores, en la significación del este espacio intermedio y lo alejan aún más de la sensibilidad territorial de los habitantes de nivel medio alto y alto de la zona norte (Rodríguez, 2008; Loza, 2019).

dominante, son ajenas, en cierta medida, a un entorno cultural con gran respeto por lo tradicional y por las raíces.

Cochabamba se encuentra y se encontraba entonces, sembrada de chicherías. La mayoría se ubicaba en zona sur, aunque no están ausentes de la zona centro de la ciudad e incluso del norte. La colaboración de Roger Maldonado Rocha nos permite recuperar algunos nombres significativos como “*Film Maxi*”, propiedad de Doña Filomena en las cercanías de la Refinería de Gas; “*Las Frutillitas*” camino a Sacaba; “*Los maníes*” en que se servía la chicha de maní, “*Los Pejerreyes*” para los que gustan del baile; “*Los Melgarejos*” en que se consume chicha y cerveza al ritmo de la música y del baile; “*Las Cholitas*” en la Av. Galindo; alguna Chichería en la América, por el Barrio Suecia o las que quedaban camino a Quillacollo, en que se vendía chicha barata lo que permitía tomar cantidades industriales. La lista es extensa y se distribuye a lo largo y a lo ancho del territorio de Cochabamba, tal y como lo podemos comprobar en estudios sobre la chicha de la Universidad San Simón (Vargas, 2007; Torrico 2018). Pero las chicherías no son el único espacio en que los cochabambinos de la zona sur se reúnen a “chupar”, los casamientos, las reuniones de k’oa o cualquier ocasión es buena cuando se trata de compartir en el seno de la comunidad.

Por otra parte, si bien el habitante del norte tiende a no ingresar en el sur, en particular en situaciones de diversión nocturna, la circulación de los jóvenes de la zona sur hacia el norte es un fenómeno frecuente. Esta permeabilidad de la frontera en el sentido sur – norte, responde a las prácticas laborales y educativas. Los jóvenes del sector sur ingresan al sector norte y centro de la ciudad con el objeto de prestar servicios y desarrollar tareas laborales en la zona norte. Por otra parte, la ubicación de los centros educativos en la Zona Norte, atrae a los jóvenes estudiantes de la zona sur hacia este territorio (Navarro, 2014), si bien el acceso a la educación superior de estos grupos es muy minoritario si se lo compara con la población de estudiantes superiores de la zona norte (Butron, Oporto, Veizaga, 2003). Según nos relata un infórmate clave<sup>113</sup>, la finalización de las actividades laborales o de estudio los sitúa a estos jóvenes de la zona sur en el espacio del norte o del centro de la ciudad, lo que estimula los intercambios y las prácticas de beber en esos territorios que no responden exactamente a sus referencias identificadorias.

---

<sup>113</sup> Las entrevistas con Roger Maldonado confirmaron nuestras percepciones y nos permitieron un acercamiento preciso al fenómeno.

**CAPITULO 6 BEBER EN SITUACIÓN: LA BEBIDA Y EL BEBER PUESTOS EN  
IMÁGENES**

## **Beber en situación**

Las situaciones brindan un mundo de sentido en el cual las bebidas se insertan, pero al mismo tiempo, el sentido de algunas bebidas es tan fuerte que son ellas la que marcan el significado a la situación. Elegir bebida es “elegir la situación” entre un campo de posibilidades restringido por el lugar que se ocupa en el mundo social y por la estructura de este mundo social considerado como un todo.

Cuando formulamos la idea de un circuito primario y secundario, señalamos las oscilaciones propias de la performance del bebedor; quién se hace presente en una escena, no lo hace desnudo trae consigo su cuerpo, su vestimenta, su historia, su saber beber, su conocimiento de las bebidas y su valor. Este último capítulo es un desarrollo del material empírico atravesado por nuestro esfuerzo conceptual anterior. Para comprender lo que desarrollamos a continuación, es necesario tener presente la idea de los circuitos primario y secundario (capítulo 3), la noción de espacio atravesado por el antagonismo (capítulo 2), la valoración de las bebidas en sistema (capítulo 4), la discriminación descriptiva de las sedes y de lo que allí ocurre (capítulo 5). Sin estos apoyos el esfuerzo de cierre tendría un simple aspecto anecdótico o descriptivo. Nuestra alusión a la idea de “lo vivencial”, tiene sentido siempre y cuando se integre en un marco de comprensión más amplio de los fenómenos en estudio; para que cobren valor deben ser considerados desde la óptica de su integración conceptual.

Por otra parte, en la propia escritura se opera un corrimiento y nos permitimos el despliegue de ciertas construcciones “literarias - narrativas”. Como forma de abordaje, dichos artilugios apuntan a captar cierto sentido denso de la situación, permiten hacer presente cuestiones tales como la vida y la muerte, el alarde y la vergüenza, el insulto y el halago. En este ejercicio de captación, en esta última aproximación al universo cochala, utilizamos múltiples herramientas cualitativas en un esfuerzo de captar lo vivencial. La posibilidad de acceder a este plano se nos abre sobre todo a partir de la “exploración silvestre”, que nos fue dado realizar recorriendo los diversos ámbitos de la ciudad. La permanencia en la Ciudad de Cochabamba en ocasión de numerosos estudios, nos dio la posibilidad de compartir, de caminar, de entrar donde estábamos invitados y curiosear allí donde se podía. Parte de la tarea de indagación que fundamenta esta tesis, fue sentarse y observar, mezclarse y compartir con la gente. Parte fue salir con aquellos que conocimos por

casualidad, en cualquier lado. Este punto, *“beber en situación”*, es un intento de captación, de recuperación de memoria de estas vivencias, de captación del espíritu, *“del alma”* de la situación de consumo como práctica cultural. A continuación, vamos a centrarnos en las diferentes bebidas y rescatar aquellos rasgos que la hacen apta para la situación, aquello que pueden aportar a la situación.

No pretendemos exhaustividad, en este apartado final de la tesis desplegamos un panorama de sitios, de situaciones vinculadas a la bebida. Por más que la mayoría se vinculen con nuestras percepciones, son relatos, ficciones de punta a punta, en el sentido que le da la etnografía de la cultura a la noción de *“ficción”* (Geertz, 1987). Se tratará sobre todo de una recuperación, de un ejercicio de tímpano y retina. La Cochabamba habladora, la de los grupos motivacionales y de las entrevistas cualitativas retrocede y deja paso a la Cochabamba vista y vivenciada. Lo visto y lo oído, la gran puerta del imaginar. Nos referimos a unos individuos y unas situaciones vinculados al sentido vivencial de las bebidas y la relación con lo identitario en el mundo *“cochala”*; se trata de retazos conservados de la memoria, si bien tienen algo de artilugio literario. A continuación, desplegamos las formas en que la bebida *“ánima”*, le *“otorga espíritu”* al lugar.

### **Adhesión decisoria: Imaginaciones materiales**

Un concepto no es una imagen, en eso Bachelard es claro y convincente (Bachelard, 2014). La imagen queda a medio camino, entre el choque de la sensación y el contorno ideal del concepto. Bajo la denominación de *“imágenes materiales”*, queremos aludir a ese punto de intuición que se presenta en ocasiones, cuando vemos que la materia conformada, estructurada, en este caso por la comunidad, cobra un sentido cabal. En nuestra tesis nos topamos con dos fuertes imágenes referidas a animales: el cóndor y el sapo. A partir de esas dos figuras, de esas dos bestias, el *“cochala”* nos muestra algo sobre su forma de vivir la unidad, sobre el espíritu de conjunto. Cóndor, como emblema de la adhesión de la comunidad, como lazo y sapo como condensación de la queja sobre la falta de unidad. Estas dos figuras serán para nosotros, formas de imaginación material, artilugios prácticos que se usan para bromear y para decir la unión de los amigos y la falta de solidaridad del conjunto. Pasemos primero por el cóndor, es decir por un personaje de la mayor dignidad. Una imagen que quedó en mi retina, *“el cóndor cochala”*:

*Cuando se bebe y alguien lo hace hasta perder la conciencia, se dice que “está como el cóndor”. Existe algo en la materia que se puede abrir y transponerse en forma de imagen. De todos sus caracteres, las alas son del cóndor emblema y patrimonio. El ser del cóndor es el desplegar. Se trata de una entidad horizontal (eso es lo que le permite el hacia – arriba vertical). El joven borracho (con la cruda), despliega sus brazos por encima de los hombros de sus amigos, como el cóndor extiende las alas. A diferencia del cóndor, que se eleva en el vertical ascendente, o se deja caer en el vertical descendente o gira en un espiral hacia las cumbres, el pobre cochala, encarnación de lo pasivo, se deja llevar por “los pata”. - Así es como somos -, dice el cochala, como aprendimos a ser a riesgo de ver salpicadas nuestras zapatillas por el vómito del cóndor herido. Se convoca al brazo que empina el codo, la garganta que traga y la boca que ríe, todos se proyectan en una adhesión decisoria del compartir con amigos. El cuerpo deformado por las columnas de sostén, por las perchas de los hombros de los amigos, divertidos, fatigados, ellos también al borde de la ebriedad; son testimonios plenos de una modalidad masculina y fraternal que busca retrospectivamente otras reuniones y otros alcoholes, el ansia de las mujeres, su saliva y sus pechos, o la risa de otros amigos, o las penas o el aburrimiento; en otras venas con otras sangres de otros anteriores y hacia atrás, desde que la fermentación formara parte de la industria del hombre, antes del padre pero en el padre, antes que el abuelo pero en el abuelo y así para siempre sin comienzo. Las alas del cóndor, ese instrumento práctico que conspira contra el imperio pleno de la gravedad terrestre, que sostiene al borracho en su verticalidad dudosa, son creencia en su estado más práctico, en el despliegue de la burla que imagina al cóndor en su derrota, que menta las alas de su esplendor andino. El esplendor mermado. En esa noche en que los cochalas comparten, pero no comparten todos con todos, no todos son amigos de todos, hay unos y otros porque las fronteras atraviesan, invaginan la sociedad y el territorio. Dicen los cochalas: “El alcohol te permite ser como sos”.*

Trabajamos esta imagen material del “cóndor” para corporeizar el concepto de vínculo entre amigos, así como la permanencia generacional del alcohol como elemento presente en la situación del compartir. El cóndor es testimonio del lazo comunitario transpuesto en una postal propia del universo imaginario de lo andino. La imagen del cóndor se refiere a los

brazos abiertos del borracho que debe confiar su estabilidad en el sostén del grupo de amigos, es entonces un testimonio fuerte del vínculo comunitario y su relación con el alcohol.

Si el cóndor fue un punto de condensación que dice la amistad en clave andina, el sapo será una imagen muy potente, un nudo de significación que enlaza la queja del cochala respecto de su destino, la falta de solidaridad del conjunto y el calificativo autopunitivo de “envidioso”. No es común que la propia comunidad se burle de sí misma, por lo general “lo comunitario” suele satisfacer su saña con los otros o con el subordinado. Los “cochalas”, no obstante, esparcen su humor vitriólico hacia sí mismos, como ya dijimos gustan de criticar su espíritu regional, de desplegar la queja siempre que se les presenta la oportunidad. Si el cóndor es enseña de la unidad de los amigos, una imagen material de lo cohesivo, el sapo “cochala” es una imagen material destilada en el alambique de la separación, de la inquina. A continuación, transcribo un chiste que me fue referido por dos cochabambinos de manera similar<sup>114</sup>:

*“Sabes lo que dicen los cambas<sup>115</sup> de nosotros: ‘-Si pones un balde con dos sapos cochabambinos y otro balde con dos sapos santacruceños, ¿cuáles sapos saltan primero del balde? Los santacruceños porque se ayudan entre ellos, en tanto que los sapos de Cochabamba se tiran las patas para abajo para no dejarse saltar-’. Los Cochabambinos no progresamos porque somos envidiosos y siempre miramos al de al lado y no para ayudarlo sino para perjudicar.”*

El cochabambino vive una profunda indefinición: “no termina de saltar”. En cierta medida es lógico en una ciudad que se siente “...en el medio, entre La Paz y Santa Cruz”. Este chiste grafica las dificultades para encontrar un camino “propio” (realismo pesimista). “*Acá no puedes...*”, “*En Cochabamba no se puede...*”. Problemas de estima, los cochabambinos pueden sentir que tienen muchos aspectos positivos, pero en lo principal sienten que fallan. Dicen estar pendientes del otro, lo que el otro es, lo que el otro tiene. En este camino de auto punición alegan también la envidia. No sólo la envidia sino la duplicidad, la triplicidad, una ciudad con varias caras, te advierten. Para ejemplificar esta multiplicidad de rostros, allí en la Plaza de las Banderas dicen, han emplazado una estatua con tres rostros

---

<sup>114</sup> Recordemos los reparos ante estos estereotipos que se realizan a partir de investigaciones (Moreno, Mayorga, Torrez, 2011).

<sup>115</sup> “Camba” es la denominación coloquial que reciben los habitantes de Santa Cruz de la Sierra.



enlazados. La falta de franqueza no es, obviamente, un significado oficial asignado a ese gigante de piedra<sup>116</sup>, la idea de la falsedad es un añadido, es un excedente de significado, una proeza de la imaginación material. Ellos nos dicen: así somos, así es el lugar, ten cuidado porque esta pátina con la que nos solemos definir es por definición engañosa.

## **Bebidas, situaciones, rasgos e imágenes**

### **Cerveza en escena**

Con la cerveza pasa un poco lo que pasa siempre con los emblemas de la unidad, dice mucho y dice poco. Obligada a la fatigosa tarea de expresar conjuntos, paga con cierta falta de singularidad; es de todos, pero nadie se la puede terminar de apropiar. No obstante, esa relativa falta de particularidad puede comprenderse como una gran capacidad de teñirse según los matices del lugar, de adoptar la tonalidad de quién la bebe. Es el misterio de las palabras que deben cubrir el todo de la comunidad, que dicen “el uno del conjunto”, pero nada queda suficientemente dicho por ellas.

### **La cerveza en cualquier situación**

Se trata de una caracterización general, puede expresar el clima de situación en varias sedes, un café de noche o a la tarde. Los amigos varones, pero también con chicas. En diferentes edades, todos, cualquiera se puede beneficiar del clima que instala la cerveza puesta a “vestir la situación”. Nos ubicamos en un plano transversal que atraviesa la ciudad y los diferentes grupos que la habitan dada la “ubicuidad” de la cerveza. Es un prisma que no refleja una situación específica que pueda sostenerse en su “unicidad”; es como ya dijimos, todos y cualquiera. La cerveza es algo visto y oído en cualquier lugar en que el cochala comparta: la cerveza es multifacética.

**Rasgos que aporta:** SUAVE – ALEGRE – NO ES BARATA.

**A cualquier edad y nivel:** *Ellos se divierten en grupo durante un largo período, el efecto del alcohol no los golpea fuerte ni inmediatamente. Han decidido gastar plata en pasar este rato.*

---

<sup>116</sup> Alude a la composición trinacional del Estado boliviano.

### **La cerveza en diferentes niveles**

Si bien se encuentra obligada a expresar algo del conjunto, es decir, en cierto modo es neutra, adopta la tonalidad de cada situación social. La cerveza será algo diferente de acuerdo a su ubicación en el mapa social de una Cochabamba surcada por fronteras. En los lugares exclusivos, la cerveza aporta su nivel, es una bebida que no se mezquina, en niveles más bajos, la cerveza puede ser un objeto de consumo casi suntuario, un gusto:

**Rasgos que aporta:** DIVERTIDA - DE NIVEL – CARA – SIEMPRE.

**Jóvenes de clase media:** *la piden en un local, ostentan, gastan.*

**Jóvenes de media alta.** *Toman en Offside (disco de nivel alto, moda en el 2002) la cerveza no es regalada y siempre está de moda (siempre está bien). No les aporta demasiado, están a tono con la ocasión, es lo que se espera.*

### **La cerveza en tren de exhibir ante las muchachas**

Ahora salimos de lo general. Se trata de algo particular, de algo relativo a la distribución de dinero, de los recursos económicos que puede esgrimir el cochala en un local nocturno. Tenemos alguien con dinero y que se quiere mostrar. Míralo a él con su cerveza, se transforma en pavo real, intenta impresionar. Si todo fuera tan fácil, si la cerveza pudiera garantizarle este tipo de éxito. El individuo en cuestión quiere ganar prestigio por contigüidad, adquirir aura a partir de un objeto (la vía del tener); son los intentos de constituir una parafernalia que considera adecuada. Un porrón de cerveza provee una imagen de distinción que indicaría la capacidad de gastar en el consumo.

**Rasgos que aporta:** CUESTA MUCHO – SUAVE – PRESTIGIOSA.

**Juventud (domina media alta).** *En presencia de las chicas se está exhibiendo un porrón de cerveza. Si a las chicas les invita cerveza va a quedar bien. Está gastando plata y piensa que eso lo valoriza ante ellas.*

### **La cerveza a la tarde al sol**

¡Qué clima aquí en Cochabamba! Al sol. Las mesas al sol. En El Prado, aquí o en cualquier lado. El cielo azul del valle a la tarde: descomunal. Tiempo que pasa lento. Se nota la alegría, la capacidad de compartir en la Cochabamba grupal. Grupos humanos por doquier, Cochabamba comunal. Todo con una sensación de tranquilidad. A pesar de que la tarde se

desenvuelve en el centro de la ciudad, no se vive el clima de vorágine que se deja sentir en La Paz, en la capital, con sus bocinas, con su ansiedad. Acá la tarde se desenrolla lento. Pero veamos quiénes son ellos, esos que se aposentan al sol en Cochabamba...

**Rasgos que aporta:** SUAVE – ALEGRE – FRESCA – COMPARTIDA.

**Todos los niveles de edad:** *En las mesas a la calle de un bar un grupo de jóvenes están riendo, a la tarde, juegan al cacho<sup>117</sup> y comparten varias cervezas. Todo tipo de gente hace lo mismo en las mesas aledañas.*

### **La cerveza en la fiesta, gente del Sur**

Como les contábamos, la cerveza es al champagne en ambiente popular. La equivalencia entre la cerveza y el champagne se basa en una homología en el gozar; aunque los espacios sociales queden a mucha distancia, se establece una paridad ya que una y otro ocupan el mismo lugar estructural en el festejo. Aquí todos festejan, la cerveza, bien escaso, es patrimonio de la mesa de los novios. Alguna bebida espumante puede hacerse presente al momento del brindis. Luego es cosa de un incidental guarapo o garrapiña, pero en lo esencial: todo chicha.

**Rasgos que aporta:** FESTIVA – VALIOSA - TRADICIONAL.

**Adultos de clase media baja.** *Quiere que la fiesta salga como corresponde. Es un amigo de muchos años. Es una tradición. En las mesas hay algunas pocas cervezas que se van a acabar pronto. El padrino, con el pecho henchido, se aproxima a la mesa principal y deposita el cajón de cerveza. Garantizará que en la mesa la cerveza esta noche no falta. El padre de la novia asiente con la cabeza, con la sonrisa, y sabe que se debe contabilizar en deuda, que se renueva o se crea el lazo primordial que liga a las familias, en una cadena ancestral de manos que se extienden hacia manos, que hacen gala del honor, de la confianza. Y así con otros brazos y otros pechos, con otros dones que se dan y se intercambian.*

### **Carnaval, cerveza en un mar de latas azules**

Bueno, qué decir, el carnaval es el carnaval. Todos allí, las niñas con las polleras y a bailar en la comparsa. Risas de festejar en una comunidad entonada por la cerveza.

---

<sup>117</sup> Un juego de dados basado en la generala muy popular en Cochabamba.

**Rasgos que aporta:** FESTIVA, ALEGRE, TRADICIONAL, ESPUMOSA, PORTABLE, EN PACKS.

**Gente de todo nivel:** *Disfrutan al aire libre en el carnaval. Se refrescan y alegran con una cerveza. Hay enorme cantidad de gente con disposición a pasarla bien. Hay un mar de latas azules de cerveza en el piso.*

**Lo que se representa de la cerveza: evocación de lo tropical en un clima más bien frío**  
Si pedimos asociaciones con “*cerveza*”, nos trasladamos a un mundo tropical imaginario. No importa que el clima local sea más bien frío. Algunas cosas, algunos significantes convocan climas. Algunas palabras son fuertes y se imponen: con la cerveza pasa esto, tiene un aura, una personalidad, es un tipo, una referencia general. La regularidad de las asociaciones en torno a una palabra es pasmosa, cuando mencionamos cerveza nos hundimos en una constelación asociativa que se despliega a nivel latinoamericano. En cierta medida, estamos constituidos por el lugar común, la quinta esencia del repetir, la capacidad paratáctica de articular. Somos entidades repetitivas. En una de sus vertientes el lenguaje se despliega en el hálito vacío del reiterar; verbalizamos como máquinas parlantes. Cuando mencionamos “*cerveza*”, se disparan las asociaciones espontáneas, comienzan a caer piscinas, las mujeres con sus trajes de baño, la música, todo. Es como si ingresáramos mágicamente en un comercial, un comercial enorme que recorre Latinoamérica. Esto es parte de la vida de la comunidad vacía, es el vacío estruendoso de la comunidad. En Cochabamba domina un clima agradable, más bien fresco. Ciudad de la eterna primavera. Sin embargo, la cerveza, o más bien la idea cerveza, parece transformar la charla en un paraíso tropical; pareciera que estuviéramos en el Chapare o en la zona camba. Cerveza para mentir, magia por contagio, alarde de imaginación, vocablo para soñar. En este registro, la cerveza se vincula con una constelación asociativa generalizada y estereotipada, es como si perdiera tensión, se volviera insustancial, se transpusiera en imágenes carentes de vida real. Dada su generalidad, pudiéramos creer que el verano, la espuma que estalla, la fiesta con amigos que aparece en las publicidades, se vinculase con la vida de la cerveza. Pero esto no es así, no corresponde con la forma en que efectivamente se bebe en Cochabamba. Se puede considerar que este tipo de constelación asociativa expresa el aspecto más desvitalizado, menos tenso de una bebida. La cerveza, en este registro, es lo que queda luego de que los sistemas de comunicación masiva la transforman en estereotipo.

**Rasgos que aporta:** ¿FRESCA? ¿TRADICIÓN EN PARRILLADA?

**Más de los cambas que de ellos:** *En la parrillada y con calor al lado de una piscina.*

**Ya es una costumbre:** *Con pinchos. Se le tira encima y se bebe. No llega a ser una “tradicición” (puede comerse el pincho sin cerveza y no es transgresivo).*

### **Cerveza camaleón**

No obstante, la cerveza como foco de significación no se agota en esta masa de asociaciones repetitivas, tiene también un aspecto plástico, se adapta a las diferentes situaciones. La cerveza se dice de muy diversas maneras de acuerdo a los grupos humanos que la adoptan, a los estilos con los que se asocia al momento de consumir. Cerveza camaleón, cerveza prisma. Se trata del aspecto vivificado de la bebida, de aquello que se enlaza con la vida de la comunidad, pero no sólo de la comunidad como un todo sino de los diferentes grupos que la componen.

**Rasgos que aporta:** VERSÁTIL.

**Todos diferentes:** *En una misma ciudad se transforma, se alimenta de quién bebe y se viste a la manera de la gente que la bebe: moderna / tradicional, juvenil / de siempre, seductora, valiosa, alegre.*

### **El ron en escena**

Tan diferente a la cerveza, tan “brutal” el ron: condensación de alto contenido de alcohol e ideología del desborde. El ron “no dice” tanto como la cerveza, no se despliega en un imaginario de asociaciones y matices cuya riqueza pudiera asombrarnos. Con el ron es cosa de chupar antes que de pensar. La cerveza, en seguida, te quiere decir algo, se pone a significar. La cerveza es una charlatana con sus emblemas, con sus cosas, bla, bla, bla. En ron no tanto, nadie espera cosas raras del ron. No hablemos tanto del ron, no le demos tantas vueltas que el ron es para chupar.

### **Ron para todos, adelante con la diversión**

Las costumbres han cambiado, así como las reglamentaciones, al menos en 2013, ya no se puede aparcar el carro al costado de los puentes y escuchar música a todo volumen, han

sufrido regulaciones. Pero entonces sí, en esa época de los comienzos del milenio, era cosa de un estruendo descomunal. Después vinieron las restricciones a la reunión espontánea, la preocupación por el descontrol, el temor, la obsesión por la seguridad. En 2002, el ron se toma en la calle, con el carro como base de operaciones, o sentados en las plazuelas a platicar. Algunas de las reuniones con las que nos topamos en la vía pública son verdaderos “bolsones de ron” (mezclan el ron con la cola en bolsas plásticas). Los jóvenes mismos operan como vasijas portadoras del licor. Como dijimos antes, durante la noche un torrente de alcohol atraviesa la ciudad y en ese juego, el ron es protagonista.

**Rasgos que aporta:** FUERTE – EFECTIVO - ACCESIBLE.

**Los adolescentes y jóvenes:** *Lo toman porque es fuerte y los pone a punto con rapidez. Se le subió a la cabeza y escuchan música al costado de sus autos. Otros, sin autos lo hacen sentados o recostados en el piso, en las plazuelas.*

### **Ron para bailar**

Muchos de ellos, como en todas partes nunca es todos, sostienen una timidez proverbial; según nos dicen, se desarman un tanto ante las mujeres. Relatan que, “*si quieres invitar a alguien a bailar y te dicen ‘no’ te vas a sentir mal, pero si estás con unos roncitos encima...*”

**Rasgos que aporta:** FUERTE – EFECTIVO – DESHINIBITORIO.

**Un joven cualquiera, más bien en el norte:** *tal vez no tome algo muy bueno, hay poca plata y algo tiene que ingerir, aunque sea gasolina. No le gusta bailar cuando no ha tomado. Para que le entren ganas se tiene que entonar. Ahí sí: se han estado “fichando” insistentemente con la niña desde hace rato; entonces él avanza y la agarra a ella que baila con su amiga, se ríe y la quiere apartar, ella se niega un poco, como para no hacerla fácil, pero comienza en seguida a contornear.*

### **El ron: las chicas toman tanto o más**

Los hombres, adultos y jóvenes despliegan todo tipo de consideraciones en torno a la mujer, es la matriz conservadora, machista y patriarcal. Muy pocas excepciones encontré a esta regla, un arquitecto joven que vivió bastante en La Paz, un muchacho con estudios en una universidad en el exterior, y un joven clasemediero de la San Simón que estudiaba no

sé qué de ciencias sociales; para ellos la mujer era par. Pero en su mayoría desplegaban esa convicción confusa que lleva a disociar entre la mujer para esposa y “la cualquiera”. Es un tiempo de transición en el que comienzan a despuntar cambios en la imagen que los jóvenes se forman acerca de la mujer. Uno de los aspectos que varían es el de la ingesta de alcohol, ellas, nos informan los varones entre asombrados y azorados, beben como hombres, aguantan.

**Rasgos que aporta:** MEZCLADORA - DULCE – EFECTIVA – VARIOS PRECIOS.

**Lo que ellos ven en ellas**<sup>118</sup>: *algunas de las chicas están tomando, es fuerte pero el dulzor lo hace bebible. Están integradas al grupo y “aguantan igual o peor que un hombre”.*

### **Ron protagonista de la vida en discoteca**

**Rasgos que aporta:** FUERTE EFECTIVA EUFORICA

**Jóvenes del sector medio:** *En la discoteca el ron sube la temperatura aún más. Tienen una consumición o les queda algo de dinero y se piden un cuba libre. Algunos bailan y otros circulan expectantes con la bebida en la mano, bastante ebrios.*

### **Ron con amigos, que bien se la va a pasar**

**Rasgos que aporta:** ACCESIBLE – FUERTE – DULCE - MEZCLADORA.

**Adultos de clase media:** *Unos adultos de clase media sentados en una mesa con amigos toman tragos. Pueden elegir el ron porque es económico y las cosas no están fáciles por acá. Aparte es fuerte y dulce mezclado en Cuba libre: les agrada.*

### **El ron de los fetos**<sup>119</sup>

**Rasgos que aporta:** BARATO – FUERTE – DURO – ADULTO.

**Unos fetos:** *A la salida de la escuela están tomando ron Pampeño. Recién empiezan a beber. Buscan lo que buscan, el impacto del alcohol en sangre.*

---

<sup>118</sup>Recordemos que no tenemos voces femeninas en esta tesis, toda mención es proyección del hombre. Sólo un tiempo después entré en contacto sistemático con las cochabambinas a través de indagaciones en 2007 y 2013.

<sup>119</sup> Denominación coloquial para referirse a los adolescentes.

### **Ron cierta fatiga estilística**

**Rasgos que aporta:** DOMINANTE EN LA CALLE – DURO – CONSOLIDADO.

**El norte marca el estilo:** *hace tiempo que se consume masivamente. Perteneció a lo juvenil, pero está algo “desgastado”: está bien pero no es “la moda”. Es la euforia y la calle, eso le da un sesgo “duro”.*

### **Chicha en escena**

Nos ubicamos de pleno en la geografía de la zona sur. De hecho, se encuentran chicherías a lo largo y a lo ancho de la ciudad, también en el norte y en el centro. No obstante, su consumo “mira hacia el sur”, es parte de su patrimonio cultural, de allí su dimensión política. Chicha: encarnación de fronteras en una Cochabamba dual.

### **La chicha en ronda**

**Rasgos que aporta:** COMUNAL - BARATA – POPULAR – DIVERTIDA – EN CÍRCULO LÚDICO.

**Los adolescentes y jóvenes del sur:** *La toman porque es baratísima y acompaña lo popular. Invita a la fiesta. Se sube a la cabeza por el agregado de alcohol. “Es como un juego, porque alrededor de la chicha, en ronda todos están jugando, coqueteando, molestando, peleando, pero todo el rato es como un juego que pasa con la chicha.”*

### **La chicha del feto.**

**Rasgos que aporta:** TRANSGRESIVA – BARATA – INICIÁTICA.

**Los fetos:** *Comenzaron a beber a los 13 años. Se acercan a la chichería con sus botellas de refresco vacías y piden su chicha. – Es para mi padre – dicen y mienten. A la chichera no se le escapa el engaño, lo ha visto de toda la vida por ahí, correteando. – Tu eres el hijo del doctor –. Acto seguido despacha con su indiferencia cómplice; es algo por todos sabido. Y así, con su chicha, se encaminan a la plaza a disfrutar entre amigos. La comunión de los fetos con su chicha<sup>120</sup>.*

---

<sup>120</sup> Pintura de situación de Roger sobre la chicha iniciática.



### **Catadores de chicha.**

**Rasgos que aporta:** DE LA CALIDAD ACEPTABLE HASTA LA PEOR CATADURA – DE RONDA CON LOS PATA – POR TODA LA CIUDAD.

**Jóvenes clasemedieros:** *Los viernes tenían clase en la universidad y de allí se iban a una chichería; era muy cara la chicha allí y se les estaba acabando el dinero. Se iban a otra más económica y tomaban todo lo que podían. Ya mareados, se iban a otra aún más económica en “que estaban todos”; ya sea porque había K’oa o porque la universidad había hecho una fiesta.”<sup>121</sup> E iban así y acababan allí muertos. Así era como hacían: empezaban con una chicha bastante respetable, luego tomaban otra de pésima calidad y terminaban con otra aún peor. Los catadores de ronda...*

### **Chicha con chicharrón<sup>122</sup>.**

**Rasgos que aporta:** COMUNAL – TRADICIONAL – DIGESTIVA – CON BAJO CONTENIDO ALCOHÓLICO.

**Parte del sistema alimentario, en el sur:** *Asociada con la alimentación tradicional. Se vincula específicamente con el chicharrón. La chicha es parte del recetario popular. La toman para bajar la comida. Van a comer en exceso; “hasta reventar”. La necesitan para digerir. Los platos se suceden al ritmo de las horas cansinas, los grupos se forman y se deshacen; charlan con unos, charlan con otros. Lo familiar, lo próximo. Las conversaciones se desenrollan en secuencias interminables o en intercambios breves: es el habla de la comunidad que se despliega bajo los cielos cochalas, sin nubes.*

### **Chicha mítica**

**Rasgos que aporta:** AUTÉNTICA – TRADICIONAL – PURA – SIN AZUCAR.

**Todos y ninguno:** *fueron al campo y la probaron. Era totalmente distinta. No fue una experiencia habitual. Lo frecuente es la de la chichería de la ciudad. Ella sabe su receta: sabor y saber, en el tiempo particular de la fermentación y el reposo. Chicha sin prisa, que viene de atrás, en recipientes; yaciendo.*

---

<sup>121</sup> Recuerdo de Roger de sus años de universidad.

<sup>122</sup> El chicharrón no es el único protagonista en estos encuentros, sin embargo, es el plato emblemático el compañero inseparable de la chicha.

### **Chicha en la fiesta**

**Rasgos que aporta:** FESTIVA – TRADICIONAL – DIVERTIDA.

**Reunidos en el sur:** *en una fiesta, una ocasión familiar, había chicha a montones. Otras bebidas como la cerveza se acabaron y lo que quedan son los baldes de chicha o la garrapiña. Con esto seguimos hasta el final. Puede durar días.*

**Chicha en ocasiones de Santos, en un centro cultural – chichería – sala de ensayos – ONG – garaje de autos (un espacio que se adaptaba como todo en Bolivia).**

**Rasgos que aporta:** AUTENTICA – TRADICIONAL – GRATIS – NO SE ACABA.

**Los jóvenes la esperan:** *Eran dos o tres fiestas al año. Puede ser en Tata Santiago. También en San Miguel Arcángel en Tikipaya. O quizás el Tata Bombori. Las comunidades organizan fiestas; se tocaban zampoñas, erkes, bombos. Una de las fiestas más esperadas por los jóvenes porque había chicha gratis. El preste ponía la chicha y era chupar hasta morir. “Entonces todos los que son de esa onda: hippies, neo hippies, pachamamistas, indigenistas, andinistas, culturalistas, gestores culturales, sociólogos, antropólogos, estudiantes universitarios, para todos era un encuentro y se suman a la fiesta”. Todo comienza a las 11 con la misa del Tata, a las 12 ya estaban todos los invitados y comenzaba la chupa. “Agarrabas un balde e ibas donde el preste mayor que te daba la chicha, todo el rato te llenaba, todo lo que podías tomar. Entrabas viernes y salías, básicamente, el domingo al mediodía. Era chicha, chicha, chicha, alcohol, pinchos, cigarros, comida, chicha, chicha y más chicha”<sup>123</sup>.*

### **Chicha para el bailongo**

**Rasgos que aporta:** POPULAR – ALEGRE – NUESTRA.

**Lo popular vivo:** *Su faz popular la corre hacia un estilo “cumbia - chicha” (bailongo popular) más que a lo folklórico (cueca). Los contenidos estilísticos tradicionales predominan fuera de las fiestas.*

### **Chicha como anatema**

**Rasgos que aporta:** POPULAR – DEL SUR – ASQUEROSA – DE CHOLO - MIERDA.

---

<sup>123</sup> Recuperación de la memoria de Roger Maldonado Rocha sobre sus tiempos de estudiante.

**Adolescentes y jóvenes de media alta** *Ni se les cruzó tomar chicha, de hecho es sábado a la noche y no se aproximan a los lugares en que la sirven.*

### **Chicha en son de guerra**

**Rasgos que aporta:** COCHABAMBINA DEL SUR – DE ELLOS – NUESTRA.

**En una ciudad que se tensa:** *peleas sangrientas pero imaginarias entre jóvenes de diferentes zonas de la ciudad*<sup>124</sup>. *Fantasmagoría que existe en sus mentes. La chichita nuestra” en lucha constante contra “esa asquerosidad”.*

### **Chicha para la virgen de Urkupiña**

No es tanto por lo religioso que aparece la bebida como ofrenda a la virgen, de ser por lo religioso no tomaría tanto. Es por eso de la chayada, por lo tradicional. Lo tradicional, obvio, se entrama pero no se reduce a lo religioso. Necesitan o quieren algo, ese es el motor de esta situación, para eso se acercan a la virgencita a la que se le pide algún favor personal. Más allá de lo religioso, de lo espiritual, es una cosa personal, un lazo de uno a uno con la virgen<sup>125</sup>. La virgencita, la de Urkupiña, es fruto de un rapto, Cochabamba se la apropió. Antes estaba radicada en Arani, pero hubo una aparición acá en Cochabamba y se la hubo de trasladar.

**Rasgos que aporta:** NUESTRA – TRADICIONAL.

**A pedirle a la virgen:** *Va a Urkupiña y le pide esto y lo otro, entonces, naturalmente le tiene que ofrecer una challa.*

---

<sup>124</sup> Esa confrontación tuvo su encarnación efectiva en los sucesos del 11 de enero de 2007 en los que corrió sangre y hubo de lamentarse muertos por ambos lados.

<sup>125</sup> Esta no es la forma tradicional de veneración y ofrenda a la virgencita de Urkupiña. La forma típica de ofrenda consiste en el ritual de rompimiento de rocas en el calvario según señalan estudios etnográficos en torno a la peregrinación a la virgen (Diálogo Andino Nro. 39, 2012).

## **Cementerio de elefantes.**<sup>126</sup>

**Rasgos que aporta:** CLANDESTINO – MARGINAL – TERMINAL.

### **Rumor en Cochabamba:**

Al igual que en La Paz, ellos bebiendo hasta el final; así lo decidieron. Han juntado los pesos y un reloj o lo que sea y pagan por morir. Son dos o tres días como mucho lo que aguantan. Tal vez los haya en la ciudad, tal vez sea un par, o más o ninguno. Un cuarto cerrado con candado; solitario enfrascado en su tránsito; él bebe. Con su balde, con sus litros de alcohol que tal vez tenga algo de chicha, a oscuras.

### **Singani: una bebida muy arraigada en Cochabamba**<sup>127</sup>

Cochabamba ha hecho propio el singani. Es parte de una forma de ser y compartir con fuertes raíces en las costumbres locales. Una bebida identificada con generaciones anteriores, una bebida que hace a la continuidad más que a la renovación estilística.

### **Para el que sabe tomar**

Rasgos que aporta: TRADICIONAL – NOBLE – NO ES BARATO.

**Ellos saben de qué se trata:** *Algunos la toman como uno de los tragos clásicos en salidas grupales. Deciden apearse a lo mejor de la ciudad. Sienten el placer de disfrutar una bebida de calidad y tradicional en Cochabamba. Discuten sobre marcas, controversias sobre la calidad actual comparada con la de antes.*

### **Sensación de pérdida (2013)**

Esta es una experiencia de 2013, pero que se puede trasladar para atrás. En ocasión de un viaje de trabajo a Bolivia para indagar el “tema singani”, conocimos a un gerente de la principal marca productora. Un hombre de algo menos de cincuenta años, es decir, una especie de par. Alguien muy agradable, comprometido con su trabajo, con su familia, con esa aura de seriedad que exuda el medio local; en resumen, un cochala hecho y derecho.

---

<sup>126</sup> Los cementerios de elefantes son reductos clandestinos a los que concurren los descastados a morir de alcohol. En La Paz cierran estos reductos todos los años. Su leyenda creció de la mano del relato Víctor Hugo Vizcarra, ese gran escritor boliviano que no quiso vivir más allá de sus cincuenta (Vizcarra, 2002). Para ingresar a estos locales es necesario tener una clave, pagar lo que les pidan y aceptar que, una vez que se ingresa, no hay salida. Es beber hasta morir. Del cadáver se harán cargo ellos, lo arrojarán o lo enterrarán en algún baldío que oficia de cementerio. No existe certeza, al menos no cuento con ella, de su presencia en Cochabamba. Pero me lo han indicado, lo he oído de boca de gente confiable y del lugar. Tonchi Antezana, en 2008, llevó esta historia al cine, en una realización basada en los relatos de Vizcarra. Indispensable para quien quiera adentrarse en la cuestión de Bolivia y la bebida.

<sup>127</sup> Se produce sobre en Tarija y es originaria de los valles de Chuquisaca, Tarija y Potosí.

Entramos a una parrilla para cenar y casi se muere al ver que unos muchachos de treinta y pico, tomaban fernet mientras jugaban al cacho, un juego tradicional en la ciudad. Con amargura, reclamaba que ese era el lugar del singani, a lo sumo puede estar la cerveza; pero no, tampoco corresponde me dice; - que esté el singani -, porque singani es el crédito local. Siempre hay cosas que se quedan en el pasado, que se desdibujan, se vuelven máscaras, emblemas empobrecidos, cosas que se pierden y que difícilmente se puedan recuperar. Es la dificultad de aceptar el paso del tiempo, el miedo a la disgregación, a terminar.

**Rasgos que aporta:** TRADICIONAL – ENVEJECIDA – SUPLANTADA.

**Mira indignado, no lo puede aceptar:** *Unos juegan al cacho y toman fernet a la noche, en la mejor parrilla que hay en este lugar. El defensor del singani no lo puede aguantar. Airadas sus palabras, maldice la corrupción de las costumbres, el descalabro actual.*

### **Singani entre jóvenes algo esporádico, ocasional**

**Rasgos que aporta:** TRADICIONAL – MEZCLADORA.

**Jóvenes del norte:** *Están tomando chufly<sup>128</sup> (singani con ginger ale o con gaseosa lima limón) para variar alguna vez. No ha salido del todo barato pero se comparte el gasto en grupo.*

**Rasgos que aporta:** ENVEJECIDO – ESTÁTICO – TRADICIONAL - CALIDAD - RECONOCIDA – FUERA DE MODA.

**La gente ya mayor y los jóvenes, todos:** *tienen o dicen tener, algún pariente aún mayor que ellos al que le gusta beberlo. Es la bebida favorita de ese familiar, al mismo tiempo imaginario y real. Lo que le gusta al tío tal, o al tío cual. La imagen evocada del envejecimiento.*

### **El singani de los fetos**

**Rasgos que aporta:** ADULTERADO – BAJA CALIDAD – MEZCLADO.

---

<sup>128</sup> La denominación “chufly” es una castellanización de la expresión “*short fly*”, utilizada por los ingenieros ingleses que construyeron los ferrocarriles en Bolivia. Dicha expresión se usaba para los atajos construidos para evitar los obstáculos de las vías (por ejemplo, un área inundada) A falta de ginebra, estos ingenieros encontraron un atajo (*short fly*) para consumir su bebida favorita, mediante la combinación del ginger ale con singani. (R-evolución 06 de septiembre de 2020).

**Los fetos a la salida del colegio:** *Acá la chupa comienza desde chico. Beben singani Chapaco, u otra versión de dudosa procedencia y de resultados contundentes. Es lo único que pudieron comprar, le agregaron Wink un jugo en polvo con el que obtienen el infame “winpaco” (en su defecto le añaden bebida cola).*

## **Vodka en escena**

### **El vodka está de moda**

**Rasgos que aporta:** AGRESIVO – DE MODA – FUERTE – EFECTIVO.

**Jóvenes en el centro, en el norte:** *toman vodka como alternativa al ron, es una opción más moderna. Tiene marcas “fashion”<sup>129</sup> (aunque no accedan a ellas) es bebida para ponerse a punto.*

### **La crudeza del vodka barato**

**Rasgos que aporta:** EFECTIVA – BARATA.

**Muy jóvenes, fetos de sectores medios:** *no hace mucho que beben, prueban esta opción fuerte barata y de moda. Eligen una de las peores marcas, venenos, y mezclan. No buscan calidad sino alcohol.*

### **El vodka no es lo de ellos pero hoy quieren variar**

**Rasgos que aporta:** JUVENIL – DE MODA – MEZCLADORA – FUERTE.

**Adultos:** *No les gusta demasiado, no están demasiado acostumbrados a él. No obstante alguien lo pide con jugo como para variar. No existe una afinidad de estilo (menos aun en media baja).*

## **Urbano y cosmopolita el tequila**

**Rasgos que aporta:** DURO – FASHION – FRENÉTICO.

---

<sup>129</sup> Usaban esa palabra, “fashion” con un dejo aspiracional, hacia 2013 usaban el término “cool” en su reemplazo.

**Jóvenes del norte, en alta y media alta:** *Lo beben en el lugar de moda y los hace estar en ambiente. Es una bebida más “dinámica” que Cochabamba. En su imaginación, evoca dos tipos de medios urbanos: más duros (seducción del peligro) o más sofisticados (estética fashion cosmopolita).*

Cosas que van y vienen: hoy tequila. Es como todo, el tequila transitó su ciclo, pero fue reemplazado por otras opciones. Algún trago, o muchos tragos con diferentes nombres le pelearon el reinado: cucaracha, peluche asesino, cerebro, amarula, Tom Collins, carajillo, Manhattan, lo que quieran. Incluso en un círculo más exclusivo el mítico Absenta. Hoy el tema es el fernet, una bebida que ha ingresado con un fuerte apoyo comercial de promoción y distribución. Más reciente aún el ingreso del gin, al que se saboriza con hierbas locales.

**Rasgos que aporta:** MODA – CEREMONIA - EFECTIVO

**La juventud del norte:** *Es la bebida de moda hoy. La piden en la barra y les gusta que los miren cuando lo hacen. Se la toma en lugares a la moda y en las disco. Tiene esa particular forma de tomarse que le añade mística.*

**El fichaje y el tequila**

**Rasgos que aporta:** MODA – SEDUCCIÓN – DESENFRENO.

**Jóvenes medias alta** *Se toma junto con una muchacha. Parece que la ceremonia atrae a las señoritas. En el lugar hay buen fichaje. El ambiente es de euforia, se la exhibe y se circula.*

**Con sabor mexicano**

**Rasgos que aporta:** MEXICANO – MACHO – CRUDO.

**Jóvenes en el norte:** *Es un típico fenómeno de moda. Evoca una estilística “producida”. Tiene un aura mexicana (connotaciones en torno a la virilidad y lo latino).*

**El whisky en escena**

Es el punto más alto de las bebidas destiladas. Icono de lo clásico y la elegancia madura. Viril y pausado. Evoca el universo anglosajón, escocés como dominante; puede ser

americano si nos referimos al bourbon lo que evoca otro mundo, el de los casinos los anteojos negros y los Cadillacs.

### **Ingreso al mundo adulto, el whisky iniciático**

Cuando el macho crece, cuando empieza a despuntar, se le coloca un vaso de alcohol en la mano; eso es seguro acá en Cochabamba. No se toma mucho en el hogar, es una guerra que la cochala intenta dar, pero ese es otro tema y no patrimonio del whisky, es algo general.

La bebida se propaga desde los adultos hacia los jóvenes, las generaciones que se suceden. El ingreso al mundo del alcohol se produce desde pequeños, es algo que comienza temprano, con los párvulos que corren entre las mesas en esa fiesta familiar vaciando copas, con ese fruncimiento particular de desagrado que produce el alcohol inicial.

Pero el joven al que nos referimos creció, no es más un párvulo entre mesas. El joven, el adolescente de la zona norte de la ciudad, va a recibir su comunión y el whisky, en cierto nivel social, es la bebida ideal. La bebida de las bebidas, el punto omega de la destilación cuidada. El padre, el tío, quien corresponda, les va a quemar la garganta, va a iniciar la educación del paladar. Ya está: bienvenido a tu lugar, despide al niño y a participar de lo tuyo, a beber, a gozar de las mujeres, a trabajar, uno de los nuestros, uno más.

**Rasgos que aporta:** RECONOCIMIENTO – ELEVADO – ADULTEZ.

**Adolescentes y jóvenes media alta y alta:** *son invitados él y el amigo, tienen catorce, quince, dieciséis, no llegan a los diecisiete. Son iniciados por el padre que les da a beber en alguna ocasión, un fin de semana antes de salir. El padre reconoce al hijo como adulto. El vínculo padre hijo y el carácter iniciático.*

### **Adultos mayores paladean su importancia**

El whisky entre amigos es toda una manifestación. El whisky les dice quiénes son, es una bebida importante. Ellos son alguien, un grupo que se destaca. Buscan eso: la jerarquía. O bien es una costumbre para ellos, o bien surge en esta circunstancia. Alguien lo incita o es un sobre entendido. Al whisky siempre se le ofrenda alguna que otra palabra, se habla de él al tomar, de los años acumulados, de las opciones, de las marcas. Se despliega el arte de beber, de saborear. El whisky enlentece, cambia el ritmo de la estancia, la escena se desarrolla en un ritmo ralentizado. Se introduce de a poco en la cavidad bucal, de a sorbos,



de a traguitos. Están amaestrados por el whisky. Hacen lo que se espera del whisky, lo que el whisky espera de ellos: paladean, miran para adentro. ¿Vieron esa mirada particular de quien “mira para adentro”? Registran cómo pasa, el calor en la garganta. El hombre adulto es así, bestia primaria, ostentadora, jerárquica; se mueve entremedio del whisky, de los carros, de los relojes, de la importancia. Maniquíes envanecidos por el whisky, figuras vanas.

**Rasgos que aporta:** ELEVADO – ADULTO – CARO – SOFISTICADO.

**Adulto de clase media alta:** *algunos pueden estar insertos en medios elevados en los que se toma whisky en las reuniones. Se sienten muy jerarquizados por tomarlo (ocasional). El adulto tiene una botella de whisky en su casa, o varias de distintas marcas, blends o maltas, posiblemente haya algún bourbon. Es un bienpreciado que se administra con cuidado. Tomarlo es un gusto.*

### **Jóvenes que comienzan a imitar**

Este proceso de vínculo con el whisky se prolonga, se despliega hacia otras etapas del ciclo vital. Acá, unos jóvenes, con un poco más de veinte, apenas, se sientan a jugar al póker o a conversar. En el hall de una casa familiar, aprenden a pausar, a moverse al ritmo adulto tan diferente de la euforia festiva que los espera cuando salgan a bailar.

**Rasgos que aporta:** SOFISTICADO – ADULTO – CALIDAD.

**Jóvenes como adultos:** *Cuando juegan al póker compran un whisky entre todos y reproducen una reunión adulta. Como si no estuvieran para tomar digamos, no es cosa de emborrachar, están para hacer otra cosa con el whisky están ahí tranquilos para conversar.*

### **Whisky en la disco**

Práctica poco habitual. Un alarde de gasto conspicuo. Consumo exhibicionista.

**Rasgos que aporta:** CARO – ADULTO – SOFISTICADO.

**Joven del norte patrimonial:** *lo pide en un café o disco, está haciendo un verdadero gesto, no es algo que suela ocurrir: muestra deliberadamente su posibilidad de gastar y su desapego al dinero. Puede verse como ostentación.*

### **Whisky en el encuentro matrimonial**

El encuentro de familias, la fiesta de bodas es un choque, una puja en la que cada núcleo familiar se esfuerza por dominar, o al menos por no dejarse avasallar. Hacer pesar la fuerza: vanidad de viejos que acompaña la alegría de los jóvenes que se van a conjuntar. Mundo de mostrar y cálculo de utilidad. En el mundo cochala es eso, las botellas en las mesas testimonian el esfuerzo material. La inversión que inaugura ese hogar, esa empresa de la familia, lo que los jóvenes van a sostener, transmitir y conservar. Después se discutirá si la nariz es del abuelo materno o los ojos de la bisabuela, en ese ejercicio tan particular de descifrar el linaje del niño por llegar. El whisky, el ron de calidad y el singani, son las botellas que pueden estar en la fiesta, las tres o al menos una de ellas se tiene que presentar.

**Rasgos que aporta:** COSTOSA.

*Los del norte: presentes en algunos acontecimientos, fiestas elegantes, siempre bien visto como el ron añejo y el Singani de calidad. El whisky, a veces, solo lo ponen en la mesa para los padrinos. Para los padrinos puro whisky. Cuanto más whisky mejor, si el whisky está en todas las mesas indica la jerarquía del lugar, se deja bien clara la inversión.*

### **Tirillo en situación**

El tirillo es alcohol puro mezclado con agua. No tiene rasgos rescatables. Condena moral y estética. No hay identificación con la “propuesta vital” del tirillo. Evoca a su vez violencia, desavenencia y desintegración familiar.

### **Veneno con muchos nombres, tirillo, husillo, linternazo, casco azul, García Mesa: el hundimiento del pobre**

Al costado de la sociedad, en los márgenes, el tirillo reina con su hálito mortal de alcohol veneno. Bebida de viejo, bebida de ciego. Contra el frío, a la mañana bien temprano. En la campaña o donde termina la ciudad, en ese territorio incierto, liminar, ni entrada ni salida; con la mirada puesta más allá, en un árbol seco, en el viento. Las articulaciones que duelen, el cuerpo duro. Sin lugar en el concierto, en el entramado que es la ciudad; una chinche, una pulga entre los hilos que tejen el manto cálido de la comunidad. El pobre. Él solo. Él, un fosa común, un sin destino. Carne de funeral. Funeral sin testigo. Bebida para rematar. Bolivia.

Alcohol puro, como el minero, como en Oruro. Se toma antes de bajar y en el túnel para que no se sienta. Un cigarro con yuma que es más fuerte también, allí, en Huanuni, junto a un tirillo, o a un canelao<sup>130</sup>.

**Rasgos que aporta:** ACCESIBLE – MORTAL.

**Ya derrotado:** *no hay mesas, al costado del carrito cargador, borrachos desperdigados; él recostado, con la cabeza suelta, desmayado, con el brazo extendido a manera de almohada, desolado, arrasado por el alcohol veneno del tirillo.*

---

<sup>130</sup> Un tirillo, agua y alcohol, con añadido de canela. El tirillo se encuentra más asociado al mundo paceño que al cochabambino.

## **CONCLUSIONES**

## **Aportes originales de esta tesis**

Nuestra tesis apuntó a la vinculación de la perspectiva crítica de la comunicación con los estudios antropológicos de los sistemas alimentarios en general y muy en particular con la corriente dedicada a las prácticas culturales de ingesta de bebidas alcohólicas, con la que hemos establecido un diálogo enriquecedor. Beber es un acto social con un amplio significado cultural y comunicacional. Tal y como lo postulamos en nuestros objetivos, la ciudad de Cochabamba del 2002 nos proveyó de las coordenadas materiales y simbólicas para situar las prácticas sociales de beber de los individuos varones jóvenes y adultos. Correlativamente, las bebidas, como elementos plenos de sentido comunicacional, nos ayudaron a entender la ciudad como mundo lleno de significación. El análisis de la manera en que los cochabambinos bebían y de sus bebidas, permite la comprensión de la ciudad y su territorialización simbólica. En ese sentido, logramos realizar una contribución a los estudios de comunicación en su vertiente de indagación de la sociedad y la cultura urbana. El objeto de nuestra tesis, situado en la Cochabamba de 2002, se ubica en un momento anterior al de la gran transformación que sufre el Estado Plurinacional de Bolivia y a la consolidación de las posiciones populares de sujeto vinculadas a la raíz indígena. Esta datación, nos permitió echar una mirada al significado sociocultural de las prácticas de consumo de bebidas alcohólicas, tal y como se articulaban con anterioridad al ascenso de la voz de los sectores populares. Nuestro aporte consiste en la exploración y el análisis de estas prácticas en el último momento en que las voces populares permanecen invisibilizadas bajo la hegemonía político cultural de los sectores privilegiados. A lo largo del trabajo de tesis hemos construido una foto de la ciudad de Cochabamba tal y como aparece bajo el prisma revelador de sus prácticas de consumo de bebidas. Aquello que se nos reveló en el 2002 ha desaparecido, las voces sociales han cambiado y el sentido de las prácticas se ha transformado a partir de la valorización de las raíces tradicionales. Esperamos que nuestro aporte permita comprender algo del proceso de constitución de las identidades populares, en un ámbito como el boliviano en el cual la lucha social se encuentra tan enlazada con la lucha por los valores y prácticas culturales.

### **La forma en que gozan de la bebida se vincula con la autoidentidad cochabambina**

Las comunidades tienen una percepción acerca de sí mismas. Las comunidades, obviamente, no sostienen una “percepción en general” compartida por la totalidad del conjunto de sus habitantes; en nuestra experiencia de trabajo de campo en Cochabamba nos encontramos con muchas representaciones acerca de la Ciudad, de su gente y de sus formas de vivir la vida. Si bien esa percepción cambia según la perspectiva de los grupos y de los individuos, logramos detectar, no obstante, un “espíritu general”, un conjunto de rasgos con los que se ligaban los cochabambinos en 2002. La comunidad sostenía algo en común, un “*patrimonio*”. Se trata de una masa de ángulos dispersos, de motivos y temas. Un repertorio de lugares comunes, de afirmaciones sobre el carácter de los habitantes, de referencias materiales con fuerte valor icónico (una avenida, un monte, una estatua, todo aquello a lo que se ligaría el “alma de la comunidad”). La primera de las apreciaciones en torno a Cochabamba y el alcohol consiste en un seguimiento de lo que la comunidad dice de sí misma. Se trata de una primera masa de representaciones, vinculadas a la forma en que la comunidad se liga a un “ser común”. Al momento de preguntarle al cochabambino cómo es, quién es, surgieron algunos rasgos recurrentes que se manifestaron con regularidad independientemente de su edad o nivel económico social. Estos rasgos tienen una cualidad sintética, nos revelan la manera en que diferentes grupos de cochabambinos llegaban a definir su ciudad. Desde un primer momento Cochabamba se nos reveló como una entidad enlazada al comer y al beber. Pocos objetos culturales tienen la capacidad de representar la forma de ser de una comunidad como las bebidas alcohólicas. La identidad en Cochabamba se anudaba a su forma de gozar la bebida, de reunirse a compartir, a la manera de festejar.

La referencia al goce es central en la construcción de identidad de las comunidades. Se trata de aquello que se denomina conceptualmente como “*La Cosa – Nación*”: la enumeración tautológica de un conjunto de rasgos, de fragmentos inconexos en torno a la manera en que la comunidad se reúne a festejar, la mención de lo que beben y cómo lo hacen, lo que comen y cómo lo comen, en síntesis, su estilo de gozar<sup>131</sup>. Los cochabambinos se perciben a sí mismos como sibaritas y defienden su comida y su bebida frente a sus rivales regionales de La Paz y Santa Cruz de la Sierra. Cochabamba, sostienen, es tierra del buen

---

<sup>131</sup> Tal y como lo postula K. Keoane cuando analiza la identidad de la Cosa – Nación y lo retoma S. Zizek en relación al concepto de goce ligado a la fantasía social.

comer y de la buena bebida. De hecho, la ciudad puede enorgullecerse de ser “el lugar” de Bolivia en que se produce una de las bebidas características para los bolivianos como es la chicha.

### **El espacio social cochabambino se encontraba atravesado por los antagonismos entre el sur tradicional y el norte próspero**

**Las tensiones que atraviesan la ciudad nos permiten trazar un mapa de posiciones de enunciación de sus habitantes. Este mapa de voces presentes en la Cochabamba de 2002, permitió comprender el sentido de las prácticas culturales de consumo de bebidas alcohólicas.**

Cochabamba, tal y como la encontramos en 2002, estaba atravesada por tensiones antagónicas. Nos hallamos ante un clima de sorda tensión, se trataba de un momento en que la voz de los sectores populares no terminaba de configurarse con la potencia que adquirirá en períodos posteriores. Cochabamba aparecía dividida entre dos mundos: norte – sur y entre los mismos se traza una frontera que no se debía cruzar. Dos destinos refractarios con que se inscribe el mapa imposible de la unidad. Estas fijaciones parciales (norte / sur) son una forma de constituir ese objeto imposible que sería “lo social”<sup>132</sup>; un intento por dominar la cadena de la discursividad en sociedades atravesadas por el antagonismo. Esta partición antagónica, resulta muy significativa al momento de considerar el sentido cultural de las prácticas de ingesta de alcohol, en una ciudad dividida por la lucha simbólica entre el “sur popular” y el “norte próspero”. Si bien la identidad cochabambina se recorta contra sus rivales regionales, en contraposición con la mirada externa de los paceños y santacruceños, la tensión interna entre zonas ricas y humildes es aún más significativa, más tangible, para la vida de la comunidad y sus consumos. Norte – Sur es el nombre que encuentra el antagonismo que atraviesa la ciudad de Cochabamba. Esta referencia resultó clave, ya que incidió en nuestro análisis de las bebidas y el sentido sociocultural de las prácticas. Norte próspero y sur popular, he aquí la controversia principal que connota la significación de las bebidas alcohólicas y califica su consumo. La contraposición de la zona sur y la zona norte,

---

<sup>132</sup> Nos referimos a las conceptualizaciones de lo social como objeto imposible y a la noción de la sociedad como una entidad incompleta atravesada por sus límites, tal y como la presenta E. Laclau.

nos permite comprender la lucha de estilos en la que se embarca la ciudad y que incide en la valorización de las bebidas y los espacios en que se bebe.

Tomando en cuenta las tensiones y antagonismos que atraviesan la ciudad de Cochabamba, fue posible construir un mapa ideológico que recoge las diferentes posiciones de enunciación surgidas del análisis del material de los grupos motivacionales y las etnografías. Se trata de un análisis de voces sociales, de entonaciones que diferencian el habla de los distintos sectores. Con el objeto de ordenar y analizar el diálogo social que logramos recoger en nuestra exploración empírica, discriminamos cuatro posiciones, cuatro voces que operarán como lugares de síntesis discursiva, como focos de irradiación de enunciados. A las posiciones de enunciación discriminadas les colocamos las denominaciones de: ligadas a la tradición, conservadoras insertas, adaptativas al mercado e identificadas con el mundo globalizado. Se tratará de “etiquetas” cuya función es la de ordenar los enunciados dispersos, de reunir el babel del habla social. Según las entendemos, estas “voces” operaban como perspectivas desde las cuales se articulaba el habla de los cochabambinos. Cada una de estas “voces sociales” eran perspectivas culturales que nos permitieron comprender el sentido de las prácticas de consumo de bebidas alcohólicas.

### **En Cochabamba convivían tres matrices culturales que daban sentido a las prácticas: la matriz tradicional vinculada a las raíces, la matriz moderna del mercado y la matriz posmoderna**

Para profundizar en la comprensión cultural de las bebidas en el contexto de 2002, nos encontramos con la necesidad de dar lugar a la convivencia de un mundo del mercado moderno de la producción mercantil, de un mundo tradicional que se mantenía en una posición subordinada y a la referencia a un universo cultural marcado por la internacionalización de los modelos culturales juveniles. Para hacer lugar a esta convivencia, postulamos la relación entre tres matrices culturales: la tradicional, la moderna y la posmoderna. Esta herramienta de las matrices, nos permitió avanzar en la comprensión del sentido cultural de las bebidas y analizarlas en un sentido relacional.<sup>133</sup> El esquema de

---

<sup>133</sup> La referencia a esta lógica de matrices es retomada desde la obra S. Zizek quien refiere a su vez a la idea recurrente de F. Jameson de utilizar la tríada tradicionalismo – modernismo – posmodernismo como matriz lógica aplicable también a contenidos históricos particulares. (Jameson, 1991; 2006; Zizek, 2001).



matrices culturales, aportó legibilidad a la manera en que los diferentes grupos sintonizaban con el estilo propio de cada bebida y el mundo cultural en que se insertaban.

### **Las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas se desarrollan en el “aquí y ahora” de una escena comunicacional**

**El alcohol afecta al bebedor en el plano corporal y psico emotivo; el impacto orgánico que genera incide sobre la percepción de sí mismo y del entorno. El sujeto se ubica ante la práctica de ingesta en dos sentidos: imaginario (yo ideal) y simbólico (ideal del yo).**

Hasta este punto nos ocupamos de la ubicación de los cochabambinos en relación al entramado socio cultural, para continuar con la comprensión de las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas debimos situar al sujeto bebedor en el “aquí” y “ahora” de la situación comunicacional<sup>134</sup>. Para ello es necesario abordar la conciencia subjetiva de la situación desde la perspectiva del individuo<sup>135</sup>. Bebemos en compañía del otro, aún el consumo en solitario implica la presencia del otro social interiorizado. Nos ubicamos en la escena comunicacional de ingesta de bebidas alcohólicas como un cuerpo. Situarse en la escena comunicacional como un cuerpo, implica estar disponible ante la mirada del otro con el que se comparte la situación. Considerar al bebedor como un cuerpo situado en la escena comunicacional y afectado por la ingesta de alcohol, nos llevó a plantear una intersección de lo orgánico y lo social<sup>136</sup>. El alcohol afecta al bebedor en el plano corporal y psico emotivo; el impacto orgánico que genera incide sobre la percepción de sí mismo y del entorno.

Para comprender la manera en que el bebedor se ubica ante la situación comunicacional diseñamos un esquema al que denominamos “**circuito primario y secundario**” en la práctica de consumo de bebidas alcohólicas. Este circuito postula dos instancias de análisis

---

<sup>134</sup> Seguimos los postulados de E. Goffman en su conceptualización del cuerpo situado junto a otro en la escena comunicacional (Goffman, 1999)

<sup>135</sup> Esta noción de “conciencia subjetiva de la situación” fue retomada de la obra de P. Bourdieu (Bourdieu, 2004).

<sup>136</sup> Proponemos una lectura social de propiedades orgánicas y una relectura orgánica de propiedades sociales tal como lo postula P. Bourdieu (Bourdieu, 2007).

vinculadas a las nociones de yo ideal y de ideal del yo, tal y como las plantea el psicoanálisis<sup>137</sup>.

En el circuito primario, vinculado con la noción de yo ideal y a la consistencia narcisista imaginaria, analizamos la manera en que el individuo se percibe a sí mismo en el aquí y ahora de la situación. Implica la manera en que el individuo siente o no siente “estar en dominio de la situación” (atraer, seducir, cautivar, soltarse, desinhibirse, abrirse). En la vertiente del circuito primario, la que se vincula con la percepción psico-emotiva de la performance del bebedor en situación, es fundamental la efectividad de la bebida. Con el objeto de analizar el valor de las diferentes bebidas, discriminamos y enfatizamos dos cuestiones: la de la rapidez con la que cada bebida cumple su función embriagante y los efectos posteriores de su ingesta. Estos criterios se retoman al momento de analizar el sistema de las bebidas en Cochabamba como un entramado cultural.

La vertiente del circuito secundario, está relacionada al ideal del yo y a la valorización simbólica. En esta perspectiva, analizamos cuáles son las miradas sociales interiorizadas desde las cuales el individuo se juzga a sí mismo, los ideales con los que se identifica según su sentido de pertenencia (aquellos a los que desean parecerse, aquello de lo que quieren participar). En esta vertiente analítica, se ponen en juego las valorizaciones e identificaciones que promueven las distintas bebidas en el mundo social. Las diferentes bebidas “*sintonizan*” con la imagen del consumidor. El significado circula entre la bebida y el consumidor: dime qué bebes y te diré quién eres; dime quién la bebe y te diré qué es. La bebida en Cochabamba opera como una señal, es altamente indicativa y segmenta a quien la bebe en un espacio social marcado por las diferencias.

**Para comprender el sentido de las bebidas se las debe considerar como parte de un sistema relacional**

**Las bebidas se enlazan en un entramado cultural. Los rasgos principales que se definieron para establecer el sistema de las bebidas fueron: su efectividad embriagante en relación a su precio, su relación a las matrices culturales, su capacidad de representar conjuntos en el territorio de la ciudad y su vigencia estilística.**

---

<sup>137</sup> En particular la relectura realizada por S Zizek de la elaboración del ideal por parte de J.A. Miller (Zizek, 1991).

En esta tesis utilizamos una de las formas de indagación propuesta por la antropología cultural vinculada a las bebidas alcohólicas: la del establecimiento de sistemas de bebidas. Sostenemos que las bebidas deben ser consideradas como parte de un sistema complejo y relacional de comunicación, situado en forma espacial y temporal. Las bebidas se contraponen como un sistema relacional de diferencias. Las distintas bebidas no pueden ser comprendidas de manera aislada, sino que se enlazan como un entramado cultural.

Mientras bebemos asimilamos nudos significantes; las bebidas se encuentran plagadas de sentido y estas significaciones pueden sistematizarse a partir de sus rasgos diferenciales. Nuestra apuesta conceptual constructivista consiste en desnaturalizar la noción misma de “bebida”<sup>138</sup>. Para construir el objeto “bebida” de manera sistemática, se tomaron en cuenta los rasgos vinculados a: la efectividad embriagante, el precio, la capacidad de representar conjuntos en el seno de la comunidad y la relación estilística con las matrices culturales. Este desglose analítico en rasgos permite, a su vez, la contraposición según ejes y dimensiones que fueron analizados de manera cualitativa.

Las cuatro bebidas que consideramos como significativas para constituir el cuadro sistemático de oposiciones dominantes en la Cochabamba de 2002 son: la cerveza, la chicha, el ron y el vodka. Otras bebidas tales como el singani, el “tirillo”, el tequila, el vino y el whisky fueron abordadas al tratar las diferentes prácticas de consumo en que se insertan, pero su significación cultural resultó menos relevante para el grupo social y etario considerado<sup>139</sup>. Para comprender las bebidas en tanto sistema, nos detuvimos en la consideración de las mismas como conjunto diferencial. De la oposición diferencial y sistemática, se desprende la existencia de bebidas que permiten comprender el esquema de identificaciones de los cochabambinos a la luz de la teoría del antagonismo (Laclau, 2004). La cerveza promueve la identificación con lo cochabambino como una unidad, se vincula con el espacio social compartido por la comunidad. Más allá de la unidad, se ubican el vodka y el ron por un lado y la chicha por el otro como representantes del antagonismo que

---

<sup>138</sup> En este sentido coincidimos totalmente con P. Bourdieu en el planteo constructivista que propone tratar los objetos de estudio como conjuntos de rasgos diferenciales.

<sup>139</sup> El tirillo, alcohol puro mezclado con agua, es una opción de los sectores marginales de Cochabamba, pero su consumo es más característico en el ámbito paceño, el whisky tiene poco consumo y el mismo se verifica entre sectores de mayor edad y alto nivel socio económico, las consideraciones realizadas en relación al vodka son relativamente extensibles al tequila en la plano estilístico y representativo y el singani se trata de una bebida con mucho arraigo local, pero con bajo consumo entre los sectores indagados y envejecida en términos estilísticos.

atraviesa Cochabamba. El vodka en particular es un representante arquetípico del norte próspero de la ciudad y de su estilística. La chicha, se presenta como emblema del sur tradicional y es la bebida en que más claramente se pueden leer las tensiones que fracturan el territorio cochabambino.

El sistema de las bebidas, presentaba en 2002 una singularidad: la chicha. El resto de las bebidas de consumo masificado se encontraban cooptadas por la lógica mercantil moderna, y sometidas a las prácticas de intercambio comercial. El mercado moderno con lógica de intercambio dinerario, constituye de por sí un sistema. Por fuera de este mercado de producción industrial, intercambio comercial y producción simbólica e imaginaria de imagen de marcas, se ubica la singularidad de la chicha<sup>140</sup>. El conjunto de las bebidas “del mercado”, se encuentran sometidas a un régimen simbólico propio del sistema de mitificación marcario. La chicha se aparta de este régimen de producción de contenidos simbólicos e imaginarios. La lógica simbólica propia de la chicha, hunde sus raíces en la imaginaria tradicional y se articula con la rememoración de un pasado ancestral perdido en el tiempo, el mundo colonial, y el desarrollo urbano a lo largo de la historia de la ciudad. Por otra parte, la chicha se constituye en un espacio fantasmático en el que se cruzan lo sublime (bebida del Inca, néctar del valle) con lo corporal (fermentación con excrementos, olores propios del mercado colonial).

La construcción de nuestro esquema sistemático de diferencias entre las bebidas y la vinculación del mismo con las matrices culturales moderna (propia del mercado de intercambio dinerario), posmoderna (propia del sistema de producción de imágenes de marcas) y tradicional (vinculada a las raíces), nos proporcionó un andamiaje para comprender la relación de los cochabambinos con sus prácticas concretas de ingesta de bebidas alcohólicas. Nuestra vinculación de las bebidas con el antagonismo, nos permitió comprender la división del territorio en la oposición norte – sur, clave de la lógica cultural y política de Cochabamba.

### **Las prácticas de consumo de bebidas alcohólicas se tornan comprensibles a partir de su ordenamiento en un cuadro de situaciones**

---

<sup>140</sup> En la actualidad la chicha es producida a nivel masivo y bajo el paraguas de marcas comerciales, lo que rompe este espacio de singularidad que la aislaba del mercado moderno.

**La comprensión de las situaciones, su sentido y la manera en que son vividas por los diferentes grupos, fue posible a partir de la recuperación de conceptos desarrollados a lo largo de la tesis. Los desarrollos en torno al circuito primario y secundario nos permitieron comprender los beneficios que aportan las diversas bebidas en diferentes situaciones. La segmentación ideológica de las voces cochabambinas permite comprender el sentido de las bebidas en diferentes contextos y su sintonía con los mismos.**

En nuestra tesis, nos propusimos describir las distintas prácticas de consumo de bebidas alcohólicas y comprender qué comunica cada una de ellas, a la luz de su ubicación en el territorio de la ciudad de Cochabamba en el contexto del año 2002. Esta tarea resultó central al momento de discernir la manera en que las prácticas de ingesta de bebidas alcohólicas se entrelazaban significativamente con la ciudad. En este tramo de nuestra aproximación, nos abocamos a la tipificación de las situaciones concretas de consumo y la manera en que estas eran vividas por los diferentes grupos. En el estudio de las prácticas socioculturales de consumo de las bebidas, es clave determinar los cuadros de ocasiones, los espacios, el tipo de individuos y las bebidas que se localizan en los diferentes contextos<sup>141</sup>. Consideramos que atenerse a interrogantes sencillos y descriptivos resultó productivo y ordenador. En este sentido desplegamos preguntas tales como: ¿con quién se bebe?, ¿en qué situación?, ¿qué bebidas se eligen?, ¿quiénes están incluidos o excluidos de las situaciones?, ¿en qué horarios y días de la semana se bebe? Se trata de interrogantes descriptivos que forman parte del abordaje de las prácticas de consumo de bebidas alcohólicas tal como lo presenta la antropología del beber. Para entender y analizar el cuadro de los contextos en que se bebe y el sentido que cobran las bebidas en dichos contextos, necesitamos recurrir a las conceptualizaciones desarrolladas a todo lo largo de esta tesis. En ese sentido, el análisis de las situaciones concretas de ingesta de bebidas, se articuló con la manera en que las situaciones eran vividas por los diferentes grupos relacionados con las posiciones de enunciación identificadas en el mapa ideológico de Cochabamba 2002. A su vez, se buscó iluminar las prácticas concretas mediante la identificación de los beneficios simbólicos asociados que las diferentes bebidas ofrecen

---

<sup>141</sup> Tal como lo establece el trabajo fundacional de Mary Douglas (Douglas, M. 2003).

según la ocasión de ingesta (circuito secundario) y los beneficios psico emotivos que proveen (circuito primario).

Con el objeto de ordenar nuestras exploraciones empíricas, se configuró un análisis de la espacialidad, mediante la identificación del sistema de sede – trayecto – frontera, que encuadraba territorialmente las prácticas de ingesta de bebidas. A este nivel del trabajo de tesis se procedió a recuperar la dimensión territorial de las prácticas<sup>142</sup>. Los individuos, las comunidades, los grupos, describen trayectorias. Lo humano, puede ser considerado como desplazamiento, como trayecto. En ese sentido, “*segregamos espacio en términos físicos y representativos*”. En consecuencia, nuestra tesis fue un esfuerzo de conexión del espacio de la ciudad con las prácticas de beber en un sentido físico de trayectorias y fronteras; cuyo sentido simbólico y representacional fue rastreado a partir de las significaciones asociadas a las bebidas y al beber. Su dualidad, su constitución territorial como sede de antagonismos que segregaban dos espacios bien definidos, (sur y norte), se reflejaba en las prácticas de convivialidad y de desplazamientos nocturnos. Dime qué bebes y te diré qué espacio habitas, dime qué espacio habitas y te diré que bebes. El territorio y las bebidas consuman su comunión.

### **La bebida y el beber pueden ser traspuestos en imágenes**

#### **La transposición en imágenes y su narración permiten recuperar el contenido vivencial de la práctica de beber alcohólicos.**

Para cerrar el círculo de nuestra aproximación a la territorialización de Cochabamba y su vinculación con las prácticas de consumo alcohólico, realizamos un abordaje narrativo, que nos acercara al sentido vivencial del beber. Esta lectura en situación, fue posible dado el esfuerzo de sistematización realizado en los tramos precedentes. Desde ya, partimos de la asunción conceptual de que las lecturas micro sociológicas o etnográficas, cobran dimensión al enmarcarse en contextos históricos y estructurales. La captación vivencial de las situaciones en que los cochabambinos beben y sus relatos, permite un despliegue de

---

<sup>142</sup> Con el objeto de recuperar esta dimensión territorial de los desplazamientos espaciales y de situar las prácticas en contextos concretos, acudimos a las sistematizaciones de Torsten Hägerstrand, según las reelabora Giddens, en *La constitución de la sociedad* (Giddens, 1982).

imágenes. Por medio de estas imágenes exploramos la constelación de sentido que se plasma en torno a las diferentes bebidas. La imagen queda a medio camino, entre el choque de la sensación y el contorno ideal del concepto<sup>143</sup>. Bajo la denominación de “imágenes materiales” aludimos a ese punto de intuición que se presenta en ocasiones, cuando vemos que la materia conformada, estructurada, en este caso por la comunidad, cobra un sentido cabal. Para ejecutar nuestra última aproximación fue necesario un corrimiento desde lo analítico a lo sensorial y a la recuperación de nuestras experiencias etnográficas. A diferencia de las aproximaciones anteriores, en que se apuntaba a los aspectos más sistemáticos de la práctica de beber y del sentido social de las situaciones, aquí avanzamos desde el concepto hacia la imagen. Las preguntas que nos guiaron en este esfuerzo final fueron: ¿cuál es el sentido que aporta la bebida a la situación vivencial? y a la inversa ¿cuál es el sentido que la situación vivencial aporta a la bebida? Guiados por estos dos hilos conductores construimos un conjunto de imágenes que condensaron el vínculo entre las situaciones en que se bebe, el territorio de la ciudad, el bebedor y su bebida.

## **Epílogo**

**Desatamos el nudo y pasamos a considerar tres dimensiones de manera disyunta: la de la bebida, la de la territorialización de la ciudad y la del antagonismo.**

Nuestra construcción conceptual, que enlazó tres dimensiones: bebidas – territorio – antagonismo, nos permitió visualizar una configuración particular de tensiones históricas, allá por 2002 en el territorio de Cochabamba, Bolivia. Esta ligazón, que implicó el ensamble de conceptos provenientes del campo de la comunicación, la antropología, la sociología, la historia, las ciencias políticas, el psicoanálisis e, incluso, del campo del análisis literario, fue fruto de una decisión estratégica. En gran medida, expresa la enorme heterogeneidad que es propia de los estudios vinculados con el campo comunicacional. Como todo ejercicio reflexivo y conceptual, esta tesis es un postulado, y la vinculación de la bebida – la ciudad de Cochabamba – el antagonismo, fue producto de una construcción orientada a la generación de una condición de visibilidad específica. De hecho, dicha

---

<sup>143</sup> Para elaborar esta noción de “imagen material” seguimos los aportes de Gastón Bachelard (Bachelard, 2014).

relación resultó pertinente en ese contexto de época y en esa geografía. Como cierre, proponemos una lectura individual de cada una de las dimensiones y un esbozo de recuperación de series temporales en torno a las bebidas, en torno al desarrollo urbano de Cochabamba y al antagonismo que atraviesa ese territorio marcado por la dualidad.

### **Las bebidas: esa singularidad, la chicha, captada por el sistema industrial de mercado**

De la mano de Rodríguez Ostría comprendimos el sentido económico y cultural de la chicha<sup>144</sup>. Hablar de Cochabamba y de su desarrollo urbano, es hablar de la chicha y de su contribución impositiva<sup>145</sup>. Chicha el orgullo viviente de Cochabamba. Chicha, la singularidad vergonzante de Cochabamba. Ambas afirmaciones son igualmente ciertas, en una ciudad cuyo comportamiento hacia la chicha ha sido ambiguo y marcado por la ingratitud; una muestra plena de la dualidad de la ciudad y de su territorio. La renta de la chicha ha sido una cuestión relevante para la ciudad; distintos sectores sociales se beneficiaron de ella (Rodríguez y Solares, 1990; Rodríguez, 2011). Hoy, la chicha se envasa en un proceso industrial bajo la marca local Taquiña. En la actualidad, la marca Taquiña, propiedad de CBN, forma parte del conglomerado trans nacional InBev. Esta estructura de propiedad se estableció a través de un largo y complejo proceso de fusiones y absorciones. Dado que la marca pertenece a una corporación global, la renta de la chicha industrializada se canalizará según lógicas propias de esos mercados.

Esto se puede interpretar como una ironía de los procesos históricos, ya que la cerveza desplazó a la chicha como bebida emblemática de la ciudad; ese proceso de sustitución fue parte del espíritu higienista de las elites cochabambinas del siglo XIX como bien lo consignan Rodríguez y Solares y Tórrez<sup>146</sup>. Animados por la búsqueda de alternativas europeizantes, y en consonancia con la fundación de la Cervecería Taquiña, las elites

---

<sup>144</sup> En los trabajos revisados en varios tramos de la tesis (Rodríguez, 1994, 2011; Rodríguez y Solares, 1990). El vínculo del autor con la temática tiene raíces familiares sobre las que reflexiona y que hacen a la constitución bífida de la sociedad. Rodríguez menciona la contraposición entre su madre, proveniente de estratos altos de la oligarquía (definición retomada del autor) y su abuela paterna, una mujer de pollera y con las trenzas que, según su tío había sido dueña de una chichería. Así la territorialidad dual de la ciudad le fue revelada en el seno de las relaciones familiares y en términos de capital cultural. [https://www.youtube.com/watch?v=UkX-zWOAw\\_E](https://www.youtube.com/watch?v=UkX-zWOAw_E) “Semblanza de Rodríguez Ostría” 3 de octubre de 2020.

<sup>145</sup> Su importancia impositiva sigue siendo una cuestión relevante, como ejemplo destacamos la tesis magistral en Gestión Financiera en la USS (Vlajovic, 2018).

<sup>146</sup> (Torrez, 2015; Rodríguez y Solares 1990).



locales se inclinan hacia la cerveza, una bebida que sintoniza con la tendencia a la modernización y el rechazo de los hábitos y la estética de los sectores populares.

“Chicha Taquiña”, un verdadero giro del destino: la marca insignia de cerveza local, se lanza a producir la bebida que desplazó, la bebida que fue marginada y expulsada del casco histórico, aquella que fue penalizada con impuestos que la segregaron del territorio privilegiado de la ciudad. No se trata de que la cerveza no sea una bebida asumida por los cochabambinos, la cerveza forma parte de la emblemática del conjunto<sup>147</sup>; la cerveza forma parte del acervo de Cochabamba y, tal como lo señalamos a lo largo de la tesis, en 2002 operaba como uno de los emblemas de la unidad de la ciudad.

Hoy, la chicha ha sido cooptada por el sistema hiper mitificado de la comunicación global mediática<sup>148</sup>. No hemos tenido la oportunidad de probar la chicha Taquiña, ni de compararla con alguno de los créditos del valle, con las caseras, con “*las verdaderas*”. Tampoco la hemos contrastado contra la Chernobyl, marca ubicada a medio camino entre el saber de las caseras y una producción local combinada con las normas sanitarias vigentes. Tampoco hemos registrado su superioridad o inferioridad respecto de las chichas estiradas y adulteradas que probamos en 2002 en plena ciudad. Lo que sí sabemos, es que la industrialización masiva y la difusión comercial, reordenarán el sistema de las bebidas de manera radical y que nuestros planteos sistemáticos debieran ser revisados y reconfigurados. Nos quedamos con el interrogante acerca del impacto cultural de la industrialización y su relación con el mundo de las chicherías. Más allá de esta tesis se abre un abanico de preguntas: *¿Qué será de la chicha? ¿Cómo será recibida por los habitantes de la ciudad? ¿En qué ámbitos será consumida? ¿Cómo se vinculará con los procesos de identificación de los cochabambinos? ¿Cómo se vinculará con las fronteras sociales y las prácticas a ellas vinculadas? ¿Cómo pensar la chicha industrial y su valoración relacional respecto de otras chichas? ¿Cómo se debería analizar un sistema relacional de bebidas una vez que la chicha es incorporada al sistema mercantil de producción masificada?*

---

<sup>147</sup> La cervecería Taquiña fue fundada en 1895 (Rodríguez, 1995) y se relacionó con las principales familias de la ciudad, tal y como lo testimonia su composición accionaria durante un largo período (Gordillo, 2007).

<sup>148</sup> En un esfuerzo de captación de la esencia tradicional de la bebida, en su comunicación publicitaria, la marca nos informa que cree en “*una sociedad con más oportunidades*”, en “*nuestra gente*”, en “*nuestras costumbres*”. Apela también a la calificación de Cochabamba como “*granero de Bolivia*”, un lugar común fuertemente afianzado en el imaginario de la ciudad. Señala que el maíz, es un patrimonio en riesgo de desaparecer y con él, la chicha. Ante esta situación, Taquiña, asumiendo el rol heroico de salvador, lanza la chicha envasada. Promete, a la vez, la salvación de las variedades locales de maíz, la generación de demanda del cereal y de recursos para las familias vallunas. Permitirá, nos dice “*que nuestra gente siga sembrando el futuro del valle*”. <https://www.youtube.com/watch?v=rHwq6S1xkCI> comercial “Nueva chicha Taquiña” 21 de julio 2020.

*¿Cuál será el impacto en las economías locales? ¿Seguirá siendo objeto de interés para los intelectuales cochabambinos?*

### **El territorio: la ciudad de Cochabamba cada vez más segregada**

Desde sus inicios, esta tesis recogió las certezas de investigadores cochabambinos respecto de la dualidad territorial y su relación con las desigualdades sociales (Ledo, 2002, 2013; Butrón y Veizaga, 2003; Quiroz, 2006; Antequera Durán, 2007; Rocha Torrez, 2010; Manzano, 2011). Esa dislocación urbana se traduce en una segregación espacial y humana, con repercusiones en la distribución de los recursos, la calidad de vida, la posibilidad de imaginar un horizonte vital y la configuración socio simbólica en un mundo cochabambino fracturado. En ese sentido, es de destacar la profundización de la segregación poblacional, un proceso de enorme complejidad, cuyo seguimiento excede los alcances de nuestra tesis. No obstante, queremos señalar algunos procesos estudiados por urbanistas e investigadores sociales cochabambinos, en particular la expansión de los barrios cerrados, la generación de espacios comerciales, de abastecimiento y de entretenimiento en la zona norte y, en contrapunto, la conformación de un núcleo poblacional en la zona del vertedero de K'ara K'ara con un gran déficit estructural (Mamani, 2010).

Los procesos de segregación territorial de los sectores altos y medio altos y su implantación en zonas periféricas de las metrópolis, es un fenómeno estudiado a nivel global y en particular latinoamericano (Svampa, 2001). No obstante, en Cochabamba tuvo un desarrollo tardío en relación a lo acaecido en otras regiones (Cabrera, Escobar, Ugarte, 2019). La redefinición del territorio urbano y la aparición de barrios cerrados, ha sido analizada en trabajos de investigación a los que remitimos (Cabrera *et al*, 2019; Loza Anaya, 2019). El desarrollo de este tipo de emprendimientos, profundiza las tendencias a la segregación poblacional de Cochabamba y disloca en términos culturales y simbólicos a sus habitantes<sup>149</sup>. A decir de un informante clave: muchos jóvenes de esas urbanizaciones “*jamás han atravesado la Heroínas y se sentirían espantados de hacerlo*”<sup>150</sup>. Estos procesos de territorialización cerrada, contribuyen a fomentar el temor y la sensación de

---

<sup>149</sup> Aunque el desarrollo de barrios cerrados en Cochabamba bajo las figuras de urbanizaciones cerradas y/o condominios no alcanzó todavía un nivel comparable con otras ciudades latinoamericanas, es un fenómeno que se multiplica con cierta velocidad, impulsado por un mercado inmobiliario activo además de un imaginario y escenario de miedo latente. En ese marco, las reflexiones pueden dividirse en dos, las manifestaciones de la fragmentación (la dislocación de relaciones y des-solidarización, la autonomía y autarquía) y las características socio-espaciales del enclaustramiento. (Cabrera, Escobar, Ugarte, 2019: 105)

<sup>150</sup> Roger Maldonado entrevista 2021.

inseguridad de los sectores medio altos y altos (Rodríguez, Solares, Zabala, Gonzales, 2009). La sensación de inseguridad y el temor ante los sectores poblacionales con menores recursos, es una constante a nivel latinoamericano. Tal y como lo expresa Rossana Reguillo: sociabilidad, inseguridad y miedos son una trilogía para pensar la ciudad contemporánea (Reguillo, 2008). De acuerdo a estudios de tipo cualitativo, se pone en claro la sensación de temor que generan el territorio del sur y sus habitantes; los jóvenes del sector medio alto de la zona norte llegan a sentir temor al transitar por sectores que antes fueron lugar de confluencia social, tales como el paseo del Prado (Rodríguez y otros, 2008). En contrapunto y merced a complejos fenómenos de migración y conformación de unidades poblacionales en el territorio sur de la ciudad, se han establecido asentamientos cuyas condiciones habitacionales se caracterizan por una precariedad extrema. Cochabamba, en su dualidad, se plasma en espacios contrapuestos: barrios cerrados con creciente implantación de servicios exclusivos, seguridad privada y auto abastecimiento, versus asentamientos precarios sin agua y amenazados por enfermedades.

La transformación de la trama urbana de la ciudad nos abre a varios interrogantes: *¿Cómo evolucionará el espacio urbano? ¿Cómo se dará la relación entre lo público y lo privado? ¿Qué implicará para Cochabamba y sus habitantes este proceso de segregación? ¿Cómo afectará las prácticas de sociabilidad? ¿Cómo podríamos pensar el sistema de sedes – trayectos – fronteras como estructurante de las prácticas de sociabilidad nocturna atravesadas por el alcohol?*

### **El antagonismo: de la pelea fantaseada en el 2002, al choque frontal del 11 de enero de 2007**

Esta tercera serie que proponemos, es clave para la comprensión del sentido de nuestra tesis, ya que aborda la problemática del antagonismo y del control territorial de la ciudad. Cochabamba se convierte en un campo de batalla, sur y norte se enfrentan en las calles, combaten en las plazas; más allá de la batalla simbólica y cultural cuyas huellas se dejaron ver en las prácticas de territorialización de los espacios nocturnos en que los grupos segregados se reunían a disfrutar de sus bebidas; el 11 de enero de 2007 se produce el choque frontal, se desencadena la batalla por definir quién es el verdadero cochabambino y a quién pertenece la ciudad.

**El inicio de nuestra serie.** La guerra del agua es un hito inaugural, la experiencia de tomar la calle, de conquistar el espacio de las plazas, de las arterias y de hacer valer las reivindicaciones ante el atropello institucional privatizador. Fue un evento que cuestionó una imagen estereotipada del cochabambino, que lo caracteriza como apático e individualista; en gran medida, la ciudad en su conjunto se alzó en su reclamo frente a las tarifas descomunales que pretendía imponer el consorcio privatizador “Aguas del Tunari”. Estudios realizados entre jóvenes de diferentes estratos sociales, indican que, en ese período, se produce la confluencia de los cochabambinos en la consecución de una demanda común (Tórrez, 2003a.). Si bien con matices valorativos diferentes según el estrato de pertenencia, entre los jóvenes de sectores populares y sectores altos, se reconocía la importancia de reivindicar los derechos cochabambinos ante el atropello institucional y empresarial<sup>151</sup>. Cochabamba, en gran medida, se unificaba. No obstante, la participación de los diferentes estratos fue disímil y los actores más activos se concentraron en los sectores de menores recursos y, en particular, situados en la zona sur del territorio; en tanto que la valoración de los sucesos por parte de jóvenes de sectores altos estuvo matizada por algún nivel de rechazo ante la irrupción de la violencia en el mundo urbano (Tórrez, 2003a.). Por debajo de ese esbozo de solidaridad, constituido frente a una fuerza agresora externa y corporeizada en la corporación de Aguas del Tunari, se podía detectar una corriente de hostilidad entre los jóvenes del sur y el norte de la ciudad. Cochabamba aparecía en los relatos sobre sus prácticas de esparcimiento nocturno, como un espacio con fronteras marcadas, cuya transgresión implicaba enfrentamientos. Según pudimos indagar, por el 2002, las peleas reales entre jóvenes del sur y del norte no eran tan frecuentes como las relataban los sujetos de ambos bandos. Sin embargo, su presencia fantaseada era muy significativa; eso nos llevó a sostener que *en las noches cochabambinas, sur y norte se enfrentaban en feroz contienda, encarnados en sus paladines fantasmáticos, enarbolando puños de niebla.*

---

<sup>151</sup> Otro indicador importante de la significación de este acontecimiento para los jóvenes es la orientación afectiva que le otorgan a la Guerra del agua. En los tres estratos sociales, los jóvenes mencionaron en primer lugar que el conflicto demostró “la unidad de la gente”; aparentemente, este evento social quedó en el imaginario juvenil como un factor de unión que, de alguna manera, rompió con el estigma de la apatía cochabambina. Este dato se refuerza con el cruce de variables entre lo que demostró este movimiento social y la evaluación de los jóvenes sobre la Guerra del agua, porque se evidencia que los tres estratos valoran tanto la “unidad” ciudadana y el que se hayan hecho “respetar derechos”, como el mismo hecho de la “Guerra del agua”. (Tórrez, 2003a: 66-67).

La constitución de la identidad comunal puede ser conceptualizada como una doble operación: en términos de un límite externo, que diferencia el todo de la comunidad frente a sus vecinos nacionales o regionales, y en términos de límite interno, en un esfuerzo por definir quiénes, al interior de la comunidad, son los “representantes verdaderos” aquellos que tienen la mayor legitimidad para representar el *ser de la comunidad* (Zizek, 1993, 1999). ¿Quién es verdaderamente cochabambino en Cochabamba? Esa es una pregunta que se puede vincular con los sucesos del 11 de enero de 2007<sup>152</sup>. Nos encontramos con una contienda real, con un fuerte despliegue de agresividad en una ciudad caracterizada por su estructuración dual, tanto en el plano de la distribución material como el plano simbólico cultural. Dichos sucesos ponen en juego la dinámica de límites externos e internos que hacen a la configuración de la identidad cochabambina. Según algunos análisis sociológicos, la contienda encuentra sus raíces en dos cuestiones: una cultural y otra política (Mayorga, Moreno, Vargas, 2012)<sup>153</sup>. En el plano cultural, el mundo rural y la periferia de la zona sur de Cochabamba, se contraponía de manera clara al norte urbanizado y próspero. Las huellas de esta segregación de mundos simbólicos, se pudieron vislumbrar en esta tesis como recorte de fronteras. ¿Quién es el verdadero cochabambino? ¿A quién le pertenece el espacio de la ciudad? Algunas de las consignas esgrimidas por contendientes de la zona norte expresan los temores y ansiedades vinculadas a la “invasión” por parte de los sectores rurales: “*Hoy en la plaza, mañana en tu casa*”.<sup>154</sup> Un discurso del miedo circula entre los habitantes del norte de la ciudad, y se difunde en medios de comunicación que se articulan con la defensa de la “*cochabambinidad*” como justificación del despliegue de violencia<sup>155</sup>. En su dimensión política, el conflicto se enlaza con la problemática de las fronteras externas, con la constitución identitaria de Cochabamba y su relación con los pares regionales. La Paz y Santa Cruz se erigen como espacios políticos enfrentados. Cochabamba, siguiendo la tendencia a considerarse “*en el medio*”, (Rodríguez, 1994), se

---

<sup>152</sup> Durante el conflicto hubo de lamentarse muertes en ambos bandos, así como una enorme cantidad de heridos.

<sup>153</sup> *Al analizar la información proveniente de jóvenes cochabambinos, el autor refiere que el espacio social, los lugares y la frontera fueron aspectos que jugaron un rol destacado en el enfrentamiento, como expresión de una ciudad escindida entre un norte pudiente y un sur pobre.* (Mayorga, Moreno, Vargas, 2012: 4)

<sup>154</sup> “NUNCA MÁS!!, Cochabamba 11 de enero 2007”. Estreno 26 de marzo 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=9r2WBTgmUQE>

<sup>155</sup> Durante el conflicto del 11 de enero los elementos articuladores del discurso sobre la seguridad ciudadana -el miedo al migrante, la inseguridad, el fantasma de la invasión a las casas privadas- estuvieron en la superficie de los argumentos esgrimidos por el movimiento urbano y fueron utilizados, reciclados y resignificados tanto por los medios de comunicación como el movimiento de la cochabambinidad, para dar sentido y justificar el despliegue de la violencia. (Espósito Guevara, 2011: 22).

arroga la posición de intervenir en la disputa e influir en la contienda. La falta de reconocimiento de los resultados del referéndum en torno a la autonomía por parte de la Prefectura, es el disparador de las protestas y desencadenan las manifestaciones (Lohman, 2009; Mayorga y otros, 2012). Uno de los sectores de la Cochabamba dual, vinculado al norte de los estratos medio altos y altos, se identifica con la posición de la Media Luna; miran hacia Santa Cruz, hacia el espacio cambia. Otro sector, identificado con el MAS, con La Paz y con la reivindicación de los sectores indígenas, alza la voz y exige el reconocimiento de los resultados. Para comprender el alcance territorial de la contienda en términos simbólicos, remitimos al citado estudio de Mayorga, Moreno y Vargas de 2012, que recoge testimonios, tanto de habitantes del sur, como de habitantes del norte y cuya elocuencia resulta ilustrativa para quien quiera interpretar la dualidad de la ciudad.

### **Cochabamba profundiza su constitución dual y esta encuentra su expresión polarizada**

Hoy, la Resistencia Juvenil Cochala (RJC) condensa las formas más extremas de la segregación racista. Se trata de un grupo cuyo accionar como fuerza de choque parapolicial y responsable de múltiples hechos delictivos, encuentra fundamentos en la defensa de los límites territoriales de la zona norte. Su origen, se remonta a los sucesos de 2007 y prestó asistencia activa al golpe de 2019 (Tórrez, 2020).

Por otra parte, en el sur K'ara K'ara, se constituye en un enclave de resistencia popular. En ocasión del golpe de 2019, se erigió como uno de los territorios más firmes de lucha y sufrió la gasificación de sus pobladores, amenazados por helicópteros que sobrevolaban la zona (Tórrez, 2020). Los bloqueos y su forma de protesta vinculada a la recolección de basura tienen gran visibilidad, y generan trastornos importantes en la cotidianidad cochabambina. K'ara K'ara y RJC, se erigen como dos voces que expresan la polarización y el rechazo mutuo; nos situamos en una Cochabamba agonal.

### **Mujeres de pollera en Cala Cala**

La lucha por la identidad es una lucha territorial. Al comienzo de nuestra tesis rescatamos la idea de Žižek sobre la doble constitución de la identidad de una ciudad, una nación, un territorio. Por un lado, en contraposición a sus vecinos regionales, se define un sistema de

diferencias, así Cochabamba se contrapone al mundo paceño y santa cruceño. Pero esta operación no alcanza a delimitar la identidad del conjunto, queda por identificar quién o quiénes, al interior de la ciudad, pueden arrogarse el derecho a ser percibidos como los “verdaderos cochabambinos”. Norte y sur entran en conflicto, se disputan la propiedad simbólica de las plazas, las calles, las avenidas, los monumentos. No obstante, Cochabamba no se deja reducir a esa disputa, existen demandas transversales que exceden ese gran conflicto territorial que atraviesa el espacio dual de la ciudad. El 17 de enero de 2020, un grupo de la RJC desaloja a mujeres de pollera de la plaza de Cala Cala mediante insultos y petardos. La RJC se apropia de la plazuela, reclama ese territorio como un espacio de su propiedad; dicen ser los guardianes de la identidad cochabambina, de una Cochabamba identificada con el Norte de la ciudad. No obstante, este suceso no se reduce al enfrentamiento norte – sur que atraviesa toda la tesis, sino que pone en escena un conflicto transversal: la demanda feminista. ¿Por qué “verdadero” cochabambino y no “verdadera” cochabambina? Días posteriores al desalojo, el 6 de febrero, se realizó una concentración pacífica en protesta por los acontecimientos y en defensa de la identidad de las mujeres cholas. A decir de la articulación feminista Wañuchun Machocracia Cochabamba, grupo organizador de la manifestación “*todas nacimos con polleras*”. Ese mismo colectivo, convoca 8 / 9 M en un pronunciamiento cuya consigna es “No tenemos miedo, tenemos fuego”. Las demandas del feminismo suman un protagonista más en esta puja por ocupar física y simbólicamente el territorio cochabambino en el que las relaciones de poder y de dominación se despliegan en múltiples dimensiones. Queda por ver cuál será la capacidad de las demandas feministas de competir por el espacio de la ciudad, ya que, no debemos olvidar la ligazón indisociable entre poder, violencia, dominación y territorio.

### **Antagonismo e interrogantes a futuro**

Parafraseando a Tórrez podemos preguntarnos: ¿*Cochabamba un Oasis?* ¿*Cochabamba, ciudad jardín?* Se abren muchos interrogantes que se vinculan, pero exceden a la vez nuestra tesis: ¿*Cuál será el destino de los procesos políticos en un territorio marcado por la polarización de posiciones?* ¿*Cómo se representan el territorio de la ciudad los cochabambinos?* ¿*En qué medida se pueden vincular hoy en Cochabamba, las prácticas culturales con la problemática del antagonismo?* ¿*Qué rol jugarán las tensiones regionales*

*dispersivas en la conformación identitaria de los cochabambinos? ¿Cómo se articularán las demandas sociales, de las naciones originarias, de los trabajadores y del feminismo con el territorio de la ciudad? ¿En qué medida pueden convivir los grupos y compartir sus prácticas cotidianas?*

Como en muchas, sino en todas las ciudades, en Cochabamba no todos comparten con todos; como en muchas, sino en todas las ciudades, las fronteras en Cochabamba atraviesan e invaginan el territorio.



## BIBLIOGRAFÍA

- Antequera Durán, N. (2007). *Territorios urbanos: diversidad cultural, dinámica socioeconómica y procesos de crecimiento urbano en la zona sur de Cochabamba*. 1a. ed. Cochabamba: Centro de Documentación e Información Bolivia. La Paz, Bolivia.
- Antequera Durán, N.Ed. (2008) Ser indígena en la ciudad. *Cuadernos de estudios sociales urbanos Centro de Documentación e Información Bolivia* Número 3 Año 2008: [http://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/iese-umss/20171024033248/pdf\\_1437.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/iese-umss/20171024033248/pdf_1437.pdf)
- Bachelard, G. (2014) *La tierra y las ensoñaciones del reposo*. Fondo de Cultura Económica de España.
- Badiou, A. (2001). *Breve tratado de ontología transitoria*. Gedisa. Barcelona, España.
- Badiou, A. (2008) *Lógicas de los mundos*. Bordes manantial. Buenos Aires, Argentina.
- Berger, J. (2009) *El sentido de la vista*. Alianza Forma. Madrid, España.
- Berger, J. (2014) *Modos de ver*. Gustavo Gili. Barcelona, España.
- Borja, J. Castell, M. (1997) *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Taurus, España.
- Bourdieu, P. (1997) *Razones prácticas*. Anagrama. Barcelona, España.
- Bourdieu, P. (2002) *La distinción*. Taurus, México.
- Bourdieu, P. (2004) *El baile de los solteros*. Editorial Anagrama. Barcelona, España.
- Bourdieu, P. (2007) *El sentido práctico*. Siglo XXI Editores. Buenos Aires, Argentina.
- Bourdieu, P. (ed. or.) (1987). Espacio social y poder simbólico, en *Cosas dichas*. Gedisa. Buenos Aires, Argentina.
- Brandes, S. (2002). Bebida, abstinencia e identidad masculina en la Ciudad de México. *Alteridades*, 12(23),5-18.[fecha de Consulta 29 de Septiembre de 2021]. ISSN: 0188-7017. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74702302>
- Butrón Oporto M. y Veizaga Rosales M.A. (2003) *La Población en el municipio cercado de Cochabamba (diagnóstico Socio-demográfico por distritos)*. Universidad Mayor de San Simón. Centro de Estudios de Población. Cochabamba, Bolivia.
- Cabrera Quispe, JE. (2015) *Fragmentation urbaine à travers les réseaux techniques L'exemple de stratégies locales de gestion de l'eau dans la municipalité de Quillacollo du département de Cochabamba, Bolivie*. Thèse de doctorat présentée par Juan Edson Cabrera Quispe en vue de l'obtention du grade de docteur en art de bâtir et urbanisme Date de dépôt de la thèse:

Février 2015 Promoteur : Jacques TELLER, Professeur, Université de Liège. Texto de la tesis en español.

Cabrera, J. & Escobar, A. & Ugarte, M. (2020). *Cochabamba en fragmentos: un acercamiento al fenómeno de los barrios cerrados (Bolivia)*. 19. 83-108. 10.23881/idupbo.019.2-6e

Cabrera, JE., Escobar, A. & Ugarte, M. (2019). Cochabamba en fragmentos: un acercamiento al fenómeno de los barrios cerrados. *Investigación & Desarrollo*, 19(2), 83-108. Recuperado en 30 de septiembre de 2021, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2518-44312019000200006&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2518-44312019000200006&lng=es&tlng=es).

Castell, M. (2004) *La cuestión urbana*. Siglo XXI. DF, México.

Cielo, C. & Durán, N. (2011). Ciudad Sin Frontera. La Multilocalidad Urbano-Rural En Bolivia. *Eutopía - Revista de Desarrollo Económico Territorial*. 10.17141/eutopia.3.2011.1011.

Comercial, "Nueva chicha Taquiña" 21 de julio 2020  
<https://www.youtube.com/watch?v=rHwq6S1xkCI>

Convocatoria Nacional para Investigadores(as) Jóvenes en Bolivia: "Presente y Futuro de los Jóvenes", & Programa de Investigación Estratégica en Bolivia. (2004). *Jóvenes vs. jóvenes: Tendencias de investigación de la Tercera Convocatoria Nacional para Investigadores(as) Jóvenes en Bolivia: "Presente y Futuro de los Jóvenes"*. La Paz: PIEB, Programa de Investigación Estratégica en Bolivia.

Cucchiara, J. (2009) "*Pubs, Punters, And Pints: Anthropological Reflections On Pub Life In Ireland*". Electronic Theses and Dissertations, 2004-2019. 4024.  
<https://stars.library.ucf.edu/etd/4024/>

de Garine, I. de Garine, V. (2001) *Drinking: anthropological approaches / Igor and Valerie de Garine*. p. cm. -- (The anthropology of food and nutrition; v. 4) ISBN 1-57181-809-X. Berghahn New York-Oxford.

Douglas, M. (2003) *Constructive drinking*. Routledge. London & New York.

Espósito Guevara, C. (2010) El 11 de enero en Cochabamba<sup>1</sup> Apuntes para explicar los significados de la violencia racista. *VILLA LIBRE. Cuadernos de estudios sociales urbanos* Nro. 6:  
[https://cedib.org/wp-content/uploads/2013/05/VL6apuntes\\_para\\_explicar\\_los\\_significados\\_dela\\_violenciaracista.pdf](https://cedib.org/wp-content/uploads/2013/05/VL6apuntes_para_explicar_los_significados_dela_violenciaracista.pdf)

García Linera, A. (2009) *La potencia plebeya. Acción colectiva e identidades indígenas, obreras y populares en Bolivia*. Siglo del hombre / CLACSO. Bogotá, Colombia.

Geertz, C.(1987) *La interpretación de las culturas*. Gedisa. Barcelona, España.

Giddens, A. (1982) *La constitución de la sociedad*. Amorrortu editores. Buenos Aires, Argentina.

- Goffman, E. (1989) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu. Buenos Aires, Argentina.
- Goffman, E. (1991) *El orden de la interacción. Comunicación Los momentos y sus hombres*. Selección de Ives Winkin. Pp: 176. Paidós. Barcelona, España.
- Goffman, E. (2006) *Estigma*. Segunda edición primera reimpresión. Amorrortu. Buenos Aires, Argentina.
- Gordillo, J. y otros. (2005) *Estados de la investigación: Cochabamba*. Fundación PIEB. La Paz, Bolivia.
- Gordillo, J.M., Rivera, P.A., & Sulcata, G.A.E. (2007). *¿Pitaa kaypi kamachiq?: Las estructuras de poder en Cochabamba, 1940-2006*. CESU-UMSS. Cochabamba, Bolivia.
- Guarapitufilms (2014) *Crónicas Chicheras (1): Punata*:  
[https://www.youtube.com/watch?v=wO4\\_7GAlvdk](https://www.youtube.com/watch?v=wO4_7GAlvdk)
- Guarapitufilms (2014) *Crónicas Chicheras (2): Arani*:  
[https://www.youtube.com/watch?v=RPU7CxlC\\_pA](https://www.youtube.com/watch?v=RPU7CxlC_pA)
- Heath, D. (1995) *International handbook on alcohol and culture*. Greenwood Press, Wesport and London.
- Heath, D. (2000) *Drinking occasions. Comparative perspective on alcohol and culture*. Brunner Routledge, New York.
- Hunt, G., & Barker, J. C. (2001). Socio-cultural anthropology and alcohol and drug research: towards a unified theory. *Social science & medicine* (1982), 53(2), 165–188.  
[https://doi.org/10.1016/s0277-9536\(00\)00329-4](https://doi.org/10.1016/s0277-9536(00)00329-4)
- Husserl, E. (2005) *Ideas relativas a una fenomenología pura y a una filosofía fenomenológica*. Fondo de cultura económica, México.
- Instituto Nacional de Estadística -INE (2001) *Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda Departamento de Cochabamba*, publicado 2003, sitio Web: <http://www.ine.gov.bo/>.
- Jameson, F. (1991) *Ensayos sobre posmodernismo*. Ediciones Imago Mundi. Buenos Aires, Argentina.
- Keohane K. (1992) Canadian immigration policy: state strategies and the quest for legitimacy 1992 *Canadian Review of sociology* vol 29. Canadá.
- Komadina Rimassa, J. (2006) la construcción de los saberes. Una lectura crítica de los estados de la investigación social en Cochabamba *T'inkazos. Revista Boliviana de Ciencias Sociales*, núm. 20, junio, 2006, pp. 43-72 Programa de Investigación Estratégica en Bolivia La Paz, Bolivia.

- Kruse, T. (2005) *La Guerra del Agua en Cochabamba, Bolivia: terrenos complejos, convergencias nuevas*. CLACSO. url:  
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20101109025721/5kruse.pdf>
- Lacan, J. (1999) *Seminario 5. Las Formaciones del inconsciente*. Paidós. Buenos Aires, Argentina.
- Lacan, J. (2002) *Escritos I. Siglo XXI*. Buenos Aires, Argentina.
- Lacan, J. (2004) *Seminario 1. Los escritos técnicos de Freud*. Paidós. Buenos Aires, Argentina.
- Lacan, J. (2006) *Seminario 10. La Angustia*. Paidós. Buenos Aires, Argentina.
- Lacan, J. (2015) *Seminario 6. El deseo y su interpretación*. Paidós. Buenos Aires, Argentina.
- Lacan, J. (1990) *Seminario 7. La ética del psicoanálisis*. Paidós. Buenos Aires, Argentina.
- Laclau, E. (2004) *Hegemonía y Estrategia Socialista*. Fondo de Cultura Económica. Argentina.
- Laclau, E. (2005) *La razón populista*. Fondo de Cultura. México, Argentina.
- Laurent, E. (1999) *Las paradojas de la identificación*. EOL Paidós. Buenos Aires, Argentina.
- Ledo García, C. (1992) Problemática urbana y heterogeneidad de la pobreza en la periferia norte y sur occidental de Cochabamba. *Notas de Población* No.58 (Universidad Mayor de San Simón, Cochabamba, Bolivia).
- Ledo García, M. (2002) *Urbanization and poverty in the cities of the national economic corridor in Bolivia*. Delft University Press. Netherlands.
- Ledo García, M. (2013) *El agua nuestra de cada día. Retos e iniciativas de una Cochabamba incluyente y solidaria*. Kipus. Cochabamba, Bolivia.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Capitán Swing Libros. S.L. Madrid.
- Leonarduzzi, V. (2012) *Placeres en movimiento. Cuerpo, música y baile en la escena electrónica*. Aidos / Fundación Walter Benjamin. Buenos Aires, Argentina.
- Levi-Strauss, C. [1958] (1992) *Antropología Estructural*. Paidós. Buenos Aires, Argentina.
- Lohman, M.y Gareca, JL. (2006) ¿Cómo entender los conflictos del 11 de enero? *SOMO SUR*:  
[http://www.somossur.net/documentos/Como\\_entender\\_los\\_conflictos\\_del\\_11\\_de\\_enero.pdf](http://www.somossur.net/documentos/Como_entender_los_conflictos_del_11_de_enero.pdf)
- López Illanes, A. (coord.) Jemio Peralta, R. Chuquimia Vélez, E. (2006) *Jailones. En torno a la identidad de los jóvenes de la elite paceña*. FUNDACION PIEB. La Paz:  
[http://www.pieb.com.bo/2016/BPIEB/BPIEB\\_12\\_44\\_Jailones.pdf](http://www.pieb.com.bo/2016/BPIEB/BPIEB_12_44_Jailones.pdf)
- Loza Ugon, A. Anaya Zubieta, M, 2019. *ESPACIO(S) PÚBLICO(S) recomposiciones y prácticas urbanas en Cochabamba*. Asdi. Cochabamba, Bolivia.

- Mamani, C. (2010) Antecedentes del botadero de basura en K'ara K'ara Cochabamba – Bolivia. Elaborado por: Cristian Mamani Presidente OTB Santa Vera Cruz, Distrito No. 8. *En Todo sobre el agua. Boletín Nro 10*: <https://www.bivica.org/file/view/id/1871>
- Manzano, N. (2015) *El complejo territorial de la región de Cochabamba*. IESE MSS CLACSO, url [http://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/iese-ss/20171024033248/pdf\\_1437.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/iese-ss/20171024033248/pdf_1437.pdf)
- Mariani, R. (Comp). (2008) *Democracia/Estado/Ciudadanía: Hacia un Estado de y para la Democracia en América Latina*. Mirza Editores. Lima, Perú.
- Mayorga F. Moreno D. Gonzalo Vargas V. (2012) *Perder el norte Condiciones Políticas y Sociológicas del 11 de Enero en Cochabamba*. Primera Edición, ISBN: 978-99954-2-526-5 Editores: Ciudadanía, Comunidad De Estudios Sociales Y Acción Pública. Cochabamba – Bolivia: [http://ciudadaniabolivia.org/sites/default/files/archivos\\_articulos/2012%20Perder%20el%20norte.pdf](http://ciudadaniabolivia.org/sites/default/files/archivos_articulos/2012%20Perder%20el%20norte.pdf)
- Mayorga, F. Moreno, D.E. y Y.F. Torrez (2011) *Política e Identidad en Cochabamba*. CESU/UMSS. Cochabamba. Flasco Ecuador: <https://biblio.flascoandes.edu.ec/libros/124392-opac>
- Mazurek, H. (2006) *Espacio y territorio. Instrumentos metodológicos de investigación social: IRD*; Fundación PIEB, 206 p (Serie Metodológica U-PIEB) La Paz, Bolivia.
- Mejía, C. G., Sánchez, P. M., & Quispe, E. A. (2009). *Nudos SURurbanos: Integración y exclusión sociocultural en la zona sur de Cochabamba*. Cochabamba [Bolivia: Gobierno Municipal de Cochabamba.
- Medvedév, P / Bajtín, M. (1993) *Homenaje a Bajtín*. Ediciones Criterios, DF México - La Habana, Cuba.
- Merleau-Ponty, M. (1976) *La estructura del comportamiento*, Hachette S.A. Buenos Aires. Argentina.
- Michaux, H. (1985) *Un bárbaro en Asia*. Hyspamerica. Argentina.
- Michel Zelada, C. (28/03/2008). Equipo explora la relación de los jóvenes y el espacio público. *Periódico digital sobre investigación de Bolivia [PIEB]*. <http://www.pieb.com.bo/nota.php?idn=2496>
- Mollericona Alfaro, D.D. (2017) *Cervcita Tomaremos! El sentido social del consumo de bebidas alcohólicas en la Fraternidad Verdaderos Intocables del Gran Poder 2015-2017*. Tesis de grado para optar el título de licenciatura en Sociología La Paz, Bolivia.
- Nancy J.L. (2014) *Embriaguez*. Universidad de Granada. España
- Navarro De Vargas, CM. (2015) *Etnicidades en los procesos de categorización social e identificación de estudiantes universitarios en Cochabamba, en la coyuntura de la*

*descolonización del Estado Plurinacional de Bolivia. Prom.: Yépez del Castillo, Isabel; Lucchini, Silvia: <http://hdl.handle.net/2078.1/159342>*

“NUNCA MÁS!!, Cochabamba 11 de enero 2007”. Estreno 26 de marzo 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=9r2WBTgmUQE>

Seto, J.A. (2016). El cambio recíproco entre los aymaras. *Revista Ciencia y Cultura*, 20(37), 79-104. Recuperado en 29 de septiembre de 2021, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-33232016000200005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-33232016000200005&lng=es&tlng=es).

Oporto, J. & Sermenio, M. (2014). La transformación del paisaje urbano arquitectónico en Cochabamba, Bolivia. Migración, urbanización e identidad sociocultural. *Minga, año 2, número 3*.  
[https://www.researchgate.net/publication/340438836\\_La\\_transformacion\\_del\\_paisaje\\_urbano\\_arquitectonico\\_en\\_Cochabamba\\_Bolivia\\_Migracion\\_urbanizacion\\_e\\_identidad\\_sociocultural/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/340438836_La_transformacion_del_paisaje_urbano_arquitectonico_en_Cochabamba_Bolivia_Migracion_urbanizacion_e_identidad_sociocultural/citation/download)

Ornelas, R. (2004) *La guerra del gas: 45 días de resistencia y un triunfo popular*. Clasco en Internet. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/chiapas/chiapas16/Ch16ornela.pdf>

Passeron, J-C. (2011) *El razonamiento sociológico*. SXXI, España.

Pecheaux, M. (1978) *Hacia un análisis automático del discurso*. Gredos. Madrid, España.

Piaget J. (1978) *Adaptación vital y psicología de la inteligencia*. Siglo XXI Buenos Aires, Argentina.

Piketty, T. (2004) *El capital en el siglo XXI*. Fondo de cultura económica. México.

Poggi G. (2006) *Dinero y modernidad la filosofía del dinero de Simmel*. Nueva Visión. Buenos Aires, Argentina.

Pronzato, C. (2020) *BOLIVIA, LA GUERRA DEL AGUA*. Documental:  
<https://www.youtube.com/watch?v=-7ZnaY0ateo>

Quiroz Sillo, D. (2016) *Economía de las bebidas alcohólicas en Bolivia*. Tesis de Maestría en Economía de la Universidad Torcuato Di Tella. Buenos Aires, Argentina.  
<https://repositorio.utdt.edu/handle/utdt/2349>

Quiroz, F. (Comp.) (2006) *Apoyo a la gestión de Comités de Agua Potable*. Centro AGUA-UMSS. Cochabamba, Bolivia.

Radio Deseo 103.3. (24 -03- 2021) RJC Resistencia Juvenil Cochala. Un grupo fascista en Cochabamba: <https://www.youtube.com/watch?v=mEF-rEx5TTU>

Reguillo Cruz, R. (1999) *La construcción simbólica de la ciudad*. ITESO, México.

- Restrepo, E.(coord.) (2014) *Stuart Hall desde el sur: legados y apropiaciones*. - 1a ed. E-Book. ISBN 978-987-722-025-4. – CLACSO, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/posgrados/20140821043428/StuartHallDesdeElSur.pdf>
- R-evolución (06 de septiembre de 2020). *Encuentros “CHICHA”, la bebida que perdura en el tiempo, reflexiones sobre su producción, tiempo, rituales, usos y el consumo de bebidas alcohólicas a través de nuestra historia, su influencia socio-cultural y política*. [Publicación de estado] Facebook: <https://www.facebook.com/115188259842072/videos/1380552002133385>
- Rocha Torrez, F.M. (2010) *la zona metropolitana de Cochabamba, Bolivia: crecimiento y expansión urbana precaria*. Tesis. Maestría en Población y Desarrollo. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO México: <http://hdl.handle.net/10469/2811>
- Rodríguez Ostría, G, Solares Serrano, H, & Zabala Canedo, M.L. (2008). Jóvenes, miedo y espacio urbano en Cochabamba. *Tinkazos*, 11(25), 59-79. Recuperado en 29 de septiembre de 2021: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-74512008000200004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-74512008000200004&lng=es&tlng=es).
- Rodríguez Ostría, G. (1994) *Élites, mercado y cuestión regional en Bolivia (Cochabamba)* Serie Tesis. Primera edición. FLACSO, Sede Ecuador. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/44344.pdf>
- Rodríguez Ostría, G. (1995) *El lugar del canto: historia de Cervecería Taquiña. S.A., 1892-1995. Cervecería Taquiña*. Cochabamba-Bolivia: <https://archive.org/details/1995-rodriguez-ostria-g-el-lugar-del-canto-taquina>
- Rodríguez Ostría, H. (2011) *Maíz, chicha y modernidad: telones y entretelones del desarrollo urbano de Cochabamba (siglos XIX y XX)*. Santa Cruz de la Sierra: Editorial El País; Bolivia: <https://bit.ly/33f3Rke>
- Rodríguez, O. G., & Solares, S.H. (1990). *Sociedad oligárquica, chicha y cultura popular: Ensayo histórico sobre la identidad regional*. Editorial Serrano. Cochabamba, Bolivia.
- Rodríguez, O. G., Solares, S. H., Zabala, M. L., & Gonzales, S. E. S. (2009). *Vivir divididos: Fragmentación urbana y segmentación social en Cochabamba*. Cochabamba [Bolivia: Gobierno Municipal de Cochabamba.
- Rodriguez, O. Entrevista en Memorias que perduran (3 de octubre de 2020) Semblante de Rodriguez Ostría. [https://www.youtube.com/watch?v=UkX-zWOAw\\_E](https://www.youtube.com/watch?v=UkX-zWOAw_E)
- Saavedra, L (2011) Grupo Willka: Identidad política y disidencia estética en el espacio público cochabambino (1999-2009).Pp. 75 *VILLA LIBRE. Cuaderno de estudios sociales urbanos. Nro 7.* : <https://cedib.org/wp-content/uploads/2012/02/VILLALIBRE-71.pdf>
- Saignes, T. (Ed.) 1993. *Borrachera y memoria: La experiencia de lo sagrado en los Andes*. Lima: Institut français d'études andines. doi:10.4000/books.ifea.6977

- Salazar Ortuño, F. (2011) *Movimientos sociales en torno al agua en Bolivia: privatización e insurrección social en la guerra del agua en Cochabamba*:  
[http://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/iese-umss/20171024050403/pdf\\_78.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/iese-umss/20171024050403/pdf_78.pdf)
- Salvador Hernández, P.P. (2012) La peregrinación de la virgen de Urkupiña: análisis desde la antropología de la salud y la enfermedad. *Diálogo Andino - Revista de Historia, Geografía y Cultura Andina*, (39),23-38. [fecha de Consulta 29 de Septiembre de 2021]. ISSN: 0716-2278. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=371336249004>
- Sassen, S. (2011) *Ciudad globalizada*. OLACCHI, Quito Ecuador.
- Scribano, A. Magallanes, G., Boito, M.E. (2012) *La fiesta y la vida*. Ciccus Ediciones, Buenos Aires, Argentina.
- Simmel, G. (2013) *Filosofía del dinero*. Capitán Swing. Madrid, España.
- Sloterdijk, P. (2006) *Esferas*. Tomo III. Siruela. Madrid, España.
- Stefanoni, P. (2002) *El nacionalismo indígena como identidad política: La emergencia del MAS-IPSP (1995-2003)*.url:  
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/2002/mov/stefanoni.pdf>
- Svampa, M (2001) *Los que ganaron. La vida en los countries y barrios privados*. Editorial Biblos, Buenos Aires, Argentina.
- Svampa, M y Stefanoni, P (Comp.) (2007) *Memoria insurgencia y movimientos sociales. Bolivia*. CLACSO Libros. Buenos Aires, Argentina.
- Tórrez, Y. de Celis, R. Tórrez N. Álvarez Rojas, JP. Quiñónez Bustamante, V. (2003a) *Los jóvenes en democracia: la cultura política de la juventud cochabambina*. FUNDACIÓN PIEB, La Paz, Bolivia.
- Tórrez, Y. de Celis, y otros (2003b) *Los jóvenes en la democracia boliviana*. FUNDEMOS OPINIONES Y ANÁLISIS, La Paz, Bolivia.
- Tórrez, Y.F (2004) *Jóvenes vs jóvenes. Temas de investigación de la Tercera Convocatoria Nacional*. PIEB. La Paz, Bolivia.
- Tórrez, Y.F. (2013) Una mirada a los estudios del PIEB. Jóvenes: sujetos y objetos de investigación. *T'inkazos. Revista Boliviana de Ciencias Sociales*, núm. 33, pp. 113-128 Programa de Investigación Estratégica en Bolivia La Paz, Bolivia.
- Tórrez, Y.F. (2015) Cochabamba, un oasis?: ¿COCHABAMBA, UN OASIS? Por Yuri F. Tórrez – *HURGANDO EL AVISPERO* (wordpress.com)
- Tórrez, Y.F. (2016) *La plaza 14 de septiembre y la mentalidad segregacionista e higienista de la élite en el siglo XIX*: <https://hurgandoelavispero1.wordpress.com/2016/01/30/la-plaza-14-de-septiembre-y-la-mentalidad-segregacionista-e-higienista-de-la-elite-en-el-siglo-xix-por-yuri-f-torrez-2/>



- Tórrez, Y.F. (2020) Resistencia juvenil Cochabamba: Grupo parapolicial del gobierno transitorio. <https://hurgandoelavispero1.wordpress.com/2020/07/04/resistencia-juvenil-cochabamba-ric-grupo-parapolicial-del-gobierno-transitorio-por-yuri-f-torrez/>
- Tórrez, Y.F. (2020) *Kara Kara o la cara del estigma*: <https://hurgandoelavispero1.wordpress.com/2020/07/07/kara-kara-o-la-cara-del-estigma-por-yuri-f-torrez>
- Universidad Privada Boliviana-UPB (2020) *Cochabamba en fragmentos: Un acercamiento al fenómeno de los barrios cerrados*. Expositor: Juan Cabrera, Ph.D. - Director CIAU, UPB: <https://www.youtube.com/watch?v=yEUT8v6UKos>
- Vargas Borda, J.R. (2007) *Caracterización socioeconómica y cultural de los consumidores de chicha tradicional y cambios de hábitos de consumo en la población urbana y rural del departamento de Cochabamba. Los casos de Punata, Independencia y la ciudad de Cochabamba*. Tesis. Universidad Mayor de San Simón Facultad de Ciencias Agrícolas y Pecuarias Dr. "Martín Cardenas": <http://hdl.handle.net/123456789/1028>
- Vealba (2021) *La Zona Sur, la otra cara de Cochabamba que nadie quiere contar*: <https://www.youtube.com/watch?v=wzmUQJHaCvI>
- Veblen T. (2002) *Teoría de la clase ociosa*. Fondo de Cultura. España
- Viscarra, V.H. (2002) *Borracho estaba, pero me acuerdo. Memorias de Víctor Hugo*. La Paz, Bolivia.
- Vlahovic' León, N.O (2018) *Importancia fiscal del sector chichero para la tributación en el gobierno autónomo municipal de Cochabamba*. Tutor: Mgr. Marcela Torrico Caballero. Posgrado San Simón, Gestión Financiera. Noviembre, 2018 Cochabamba, Bolivia.
- Wilson, T.M. (2005) *Drinking Cultures*. First published by Berg Editorial offices: 1st Floor, Angel Court, 81 St Clements Street, Oxford OX4 1AW, UK 175 Fifth Avenue, New York, NY 10010, USA.
- Zegada, M. (2011) *La democracia desde los márgenes: Transformaciones en el campo político boliviano*. CLACSO. Manuela del Diablo. La Paz, Bolivia.
- Zizek S. (1999) *El acoso de las fantasías*. SXXI. Madrid, España.
- Zizek S. (2001) *El espinoso sujeto*. SXXI. Buenos Aires, Argentina.
- Zizek, S. (1992) *El sublime objeto de la ideología*. Madrid, España.
- Zizek, S. (1993) *Tarrying with the negative*. Duke University Press, Durham.
- Zizek, S. (1998) *Porque no saben lo que hacen*. Paidós. Buenos Aires, Argentina.