



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO

**FACULTAD DE FILOSOFÍA
MAESTRÍA EN ESTUDIOS ANTROPOLÓGICOS EN SOCIEDADES
CONTEMPORÁNEAS**

REPRODUCCIÓN SOCIAL Y CULTURA EN TORNO AL CONSUMO DEL ALCOHOL. EL CASO DE UNA CANTINA TRADICIONAL EN LA CIUDAD DE QUERÉTARO

TESIS

Que para obtener el Grado de

Maestro en Estudios Antropológicos en Sociedades Contemporáneas

PRESENTA

Emiliano Cervantes González

DIRECTOR DE TESIS

Dra. Marja Teresita González Juárez

Querétaro, Qro. Octubre 2018



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO
Facultad de Filosofía
Maestría en Estudios Antropológicos en Sociedades Contemporáneas

REPRODUCCIÓN SOCIAL Y CULTURA EN TORNO AL CONSUMO DEL
ALCOHOL. EL CASO DE UNA CANTINA TRADICIONAL EN LA CIUDAD
DE QUERÉTARO

Tesis

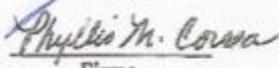
que para obtener el Grado de
Maestro en Estudios Antropológicos en Sociedades Contemporáneas

Presenta
Emiliano Cervantes González

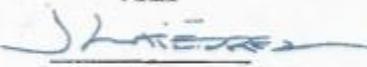
Dra. María Teresita González Juárez
Presidente


Firma

Dra. Phyllis McFarland Correa
Secretario


Firma

Dr. Juan José Gutiérrez Álvarez
Vocal


Firma

Dr. Gaspar Real Cabello
Suplente


Firma

Mtro. José de Jesús Fernández Malvárez
Suplente


Firma


Dra. Ma. Margarita Espinosa Blas
Directora de la Facultad


Dra. Ma. Guadalupe Flavia Loarca Piña
Directora de Investigación y Posgrado

Centro Universitario Querétaro, Qro.
Octubre
2018

RESUMEN

Esta investigación analiza las formas de reproducción social que se dan en torno a la cultura del consumo del alcohol, tomando como caso una cantina tradicional que opera de manera familiar; las condiciones y estrategias en que los propietarios de las cantinas han enfrentado las situaciones y cambios que afectan la continuidad de estas empresas familiares. En particular se identifican las relaciones socio-culturales y las transformaciones del entorno inmediato; así mismo, tratamos de dar cuenta del tipo de tensiones que surgen en el ejercicio cotidiano del trabajo.

Palabras clave: *Reproducción social, Cultura del consumo del alcohol, Cantina tradicional, Empresa Familiar, estrategias productivas, transformación socio-cultural.*

SUMMARY

This research analyzes the forms of social reproduction that take place around the culture of alcohol consumption, taking as a case a traditional canteen that operates in a familiar way; the conditions and strategies in which the owners of the canteens have faced situations and changes that affect the continuity of these family businesses. In particular, socio-cultural relationships and transformations of the immediate environment are identified; likewise, we try to account for the kind of tensions that arise in the daily exercise of work.

Key words: *Social reproduction, Culture of alcohol consumption, Traditional canteen, Family business, productive strategies, socio-cultural transformation.*

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre Elizabeth González Castañeda, quien, pese a su estado de salud, me orientaba a seguir adelante en mi formación académica y cuyo impulso retomé en una segunda etapa ya con su ausencia. A mi padre Julio César María Cervantes Carmona, que de manera entusiasta estuvo acompañándome hasta la conclusión de los créditos que me permiten llegar a este momento.

Así pues, a mis amados padres que en paz descansan y que confiaban en mí plenamente dedico este esfuerzo.

A mi amada esposa Jessica Moreno, que tanto me jalaba las orejas; y a nuestros pequeños hijos Valeria y Axel Emiliano, que con su alegría e inocencia me transmitieron la energía suficiente para mirar el futuro con esperanza.

A todos ellos dedico la feliz conclusión de esta tesis de maestría.

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación ha sido parte de un gran esfuerzo personal y de un gran apoyo y guía de parte de mi familia, mi directora Marja, mis lectores: la Dra. Phyllis Correa, Dr. Gaspar Real, Dr. Juan José Gutiérrez y al Mtro. Jesús Fernández, así como de todos mis amigos.

Quiero agradecer a la Facultad de Filosofía, a sus coordinadores y administrativos, el haberme dado la oportunidad de cursar esta maestría. A mis maestros que con sus consejos invaluable y paciencia, sobre todo, abonaron a que yo llevara a buen término la investigación.

Agradezco nuevamente a mi familia, también a mis amigos Rogelio, Toño, Joel y Quetza por sus bromas y su interés objetivo del presente trabajo. Por último quiero agradecer a mis compañeros de generación Daniel, Gema y Yuleni por su apoyo motivacional y buena vibra.

De manera particular agradezco a mis informantes, la familia Uribe Pichardo quienes me abrieron la puerta de Don Amado, compartiendo sus vidas y su historia.

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	9
Justificación.....	11
CAP. I MARCO TEÓRICO	21
1.1 Reproducción socio-cultural y funciones en torno al consumo del alcohol	23
1.2 Función biológica	28
1.3. Función social.....	30
1.4 Función Política	32
1.5 Función Simbólica	33
1.5.1 Tradición e identidad	35
1.5.2 Discutir la tradición	36
1.6 Función económica.....	39
1.6.1 Empresa familiar.....	39
1.6.2 Empresa familiar y el trabajo.....	42
1.6.3. Estrategias en la empresa familiar	43
CAP II. MARCO CONTEXTUAL	46
2.1 Orígenes del consumo del alcohol.....	46
2.2 Bebidas en México	48
2.2.1. Pulque	48
2.2.2. Tequila	51
2.2.3. Mezcal	53
2.2.4. Bacanora	54
2.2.5. Sotol.....	55
2.3. La fiesta de San Miguel, Tolimán, un ejemplo del uso cultural del alcohol ...	56
2.4. ¿Qué es una cantina tradicional?	59
CAPITULO III. LAS CANTINAS Y PULQUERIAS EN QUERETARO	62
3.1 Breve historia de la actividad comercial.....	63
3.2 Cómo eran las cantinas	66
3.3 Qué se consumía y cuáles eran los centro recreativos	76
CAPITULO IV. LA CANTINA DE DON AMADO	79
4.1 Descripción etnográfica. De cómo es hoy la Cantina.....	81
4.2 Historia de la familia Uribe Pichardo	84
4.3 La historia familiar de Don Amado	89
4.4 Los cuatro periodos de la cantina	94
4.4.1. Los inicios o ¿Cómo incursiona Amado en la venta de alcohol?	95

4.4.2. Cervecería la Abejita	95
4.4.3. Cantina <i>La Vida es Así</i> en la calle Felipe Luna	96
4.4.4. Cantina <i>La Vida es Así</i> en la calle Gutiérrez Nájera.....	98
4.4.5. Cantina Tradicional Don Amado.....	101
4.5 La función social-cultural o ¿a qué van los parroquianos?	103
4.5.1. Por tipo de consumo	104
4.5.2. Por motivación.....	104
4.5.3. Por tipo de parroquiano	106
4.5.4. ANECDOTARIO Y VIDA COTIDIANA EN LA CANTINA.....	109
4.6. Cómo se ha construido la tradición en Don Amado	113
4.7. Permanencia como empresa familiar	116
4.7.1 Estrategias de permanencia y de reproducción.....	117
ANÁLISIS Y CONCLUSIONES.....	121
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	124
INFORMANTES	129
ANEXOS	130
GENEALOGÍAS	130
FOTOGRAFÍAS.....	134

INTRODUCCIÓN

*Cantintero que todo lo sabes:
he venido a pedirte un consejo;
Pero quiero que tu no me engañes,
no me digas que no eres parejo
Ya tomé mil botellas contigo,
y me has dicho las cosas más crueles.
No me digas que no soy tu amigo,
y confiesa también que la quieres*
El Cantintero
José Alfredo Jiménez

El presente documento es el resultado de una investigación realizada entre los años del 2016 a 2018 en la ciudad de Querétaro y se presenta como parte de los requisitos para obtener el grado de Maestría en Estudios Antropológicos en Sociedades Contemporáneas.

Este trabajo presenta un acercamiento a la cultura en torno al consumo del alcohol al interior de una cantina tradicional en la Ciudad de Querétaro, como un espacio complejo de reproducción social, así como las condiciones y estrategias que los propietarios han enfrentado en las situaciones y cambios que afectan la continuidad de esta empresa.

Para contextualizar se identificaron las relaciones socio-culturales y las transformaciones del entorno inmediato dentro de las cuales se llevan a cabo los procesos estudiados; ubicación de la cantina, costo de insumos, gastos de operación, impuestos, la competencia ante el surgimiento de otros bares y mantenimiento del local y mobiliario. Esto es, las resistencias, conflictos y negociaciones a las que se enfrentó la familia propietaria de la cantina que fue objeto de estudio, la cual es identificada como tradicional y que se ubica en la ciudad de Querétaro.

Así mismo, tratamos de dar cuenta del tipo de tensiones que surgen en el ejercicio cotidiano del trabajo. Estas situaciones están presentes desde las formas y mecanismos de comercialización que sirve para atraer a nueva clientela; el costo de las bebidas, la botana, la atención al cliente, la disposición y uso del espacio físico.

En resumen, los aspectos considerados fueron el identificar y analizar los conflictos y tensiones que se suscitaron en la organización de la empresa familiar y las estrategias de mercado, en un espacio considerado como cantina tradicional en torno al consumo del alcohol, para así poder definir los patrones culturales que se llevan a cabo en su interior, así como las estrategias llevadas a cabo en la reproducción de los mismos, entendidos como consumo cultural de un espacio social caracterizado como tradicional.

La investigación inició en el año 2006 con un primer acercamiento al mundo del consumo del alcohol en las cantinas del barrio del Tepetate, con el objetivo de rescatar la memoria colectiva del barrio a través de las cantinas como parte de otro objetivo de investigación.

Una segunda temporada se realiza entre el 2016 y 2018, la cual se centra en una cantina tradicional del centro histórico de la ciudad de Querétaro, la cual fue elegida, en un primer momento, por el interés que me generaba la manera en que las cantinas tradicionales se mantenían y se constituían como centros depositarios de historias y de la memoria colectiva de un barrio tradicional en la ciudad. Posteriormente como estudiante de Maestría, el problema se complejizó al entender que estos espacios son también formas de trabajo y sustento con formas de organización particular, lo cual me invitó a buscar la manera de integrar estos dos cuestionamientos en una sola investigación.

El trabajar en estos espacios constituyó en mi formación un avance significativo al enfrentar problemáticas metodológicas, éticas y de interpretación, particulares para este tipo de objetos de investigación, ya que se enmarca en complejidades marcadas por la propia naturaleza de las cantinas y el consumo del alcohol, puesto que existe un estigma construido a partir de la subjetividad en relación a la información obtenida, la cual puede ser considerada como poco objetiva.

En la parte teórica, se encontró que existe una bibliografía limitada para el tratamiento cultural de las cantinas, ya que el consumo del alcohol se centra en la adicción o como problema social, y aquellos trabajos encontrados acerca

de establecimientos que venden alcohol con perspectiva sociocultural giran en torno a aspectos meramente históricos.

Justificación

Las cantinas son espacios de reproducción social y cultural que giran en torno al consumo del alcohol, generando identidades y tradiciones específicas para cada tiempo y lugar. Dicho lo anterior, se considera que pueden ser espacios para la observación antropológica ya que son lugares de interacción social, de encuentro o de esparcimiento.

Esta investigación se enmarca en los estudios de la antropología sociocultural, dentro del área de la antropología del trabajo y se analiza bajo una perspectiva estructural funcionalista ya que se considera que con esta vertiente de análisis se puede vincular la organización familiar, así como la función social que cubre y la justificación de los cambios en su desempeño y con la intencionalidad de los clientes al asistir a la cantina.

Este trabajo forma parte de los requisitos para obtener el grado de Maestro en estudios antropológicos en sociedades contemporáneas y como producto de un interés personal de abordar la temática de la cultura entorno del consumo del alcohol desde una perspectiva sociocultural lo que representa un gran reto puesto que los estudios relacionados al consumo del alcohol lo abordan desde una perspectiva de la antropología de la salud.

Por estar este trabajo inscrito dentro del área de la Antropología del trabajo, se aborda el caso como una empresa familiar; se discuten aspectos relacionados con fenómenos laborales tales como, la organización familiar y empresarial, estrategias y cambios a lo largo de varias generaciones, lo que permite explicar situaciones específicas de las personas que forman parte de la organización y los diferentes roles que desempeñan en alguna actividad productiva.

Otra dimensión a abordada es la cantina como espacio social, por lo que se realizó una búsqueda y análisis de las funciones económicas, políticas, sociales y simbólicas, que cumple la cantina y del mismo modo se considera a como depositaria de identidad, por tanto como espacio de reproducción social.

Este trabajo pretende contribuir a la sociedad del conocimiento abonando en el estudio antropológico en torno al consumo del alcohol y de las cantinas, resaltando la importancia de ver estos lugares como espacios complejos que pueden ser analizados a través de un estudio de caso. A lo largo de la investigación se encontró muy poca producción científica en el área de la antropología o la sociología en relación a una cantina; los trabajos encontrados se refieren a etnografías de salones de baile o la historias de cantinas y lugares de comercialización de bebidas, por lo que se considera que lo significativo de este estudio es mostrar que es posible explicar los aspectos socioculturales particulares de una sociedad a partir de la investigación en una cantina haciendo uso del método científico.

De manera personal, este trabajo definió mi formación antropológica al abordar un tema complejo bajo líneas específicas y con categorías múltiples que complejizaron la búsqueda de datos y su interpretación, así como estrategias metodológicas en el acercamiento al objeto de estudio.

Cabe mencionar que el abordaje de este tipo de problemáticas conlleva algunas dificultades específicas para estos espacios, donde la formalidad y la informalidad, lo objetivo y subjetivo, se realiza bajo reglas estrictas de comportamiento en un espacio en donde el imaginario y la subjetividad están por encima del dato duro.

Obtener información fidedigna requirió más tiempo de lo esperado, además la interacción del investigador se ha llegado a ver comprometida por el consumo de alcohol de los sujetos de estudio (clientes) que forman parte de ese lugar. La Estructura del trabajo se presenta de la siguiente manera:

En el capítulo uno se presenta el marco teórico y la revisión del estado de la cuestión de las investigaciones relacionadas con el tema así como las discusiones que se han realizado en torno a las categorías centrales que operan en el tema de investigación: *reproducción social y las funciones culturales que se construyen en torno al consumo del alcohol*, se discute también las características y problemáticas que se generan en la operación de una *empresa familiar* así como las características particulares del caso al tratarse de una *cantina tradicional*.

En el capítulo dos se exponen los contextos en los que se da el fenómeno sociocultural investigado, en el que se hace referencia a la historia del consumo del alcohol. Se hace referencia al consumo de bebidas embriagantes dentro de la cultura mexicana, para cerrar el capítulo con el recuento histórico de la presencia de las cantinas y pulquerías en nuestra cultura.

En el capítulo tres, se aborda la historia y presencia de cantinas y pulquerías en Querétaro a través de 60 años. Esta construcción se hace desde los testimonios y memoria oral de los informantes que participaron a lo largo de la investigación, con la finalidad de observar las situaciones del contexto socio cultural de las cantinas de la ciudad así como el proceso de transformación de la misma, a manera de reflejo de los cambios de la ciudad.

El capítulo cuatro se centra en el estudio de caso: la cantina de don Amado. Se presentan los datos etnográficos, la historia de la cantina y de sus actores, su momento actual, la organización familiar, los diferentes cambios que ha sufrido a lo largo de cuatro generaciones, las estrategias de adaptación, para finalmente presentar la descripción etnográfica de las funciones socioculturales que se identificaron en este espacio.

En el capítulo cinco, se hacen las anotaciones finales, el análisis de la información y conclusiones, así como propuesta de intervención.

Acercamiento metodológico

*Mesa, permíteme que siga en ti,
Bebiendo para emborrachar
la pena que en juicio me asesina,
mesa de cantina que me ves llorar*

**Mesa de Cantina,
Vicente Fernández**

En esta investigación, por ser de corte antropológico, tiene fundamento en el trabajo etnográfico y en la aproximación a la realidad observada de manera presencial mediante temporadas de campo, donde se construye una *mirada activa*. El investigador tiene que *estar ahí* como desde la antropología clásica nos enseñó Malinowski, para poder comprender la realidad de los sujetos desde su propia experiencia, en contextos naturales a través de la observación; participando en sus actividades y al involucrarnos en la cotidianidad.

Otro elemento fundamental en el trabajo antropológico es la construcción de lazos de confianza (Rapport), lo que permite tener acceso a la cantina como observador, logrando la disposición de los informantes que brindaran información.

Para este fin, se recurrió al método etnográfico en dos periodos de investigación: el primero en junio-julio del 2017 y el segundo periodo en diciembre-enero del 2017-2018, en donde se aplicaron diferentes técnicas como las entrevistas a profundidad, historias de vida, trayectorias laborales, genealogías, desde donde se logró la recolección de datos empíricos de carácter cualitativo y se construyó una etnografía.

Al inicio de la investigación se consideraron tres cantinas tradicionales como objeto de estudio, sin embargo, se decidió optar por un caso que fuera representativo de las tres para poder profundizar en el caso. El primer acercamiento con los otros dos casos sirvió para buscar una línea comparativa que permitió la reconstrucción del contexto local de las cantinas tradicionales, analizar la evolución de las mismas en diferentes contextos sociales y generar

una mayor certeza en relación a las conclusiones de lo que es una cantina tradicional queretana, viéndola también como empresa familiar cuyo funcionamiento gira en torno a la cultura del consumo del alcohol.

El marco metodológico bajo el cual operó este trabajo de investigación, partió de los primeros acercamientos que se realizaron durante un primer proyecto en torno a las cantinas en un barrio tradicional de donde surgieron nuevos cuestionamientos que, a su vez, formularon el objetivo general y el objetivo particular del presente trabajo. A continuación se muestran esos puntos para después entrar a las definiciones de la metodología utilizada.

Preguntas de investigación

La investigación parte de las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son los elementos principales de la historia y cultura en torno al consumo del alcohol?
2. ¿Cuáles son las necesidades y qué función social cumplen en la actualidad las cantinas?
3. ¿Cuáles son las características que debe tener una cantina para ser considerada un espacio tradicional?
4. ¿Cuáles han sido los principales cambios en relación al consumo del alcohol y las manifestaciones socioculturales que se perciben en estos espacios en los últimos cuarenta años?
5. ¿Cuáles han sido las estrategias que como propietarios han tenido que aplicar para adaptarse a las necesidades actuales en torno a la función de las cantinas?
6. ¿En qué momento se convirtieron en tradicionales y empezaron a utilizar este concepto para fines mercantiles?

Los anteriores cuestionamientos nos llevan a establecer los objetivos que darán guía a esta investigación:

Objetivo general.

Investigar las diferentes funciones socioculturales que se llevan a cabo dentro de las cantinas tradicionales y en torno al consumo del alcohol, y cuáles son las problemáticas a las que se enfrentan los propietarios como empresa familiar, para preservar y promover dichas funciones como estrategia de sobrevivencia empresarial.

Objetivos particulares

1. Conocer la historia de las cantinas tradicionales en la ciudad de Querétaro y las diferentes funciones socioculturales que se llevan a cabo al interior.
2. Conocer los elementos para que estas cantinas fueran consideradas tradicionales.
3. Definir las características de las empresas familiares que operan en el rubro de la venta del alcohol en una cantina tradicional.
4. Identificar las estrategias de mercado que llevan a cabo las cantinas tradicionales para seguir siendo vigentes.
5. Determinar cómo estas empresas familiares se organizan y qué problemas surgen al desarrollar estrategias que les permitan seguir siendo competitivas.

Como ya se mencionó, las preguntas que guiaron el siguiente trabajo estuvieron enmarcadas en tres categorías que fueron: *reproducción social, Cultura en torno al consumo del alcohol, empresa familiar, tradición e identidad.*

Metodología utilizada

Para responder a las preguntas, se buscó un acercamiento con cantinas tradicionales, utilizando el método etnográfico para consolidar el diálogo con los actores que manejan y con quienes acudían a estos espacios de esparcimiento y venta de bebidas alcohólicas, así mismo, se buscó una estrategia metodológica adecuada para el estudio de este caso que me llevó establecer los periodos de campo para la obtención de los datos empíricos, en donde se hizo uso de las siguientes técnicas:

La Observación

Entendida según Hurtado (2000), como la primera forma de contacto o de relación con los objetos que van a ser estudiados. Constituye un proceso de atención, recopilación y registro de información, en donde se busca analizar en términos generales, los eventos en un contexto natural. Aplicada en la recolección de datos del comportamiento o conducta del sujeto o grupo de sujetos, hechos o fenómenos. Por lo que fue utilizada para definir los espacios, las dinámicas y las diferentes funciones socio-culturales al interior de las cantinas.

Observación directa

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2003), este tipo de observación, pretende explorar y describir ambientes. En este caso, el observador conoce el objetivo de la investigación mas no cuenta con una guía prediseñada que le indique los aspectos a observar. Este tipo de observación permitirá observar de una manera más natural sin tendencia alguna los acontecimientos y un ambiente en la cotidianidad de la cantina.

Así mismo, Hernández, Fernández y Baptista (2003), expresan que son muchos los detalles, que el observador debe ir registrando los más importantes lo más pronto posible, para obtener así sus notas de campo. Esto podría causar el ser observado por los demás de una forma incorrecta si empezamos a grabar o tomar notas de manera improvisada (para ellos). Por esta razón debe procederse con cautela e intentar

ganarse cada vez más la confianza de los sujetos observados, como se dice en antropología: generar Rapport.

Las anotaciones son básicamente de cuatro tipos y es conveniente que estén presentes en este tipo de observación. Según Hernández, Fernández y Baptista (2003), estas son:

Observación participante

Consiste en descripciones de lo que se está viviendo, pueden ser de dos tipos:

- Interpretativas: interpretaciones personales de los hechos;
- Temáticas: hipótesis, especulaciones interrogantes que a juicio del observador van arrojando los hechos.

La observación como primer acercamiento en campo va a permitir que se describan los lugares en los aspectos más básicos y ponerlos en contraste con la información de los dueños y consumidores en torno a preferencias y tradición. De esta forma, se generarán nuevas preguntas que serán anotadas por la relación que puedan guardar con el tema a investigar.

La observación directa fue empleada en las cantinas de manera constante mientras la observación participante ya no se pudo emplear por falta de tiempo, se pretendía en un inicio obtener información con la observación directa y después emplearme a trabajar en la cantina como mesero pero no se alcanzaron a establecer parámetros metodológicos de no inclusión.

Entrevista a profundidad

Se constituye como la técnica central de esta investigación para recopilar toda la información necesaria para conocer la historia del inicio y desarrollo de la cantina. Debe ser dirigida hacia uno o varios informantes claves (el dueño, esposa del dueño, hijos o empleados de confianza) para determinar el momento clave de la identidad tradicional de la cantina.

Se aplicará a dueños y principales operadores de la cantina que forma el objeto de estudio, para definir la trayectoria histórica del establecimiento, la forma de organización de la familia dentro del establecimiento, la manera en que se hereda el trabajo, así como en la definición de las estrategias (si es que son conscientes) para mantenerse de manera competitiva en el mercado

Entrevista dirigida

Para identificar las características o rasgos en común que puedan tener estas cantinas del barrio del Tepe en la continuidad de la venta de alcohol y manutención de las cantinas. Para conocer la forma en la que van adaptando estrategias e ideologías que les permiten seguir siendo competitivas.

Historias de vida y trayectoria laboral

Serán necesarias para identificar las problemáticas a las que se fueron enfrentando durante la historia de la cantina como negocio familiar los dueños y sucesivos herederos de la empresa.

Genealogías

La elaboración de genealogías siempre es importante para mostrar los factores involucrados en las actividades de planeación de la sucesión de la empresa a sus descendientes.

Los datos que se presentan fueron obtenidos por entrevistas fundamentalmente con cuatro integrantes que siguen en contacto directo y trabajando en la cantina ellos son: Raúl (informante clave), hermano del dueño y encargado en jefe de la cantina, Juan, dueño y administrador, Felipe, el hermano menor y Antonio el hijo de Juan, así como algunos usuarios cotidianos como Kanchi, Julio, Antonio, Maru y Pedro, también otros informantes que contribuyeron a la reconstrucción del proceso histórico de las cantinas en Querétaro.

Esta información se trabajó a partir de las tres categorías centrales y desde la perspectiva de su definición a partir de la revisión bibliográfica y

encuadre teórico: Datos de contexto sociocultural, Historia del consumo de alcohol en Querétaro, Historia de la familia, Historia de la empresa y datos significativos sobre tradición y cultura en torno al consumo del alcohol.

CAP. I MARCO TEÓRICO

*En los amores hay derrotas,
por eso entre las copas me vine a refugiar
allí en la mesa del rincón
me llevan la botella que no me vean llorar.*

***La Mesa Del Rincón,
Los Tigres del Norte***

Para poder entender los procesos que intervienen en el fenómeno a investigar, recordamos las categorías centrales de análisis: *la cultura del alcohol, la empresa familiar, sus estrategias como empresarios* para mantener vigente el negocio ante las nuevas necesidades sociales.

La empresa familiar se convierte en el objeto de estudio de la investigación pues, de ahí surge la expectativa de vida de algún miembro de la familia de mantenerse a sí mismo y a los suyos, con un negocio de cantina, la cual puede cambiar si no encuentra estrategias positivas que lo lleven a materializar la idea, porque en el mercado dedicado a este giro existe una oferta y demanda constante.

Se buscó entender y explicar las diferentes funciones que cumplen el día de hoy las cantinas consideradas como tradicionales, cuáles son los ritos que se llevan a cabo en su interior, así como las diferentes problemáticas que se pueden presentar en un negocio de este tipo, el cual basa su operación en torno al consumo del alcohol y así como las circunstancias que rodean a la empresa familiar dedicada a este giro.

Es necesario conocer cómo se organizan estas empresas familiares para llevar a cabo sus funciones, las problemáticas a las que se han enfrentado, la relación con las políticas de estado en la obtención y mantenimiento de la licencia de alcoholes, y la implementación de estrategias para la generación de clientes cautivos.

Una vez, entendida y explicada la empresa familiar, el tipo de negocio en cuestión esto es la cantina llamada tradicional como un concepto tipificado, por ejemplo, serán conocidas como cantinas tradicionales primero, por su permanencia durante varias generaciones, segundo, por la función simbólica-social, tercero, por el uso estratégico que se pueda derivar de ser tradicionales.

Es parte del interés entender cómo se da la manutención de la tradición, con el objetivo de convertirse en un negocio con miras económicas y en donde intervienen generaciones con diferentes contextos, intereses y metas empresariales y que han sabido mantenerse en el presente.

Es en este punto donde entra la categoría de *estrategias* porque la tradición puede ser interpretada como un manejo promocional de la empresa, es decir, el tiempo que lleva funcionando es importante para mostrarlo a la sociedad como un aspecto de orgullo, de éxito, de preferencia e incluso como un sitio de atracción turística.

Las estrategias también estarán consideradas como la forma *adecuada* de atender a los clientes, de organizarse familiarmente y de mantener precios competitivos.

La categoría de *cultura entorno del alcohol* se centra en el ámbito social generado para el consumo del alcohol, las circunstancias que propician el momento de ir a visitar la cantina con la intención de beber un producto de contenido alcohólico.

Esa intencionalidad de las personas para beber algo puede ser satisfecha en casi cualquier lugar, incluso a escondidas en el trabajo, pero ¿por qué la persona que ya decidió tomar ahora lo busca hacer en la cantina? Se preguntó porque la gente asiste y las respuestas giraron en torno a estas razones.

Aunque se gasta más dinero, este lugar tiene que estar relativamente cerca o ser un lugar de encuentro, un lugar al que les agrada asistir, o un lugar donde tradicionalmente van a pasar el rato, con esto los usuarios se *convierten*

en parroquianos¹. Si consideramos estas razones por las que una persona asiste a una cantina, podemos pensar en las cantinas cumpliendo con algún tipo de función social entorno del consumo del alcohol, en base a la percepción que se tiene del consumo de las bebidas alcohólicas.

Esta categoría al igual que las otras dos buscan tener una explicación más clara y son desarrolladas por apartados en este capítulo empezando por empresa familiar.

1.1 Reproducción socio-cultural y funciones en torno al consumo del alcohol

Dice Bourdieu, que el mundo social es producto de los actos de construcción que en cada momento realizan los agentes, en una suerte de “creación continua” que mantiene y sostiene acciones de construcción y de reconstrucción de las estructuras social y económica a través de estrategias de clase.

El consumo del alcohol en una de las manifestaciones culturales más populares en el país, y en donde el acercamiento científico se devanea entre la práctica cultural identitaria y como problema de salud, en tanto que para la OMS, el alcohol es considerado como una droga. Sin embargo, también se menciona que una cultura que consume colectivamente una droga tiende a ensalzar sus valores y a olvidarse de los efectos negativos.

En este sentido, para Stross (1991), la cantina mexicana conforma una situación que posibilita el estudio de las normas de interacción así como de los aspectos determinados e indeterminados de la comunicación, debido a que una de las razones, primordiales por las que una persona entra a una cantina, es la necesidad de interactuar con otras personas a través de comportamientos socioculturales que no serían aceptados en otros contextos. (Stross, 1991, 284)

¹ Término utilizado para definir a una persona que frecuentemente asiste a algún lugar, pero principalmente se utiliza para clientes con mucha asistencia a una cantina.

Es importante como dice Pulido escenificar el contexto donde se genera la interacción de la ingesta de alcohol “la historia cultural del alcohol propone, entre sus modalidades, estudiar los lugares de reunión y los ambientes en los que se bebe, y vincula el consumo con identidades de clase, esferas públicas y culturas políticas, así como definiciones de salud y enfermedad” (Pulido: 16)

Por otro lado en México para Stross la "cantina" aparece como el espacio donde determinadas conductas pueden ser representadas por los hombres, y por un tipo especial de mujer. Para Dennis el rol del borracho es una representación del contexto social en el que se desenvuelve.

De acuerdo a Menéndez, los artículos de Stross y de Dennis “ameritan algunos comentarios específicos; el primero por constituir el único aporte socio-antropológico respecto de uno de los principales espacios de interacción social. No conocemos ningún otro trabajo que se haya hecho ya sea sobre pulquerías, cervecerías, bares o cantinas en México (1991:22).

Para Dennis (1991) el modelo de acercamiento a la vida social desarrollado por Erving Goffman es útil para analizar el papel del borracho. Goffman (1959:141) nos dice que el ser social es vulnerable y está sujeto al descrédito, y que un problema general en la interacción social es el control del intercambio de información potencialmente destructiva.

Para Gilmore, los dueños son los que generan el tipo de clientela que buscan, ya que ellos deciden en origen cómo se va a construir el lugar, “El ambiente aun cuando es basado en la clientela del establecimiento es frecuentemente la función de la personalidad del dueño” (1985: 265). Entonces es aquí, donde el cliente encuentra lo que busca.

El entorno social en el que se encuentra la cantina es un aspecto importante. “En la década de los 80s, todavía muchos bares estaban restringidos por costumbre a los hombres, pero paulatinamente esto estaba cambiando” reflejando cambios que se estaban dando en la sociedad en general” (1985: 265). Gilmore, Dennis, Stross, Driessen, entre otros, están de acuerdo que las cantinas han ido cambiando su forma de operar y de incluir a los dos géneros.

“Las cantinas populares, precisamente, eran tiendas de abarrotes con una pieza destinada a despachar bebidas alcohólicas. La situación de estos establecimientos era ambigua a los reglamentos porque solamente se les permitía vender botellas cerradas de vinos, licores y cervezas. Sin embargo, algunas obtenían licencia necesaria para comerciar abarrotes y despachar bebidas adentro” (Pulido, 2014: 36)

Esta cita de Pulido nos sirve para ejemplificar un caso de la forma en la que operaban las primeras cantinas en México. En algunos casos vamos a encontrar que las mismas compañías cerveceras o de vinos ayudaban a obtener licencia a sus distribuidores.

Ahora estos establecimientos fueron logrando convertirse en tradicionales ya que a través de los años se han encontrado en el gusto de los consumidores y el manejo con los permisos. Lo que llevó a tener una empresa sustentable y que ahora ha sido heredada. Es necesario hacer una tipología de este negocio para definir que lo hace tradicional, pero es innegable que la variable tiempo-generacional es importante.

Los diversos tipos de establecimientos de la tipología que hizo Gilmore (1985:266) fueron clasificados de la siguiente manera:

- 1) Casinos. Había dos en el centro y eran clubes privados donde los miembros pagaban cuotas. Aparte de consumir bebidas alcohólicas también se podía apostar (ilegalmente), hacer transacciones y realizar fiestas privadas. Uno era para los élites y el otro para las clases medias.
- 2) Bares club que tenían licencias para operar como asociaciones formales o clubes comunitarios. Generalmente, sus clientes eran jóvenes.
- 3) Bares tradicionales. Había tres tipos distintos. Las tabernas de los vecindarios que tenían como clientes los campesinos y trabajadores ubicados en las periferias del pueblo con poco más que una barra y algunos bancos. Una era para los que les gustaba cantar y otro para aficionados taurinos. Bajo este nivel eran unos lugares llamados zambullos donde había consumo de vino barato en exceso y peleas. El

tercer grupo eran los bares modernos con televisiones, meseros uniformados y otras amenidades como comida caliente. Estos buscaban atraer a mujeres como clientela y parejas que buscaban escalar social y económicamente.

- 4) En el último grupo había las tascas. Son chozas temporales que se erigen durante las ferias y otras festividades públicas. Las mujeres evitaban estos establecimientos así como los zambullos y tabernas.

1.1.1. Cultura en torno al consumo del alcohol

Se sabe que desde hace ya 10.000 años las distintas culturas, formando parte de sus estructuras socioculturales, encontrando sus inicios principalmente la occidental, en donde se ha venido consumiendo bebidas alcohólicas, desde el primer hidromiel, hasta las bebidas destiladas, pasando lógicamente por las fermentadas, básicamente vino y cerveza.

En Egipto, La bebida más común era la cerveza, con ella se destetaba a los lactantes (Zythim o Heneket), y era fabricada a base de agua, miel y harina de cebada. Para los egipcios, las bebidas alcohólicas tenían tanto función cotidiana, como de ofrenda ritual, Ofrendas religiosas rituales o como parte de los ajuares rituales.

En la antigua Grecia, el uso que se hacía de las bebidas alcohólicas era fundamentalmente alimenticio, festivo y religioso, es decir como una continuidad de las utilidades egipcias, consumiendo cerveza y vino de uva. Mientras que en la antigua Roma, el consumo de vino se popularizó y difundió, en esta cultura existía la figura de los *vinaris*, que eran vendedores ambulantes de “caldos”, los cuales eran ofrecidos en plan calle para saciar la sed, y en las casas con invitados el vino se ofrecía de manera abundante como ofrecimiento y regalo a los visitantes

El consumo de bebidas alcohólicas ha estado presente en todas las sociedades y entorno a su consumo podemos encontrar que se hace en un lugar propio para la ingesta (bar o establecimiento), o un ambiente social creado por

la misma población (un *no lugar de Augé* dónde se presenta esta práctica), y ambas, quedan establecidas en la estructura como parte de la cultura.

Son muchos los aspectos relacionados con la ingesta etílica “claramente, el uso del alcohol está relacionado con salud, nutrición, entretenimiento, religión, leyes, y una variedad de otras actividades sociales” (Tax: 1976: 2), esta relación que tiene en muchos ámbitos el consumo del alcohol, complica la forma de abordar el tema por eso en este trabajo se delimitará a la función que desempeña en estos lugares.

Menciona Francisco Pascual Pastor (2007) que, aunque las bebidas alcohólicas pueden ser vistos como “panacea” para las relaciones sociales, gracias al efecto psicótropo-desinhibidor y su consumo tiene un uso social para celebrar cualquier tipo de evento y como instrumento vehicular en las relaciones humanas, hablar, cantar, bailar, divertirse, etc.

Para Lemert, el consumo de bebidas alcohólicas se clasifica en festival-ritual y disciplinada-secular (en Marshall: 1979: 107). Este autor sociólogo estadounidense, considera estas dos categorías durante sus investigaciones en el pacífico, en Samoa, y en las Islas de Cook para exponer los patrones de consumo de los hawaianos.

Las bebidas alcohólicas están presentes durante reuniones formales o informales, son parte de la socialización y su consumo lleva a ciertos comportamientos humanos, y en esta forma de actuar durante la ingesta, encontramos funciones entorno al consumo del alcohol.

El consumo de bebidas alcohólicas ha estado presente en todas las sociedades y entorno a su consumo podemos encontrar dos modalidades: el consumo al interior de un lugar (llámese, casa, bar o establecimiento propio para la ingesta), así como también en su consumo en un ambiente social creado por la misma población (llámese, un lugar no edificado como si pero dónde se presenta esta práctica), y ambas, quedan establecidas en la estructura como parte de la cultura.

La función del alcohol ha sido abordada desde diferentes ángulos y se puede presentar bajo particulares circunstancias de acuerdo a la ideología de cada sociedad. Esta función social cumple, por ejemplo, en Polinesia para Lemert: Incrementar la confianza entre extranjeros y nativos, disipar la tensión y anomia, incrementa el rapport y la solidaridad (ídem: 107)

Bunzel nos habla del beber en dos pueblos de Chiapas, y establece que la bebida si tiene una función social y que ésta varía de un lugar a otro ya que juega un rol distinto en la vida de las personas, por ejemplo, en Chamula “beber realiza la función de lubricar las relaciones sociales en un nivel muy básico; tú no puedes tener ninguna clase de relación con otra persona sin primero establecer el patrón de compartir una bebida. Este patrón puede ser debido a experiencias infantiles.” (Bunzel: 1976: 22)

Con esto Bunzel explica el comportamiento entorno al consumo del alcohol y que varía en cada cultura. Para Horton el consumo de alcohol debe ser analizado en los aspectos interculturales (Cross-Cultural). Su principal hipótesis fue que uno de los efectos psicológicos en el consumo de alcohol era la reducción de la ansiedad, entonces era de esperarse que las sociedades que experimentaran grandes niveles de ansiedad exhibieran grandes cantidades de consumo. (Horton: 1943: 25).

La función en el consumo del alcohol, siguiendo a estos autores, cumple un rol individual-social que propicia relaciones sociales entre las personas que comparten aspectos de su vida que en otro contexto no harían.

1.2 Función biológica

Una de las primeras preguntas que se hace en este estudio es ¿Por qué se bebe? Se considera en primer lugar que es por gusto y después se vuelve una necesidad. La persona se siente atraída en su juventud por tener la experiencia de consumo y lo hace por placer.

Es entonces, que la necesidad se origina después de un uso prolongado (que varía según el metabolismo) como algunos autores lo mencionan (Menéndez, Bunzel, Jellinek, Horton, entre otros) con un trasfondo de ansiedad por consumir. Siguiendo con esto, el consumo se vuelve alcoholismo.

“El consumo de alcohol y sus consecuencias han sido considerados como una problemática de género a nivel de morbilidad y de mortalidad. A fines de la década de 1990 los padecimientos relacionados con el consumo de alcohol constituyen la primera causa de internación en los hospitales psiquiátricos de la Secretaría de Salud.” (Menéndez: 2006: 35)

Podemos observar con esta cita que el alcoholismo produce enfermedades mentales, y es considerada como un problema social, y Menéndez dice que, en términos biomédicos, el alcohol genera dependencia, y debe ser considerado como “droga “dura” en función del tipo de dependencia que provoca y de sus consecuencias en cuanto a morbilidad y mortalidad.” (Menéndez: 2006: 37)

Se hace esta pregunta en el estudio: ¿Es posible que las cantinas se constituyan como el espacio propicio para generar adicciones? Basándonos en que culturalmente son aceptadas y toleradas por la sociedad que justifica el consumo de alcohol.

Ya que no hay muchas medidas que eviten asistir a ellas, digamos siguiendo extrañamente con Canclini en este apartado, la “Industria cultural y comunicaciones masivas designan los nuevos procesos de producción y circulación de la cultura” (Barbero: 1991: núm.: 445). Entiendo y trato de explicar con esta cita, la influencia que pueden tener los medios masivos de comunicación para generar intereses culturales que pudieran estar muy alejados de la promoción de las cantinas.

Entonces, es difícil pensar que una persona que sufra la enfermedad del alcoholismo no acuda a un establecimiento para calmar sus ansías o para mitigar sus penas con la salida fácil del consumo del alcohol. Por supuesto que estos

razonamientos están expuestos a la temporalidad y contexto de cada región y son meras especulaciones de dónde y por qué se genera este padecimiento.

Menéndez lo explica diciendo que incluso la promoción del consumo del alcohol se debe a que hay pocos programas sociales que buscan promover la abstinencia, además de que hay poca prohibición para el uso y comercialización de bebidas etílicas:

“Consideramos que no sólo la presión de la industria alcoholera opera en la omisión de información sobre producción, consumo y consecuencias del consumo de bebidas alcohólicas, ya que diferentes grupos y sectores sociales contribuyen también a reducir y opacar la importancia de este problema.” (Menéndez: 2006: 42)

1.3. Función social

El consumo de alcohol en la sociedad tiene dos implicaciones en el individuo. Por un lado, la parte biomédica-psicológica, entendida como la afectación en la salud y generadora de dependencia y, por el otro, la de socialización considerada como la convivencia entre personas y su interacción.

El estudio de la ingesta alcohólica en sus dos aspectos biomédico-psicológico y el social, puede ser abordado en que el primero produce alcoholismo y enfermedad y en el segundo crea espacios propios para tomar.

La función del alcohol ha tenido diferente importancia y se puede presentar bajo particulares circunstancias de acuerdo con la ideología cada sociedad. Esta función social cumple, por ejemplo, en Polinesia para Lemert: Incrementar la confianza entre extranjeros y nativos, disipar la tensión y anomia, incrementa el rapport y la solidaridad (Marshall: 1979: 107).

Bunzel nos habla del beber en dos pueblos de Chiapas, y establece que la bebida si tiene una función social y que ésta varia de un lugar a otro ya que juega un rol distinto en la vida de las personas, por ejemplo, en Chamula.

“Beber realiza la función de lubricar las relaciones sociales en un nivel muy básico; tú no puedes tener ninguna clase de relación con otra persona sin primero establecer el patrón de compartir una bebida. Este patrón puede ser debido a experiencias infantiles.” (Bunzel: 1976: 22).

Vemos de qué forma los individuos buscan continuamente, en la sociedad Chamula, beber durante una interacción social a un nivel básico y es muy probable el incremento de lazos afectivos relacionados con esta práctica.

Para Horton el consumo de alcohol debe ser analizado en los aspectos interculturales (Cross-Cultural). Su principal hipótesis fue que uno de los efectos psicológicos en el consumo de alcohol era la reducción de la ansiedad, entonces era de esperarse que las sociedades que experimentaran grandes niveles de ansiedad exhibieran grandes cantidades de consumo. (Horton: 1943: 25).

La función en el consumo del alcohol, siguiendo a estos autores, cumple un rol individual-social que permite o, mejor dicho, propicia las relaciones sociales entre las personas que comparten aspectos de su vida que en otro contexto no lo harían.

Sobre la cuestión de las funciones de los bares, casinos, tabernas y cafés se han realizado importantes estudios como los de Edward Hansen (1976), Stanley Brandes (1979), Hank Driessen (1983), los Corbin (1984) (todos citados en Gilmore: 1975, 1985, 1991b). Definiendo estos espacios de socialización como espacios en donde las funciones sociales proporcionan un aporte para el entendimiento de los procesos sociales tradicionales en las ciudades y pueblos.

Hansen (en Gilmore, 1985), realizó un estudio en establecimientos de bebida tradicionales españoles como lugares de recreación, en los que se provee un contexto para hacer amigos y para lograr objetivos personales durante los horarios comerciales y mucho más; muestra como estas funciones estratégicas fueron intensificadas durante el Franquismo, porque otros lugares de encuentro para asociación estuvieron prohibidos, una observación que se mantiene en otras regiones; en tanto que son pocas las publicaciones que se han hecho en México de lugares de ingesta como bares y propiamente cantinas (Pulido, 2014, 15)

Diez Hernández (2002), pone énfasis en la perspectiva de género en torno al consumo del alcohol y la asistencia a bares y cantinas, en tanto que la función de socialización en torno al consumo del alcohol se han depositado históricamente en los hombres, para quienes el consumo de bebidas alcohólicas forma parte de la construcción de identidades, ya sean de género o de estatus, además de tener la función de fortalecimiento de vínculos microgrupales en un espacio lúdico. Todo ello forma parte de la relación alcohol-juego que hace que la convivencia masculina forme parte de un estilo de sociabilidad.

1.4 Función Política

Al interior de las cantinas también se llevan a cabo otro tipo de actividades que tienen que ver con la definición de estatus y acuerdos de poder entre grupos, pares o individuos. Estos espacios han sido utilizados tradicionalmente para realizar transacciones, acuerdos o convenios. esto se podría explicar si consideramos a las cantinas como espacios liminales en donde ya sea por el consumo del alcohol y sus efectos físicos, dejan al descubierto la “verdad”

En Andalucía, según Driessen (1983 citado en Gilmore, 1985), los bares también servían como sitio esencial para el mantenimiento de la dominación masculina y el constructo de la identidad del “macho”. Desde que los hombres de Andalucía deben permanecer fuera de sus casas para preservar su propia imagen de hombría, ellos usan el bar como un tipo de club exclusivo de hombres donde establecen rituales masculinos de intercambio.

En el bar se mantienen alejados de la casa a así evaden a sus esposas para manejar símbolos masculinos de superioridad y poder. Además, excluyen a las mujeres de los negocios y acuerdos políticos (ocultos).

Los hombres están en el exterior, en la política, y así en control de lo extra doméstico, ejemplo la vida pública de la comunidad. El bar se convierte en contexto y contenido a su vez, porque es más visible la reificación de tales dicotomías fundamentales, el bar/café, en sus numerosas apariencias en

España, trabajan bajo la metáfora y microcosmos de las disparidades de género operantes, formalizando y reproduciendo oposiciones tales como “actividad/pasividad”, “adentro/afuera”, “dominador/dominado”, “débil/fuerte” y más (Dubisch 1991 citado en Gilmore 1991). Como dice Vale de Almeida (1996 citado en Gilmore, 1998), en sociedades mediterráneas, el bar o café es una institución focal en la vida pública.

Es el principal sitio de la sociabilidad de la masculinidad; y el género masculino está asociado con la vida pública. “Así la casa pública es por definición la expresión local de la ocupación masculina del espacio público que contextualiza la vida política”.

Aunque la mayoría de los investigadores han considerado al bar o taberna como un ámbito micro político difieren respecto a objetivos personales buscados por los hombres en los bares y tabernas. Algunos enfatizan las necesidades socioeconómicas; otros las necesidades psicológicas-afectivas. Pero todos los observadores concuerdan que los rituales y protocolos de la sociabilidad masculina jugadas en los bares estuvieron dirigidas hacia la adquisición de “conexiones” y prestigio a través de intercambios de bienes, servicios, y mutuos intercambios de favores (Gilmore 1985; 1991).

1.5 Función Simbólica

Otra función fundamental que arrojan las cantinas está centrada en la construcción colectiva de significados particulares para este espacio que podría ser considerado como liminal, de acuerdo con la propuesta de Turner (2008), en tanto espacio de apertura en donde se pueden encontrar formas de antiestructura y antijerarquía respecto a la cotidianeidad de la sociedad.

La cantina se convierte en un espacio ritual en donde una comunión "espiritual" en torno al consumo del alcohol y sus efectos “desinhibidores” sobrepasaría las especificidades de la estratificación, quedando al descubierto sentimientos, deseos, formas e ideales, compartidos por el grupo participante del ritual, dejando al descubierto la esencia misma de la cultura.

En principio histórico del consumo etílico está vinculado directamente con procesos rituales, particularmente con ritos de iniciación en la juventud que deriva en su inclusión como adulto en la sociedad, y cada sociedad construye o define espacios propios para la bebida.

Para Guerrero (2004) en el imaginario colectivo en todas las celebraciones de la cosmovisión andina está presente el consumo de alcohol. "Se tiene una clara visión sobre la función ritual que la bebida tiene en la fiesta" y es necesario como dice uno de sus entrevistados: "un poquito de alcohol sí enciende la chispa del folklore" (Guerrero, 2004: 141), esta percepción no difiere mucho en la población de México.

Para Diez Hernández (2002), los ritos en torno al consumo del alcohol y de manera particular en las cantinas, el tipo de bebida que se pide, la hora en que se asiste, para que y con quien va a la cantina determinan los diferentes rituales construidos en torno al espacio de la cantina, y a pesar de parecer actividades libres, constituyen actos que cristalizan en el individuo su estatus social, su posición económica en la comunidad o grupo de edad, *Por tanto, beber en el bar cumple una función de identidad por su ritualización, debido al conjunto de reglas que controlan el uso del alcohol* (Diez, 2002, 179)

Así por ejemplo, lo que formaliza a un grupo dentro del bar es la llamada "ronda", el que no bebe como los demás, como sus compañeros, siempre quedará un poco al margen. La realización de la ronda es heredada de la cultura campesina y exige que haya tantas rondas como individuos, cualquier invitado ha de invitar so pena de rebajarse pública y socialmente. No invitar significa excluirse, mientras que invitar demasiado está visto como una manera atentatoria de demostrar un estatus o de ganarse la amistad de alguien. (Diez, 2002, 179)

Los rituales llevados a cabo al interior de las cantinas, generalmente sin realizados por los varones, donde sentarse, invitar una copa, retar a otro parroquiano, etc., constituyen formas culturales particulares de identidad y reproducción cultural llevado a cabo en estos espacios.

Los imaginarios urbanos de Canclini, podrían servirnos para hacer referencia a los medios de comunicación, por ejemplo, en las películas del cine de oro mexicano, muestran a la cantina en innumerables cintas con un aspecto positivo y de socialización, hay que observar que además de estar generando una identidad del mexicano también generaban una identidad entorno a la cantina, y se mostraba igualmente a este espacio como el lugar ideal para el ajuste de cuentas.

Sin embargo, los medios han sido promotores primero de las bebidas alcohólicas y segundo de los lugares definidos para su ingesta. Podríamos decir que tienen un aporte significativo en torno al rol que juegan las cantinas en la sociedad.

Hicieron su aportación los medios en un marco de significados y en la sociedad se estructuró social y culturalmente para ubicar a las cantinas en un estrato que se ha ido transformando histórica y regionalmente.

1.5.1 Tradición e identidad

Las cantinas también en su función simbólica, constituyen espacios depositarios de la Tradición, la cual podemos entender desde diversas aristas:

Para María Madrazo (2005), el término tiene una doble valencia, ya que ha sido considerada como una expresión de la permanencia en el tiempo de una comunidad; en este sentido es una de las formas que asume la memoria colectiva y una generadora de identidad. Pero desde otro punto de vista ese anclaje no es otra cosa que un síntoma evidente de la dificultad de adaptación expedita a los crecientes cambios que exige la vida moderna o el progreso, cuando no, se ha dicho con frecuencia, una mera conjunción de ignorancias y simplezas que en muchos casos reflejan una mente obtusa

La tradición puede ser considerada desde estas dos ópticas diferentes en este trabajo. Primero, que es construida socialmente por los pobladores y usuarios o segundo, como una estrategia de mercado de la empresa familiar en aras de su permanencia en el gusto de sus clientes.

En la primera vertiente, es posible que las cantinas tradicionales sean depositarias de elementos culturales contruidos socialmente, a través de varias generaciones como dice Madrazo (2005) “Tradición se refiere a todo aquello que se hereda de los antepasados, así como, de una u otra forma, a los actos que se repiten en el tiempo o que provienen de otra generación”. (116) con este argumento podemos empezar a considerar que la tradición está relacionada con el tiempo de permanencia y tiene esa aceptación social.

Lo que nos lleva a pensar de esta permanencia y aceptación social es que, la tradición forma parte de aspectos culturales en la idiosincrasia de los usuarios que asisten a las cantinas y la empresa familiar que es dueña de estas cantinas no buscan cambiar el sentido *natural* de la costumbre del manejo de estos lugares.

Pulido (2014) nos habla de un aspecto que podrá servir de ejemplo para esta cuestión de la sujeción de la dinámica empresarial al gusto del consumidor “La sociedad (en el s. XX) tenía una imagen del personaje detrás de la barra: del confidente y bonachón al intoxicador de la sociedad” (83), también comenta que la actitud que mantenía el encargado era de confidente y al mismo tiempo de vigilante de evitar prácticas ilegales por parte de sus clientes como era el juego con apuestas (74-75).

1.5.2 Discutir la tradición

Si buscamos una definición estricta del concepto, Gómez de Silva (1988) apunta que la palabra proviene de latín *traditionem*, acusativo de *traditio* (tema *tradition*) ‘tradición, enseñanza, acción de transmitir o entregar’; de *tradius*, participio pasivo de *tradere*: ‘entregar’. La tradición, prosigue este autor, denota ante todo la “transmisión de los elementos de una cultura de una generación a otra” o la idea de *costumbre cultural*.¹¹⁸

La tradición para Hobsbawn y Ranger (1983) tiene el fin de inculcar determinados valores o normas de comportamiento por medio de la repetición, lo que implica continuidad con el pasado. El rito y la repetición, según Giddens

(2012) conservan la herencia del pasado; cada miembro de la comunidad cumple, día a día su función.

Reconoce Giddens (2012) que despojar lo social de la tradición lleva a la desestructuración del orden y desarraigo de la costumbre del pasado, dejando el lastre de la dependencia; ahora se deposita en el sujeto la responsabilidad de construir la identidad personal, ya no se construye en comunidad sino en la individualidad.

Respecto al proceso de hibridación, García Canclini (2001) señala: “La modernización disminuye el papel de lo culto y lo popular tradicionales en el conjunto del mercado simbólico, pero no los suprime. Rebusca el arte y el folclore, el saber académico, y la cultura industrializada, bajo condiciones relativamente semejantes” (p. 18).

Se suele tener la equivocada idea de que, con la modernidad y desarrollo de nuevas tecnologías, doctrinas e ideologías, lo popular y lo tradicional corren el peligro de desaparecer ante éstos; aunque hay algo de cierto en esta afirmación, como lo que ocurre con las lenguas indígenas en nuestro país, lo cierto es que más que extinguirse, éstas se transforman, adaptándose a lo nuevo, a lo moderno, obedeciendo al principio de supervivencia de Darwin.

Por tanto, podemos decir que la tradición se centra en el cotidiano de todo aquello que se hereda de los antepasados así como, de una u otra forma, a los actos que se repiten en el tiempo o que provienen de otra generación. Se habla, entonces, de tradiciones religiosas, festivas, comunicativas, normativas, técnicas, estéticas, culinarias, recreativas, etc.

En lo que respecta a la tradición como característica que envuelve a un producto para ser consumido, García Canclini (1995), buscando una explicación en torno a los cambios en la manera de consumir en los tiempos actuales, menciona que este ejercicio estuvo asociado a la capacidad de apropiarse de los bienes y a los modos de usarlos y que como parte del proceso de globalización, los procesos de consumo se encuentran en procesos de adaptación dentro de los cuales se pueden diferenciar entre otros:

1. La reelaboración de "lo propio", debido al predominio de los bienes y mensajes procedentes de una economía y una cultura globalizadas sobre los generados en la ciudad y la nación a las cuales se pertenece.

2. La consiguiente redefinición del sentido de pertenencia e identidad, organizado cada vez menos por lealtades locales o nacionales y más por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores (los jóvenes en torno del rock, los televidentes que siguen los programas de CNN, MTV y otras cadenas transmitidas por satélites).

3. El pasaje del ciudadano como representante de una opinión pública al ciudadano como consumidor interesado en disfrutar de una cierta calidad de vida. Una de las manifestaciones de este cambio es que las formas argumentativas y críticas de participación ceden su lugar al goce de espectáculos en los medios electrónicos, en los cuales la narración o simple acumulación de anécdotas prevalece sobre el razonamiento de los problemas, y la exhibición fugaz de los acontecimientos sobre su tratamiento estructural y prolongado (Canclini, 1995,24-25)

Lo que podemos interpretar como una resignificación de espacios tradicionales como lugares de recuperación de la identidad frente a las identidades globalizados y desterritorializados.

1.6 Función económica

La cantina vista desde una perspectiva material, se construye también como un lugar de trabajo con objetivos económicos de generar un ingreso. A partir de esto, las cantinas también pueden ser vistas como espacios productivos con características particulares en su forma de organización, vinculación con las estructuras del Estado y las normativas que este impone, así como desde la propia organización al interior de la empresa. Es esta última la perspectiva que se analiza en este trabajo, al centrarnos en todo aquello que se lleva a cabo al interior de los establecimientos bajo las características de una empresa familiar.

1.6.1 Empresa familiar

Son diferentes los autores y las perspectivas bajo las cuales se han realizado estudios en torno a las empresas familiares, las cuales, regularmente surgen en forma espontánea en busca de la subsistencia familiar, ante la imposibilidad de conseguir un trabajo asalariado, o de manera más consciente con la intención de no ser un empleado.

Se caracterizan por que la dirección, así como la mayor parte de la toma de decisiones se encuentra concentrada en la familia.

Rodríguez (2011) por ejemplo menciona, que la fundación de una empresa familiar no solamente está motivada por la manutención o ambición económica si no puede ser por significantes simbólicos como sentimientos de continuidad y no tanto por aumentar el capital, esto quiere decir que, la cantina puede no ser muy rentable pero se mantiene por alguna razón en propiedad de la familia.

Siguiendo con Rodríguez, nos dice que dentro de la familia empresaria no existe como tal un contrato que defina el quehacer de cada integrante, sino una jerarquía establecida por el jefe de familia que ostenta el poder y el mando a los

demás, son relaciones sociales que se basan en una estructura consanguínea necesarias para su funcionamiento.

Con esta cita “sus motivaciones y estrategias se desarrollan diariamente a través de expectativas prácticas de quienes, en ella, mandan u obedecen” (Rodríguez: 2011: 4) podemos exponer que los actores de la empresa generan ideales que tienen una transformación constante al seguir órdenes o imponer reglas, en otras palabras, todos aprenden diariamente entre ellos y con sus clientes, las formas más convenientes de dar un servicio con miras a la prosperidad.

Otra característica de este tipo de empresas es el de la caracterización de operación en base a las generaciones que la conforman: Miles y Snow (1978) lo expresan muy claramente cuando nos narran que “el abuelo se hizo a sí mismo; trabajó arduosamente, adquirió su vocación mediante buenas y malas experiencias, se desveló día y noche.

Los hijos adquieren formación y experiencia trabajando junto al padre, participan en la red social paterna y acumulan un capital social que les permite el desarrollo del proyecto del fundador. Pero esa disciplina se pierde en los nietos, quienes terminan malgastando los activos de la empresa”. (Ídem: 6)

Al tratar de definir el termino de empresa familiar, es necesario que se recuerde, retomar la definición de empresa, siendo esta una unidad económico-social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común; por lo que los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales (Guajardo, 2004); por lo que a la empresas donde las decisiones y la propiedad están en manos de una sola familia, compuesta ya sea en forma nuclear o extensa; son empresas familiares, esta definición parte del análisis del concepto de una organización controlada y operada por los miembros de una familia.

Desde una perspectiva diferente, la definición de empresa familiar, dígase de una manera espiritual, suele referirse a una empresa con alma, dado que el corazón de las familias está en ellas (Belausteguigoitia, 2002).

Es así que, la posible estructura familiar dentro de una empresa deriva de la relación que existan entre los miembros de familia que trabajen dentro de la empresa, las cuales pueden ser de acuerdo a Imanol Belausteguigoitia en su libro “Empresas Familiares: su dinámica equilibrio y consolidación”: la relación Padre – Hijo, Padre – Hija, Madre – Hijo, Madre – Hija, entre hermanos, Suegro – Yerno (parientes políticos), Tío – Sobrino, Esposo – Esposa.

Lo cual permite derivar algunas de las etapas que marcan el ciclo de una empresa con estructura familiar, destacándose las siguientes: Periodo fundacional, Segunda generación o empresa de hermanos, Tercera generación o empresa de primos, Cuarta generación o empresa de nietos.

Arras nos dice que “Se han diversificado los sectores productivos y, como consecuencia, el imaginario colectivo sobre las estrategias familiares de inserción social” (2010: 81-82) esto quiere decir que los integrantes en la familia tienen que buscar la forma de seguir adecuando instrumentos de cohesión al interior de la familia.

Reygadas nos dice lo que es la familia “la familia constituye, en algunos casos, un núcleo vinculador de múltiples actividades económicas, pero también, el horno donde se cuecen nuevas imágenes sobre el trabajo, se confrontan valores recogidos de muchos ambientes laborales y se recogen aprendizajes con origen diverso”. (Arras:2010: 82)

Los participantes dentro de las empresas familiares pueden ir acumulándose, ya sea activa o pasivamente, por lo tanto, en la medida que la familia ampliada empieza a comprometerse, es útil trabajar juntos de manera que todos los miembros de ésta, incluyendo la familia política y la próxima generación puedan apreciar lo que significa el compromiso de la familia con la empresa. Es así, que las estrategias de gestión se convierten en un verdadero arte que mezcla la creatividad, experiencia y visión, para responder al compromiso que implica el compartir el trabajo con los seres queridos (Gómez, 2007).

Uno de los elementos que le va otorgar una característica que distingue a este tipo de empresas es el compromiso que van adquiriendo los integrantes de una familia con respecto al negocio y la idea a priori de que debe pertenecer siempre a la familia.

1.6.2 Empresa familiar y el trabajo

Con Miles y Snow podemos observar que para poder sostener una cantina y que pueda perdurar por varias generaciones, es necesario el trabajo y su significación del trabajo duro a los hijos, es necesario pues, definir este concepto para que pueda ser mostrado como un aspecto clave para las empresas familiares.

Annie Jacob nos indica, que puede tener una carga de afectividad negativa, así como una función dominante que causa tormento, así mismo llegó a ser entendido como algo difícil y doloroso de lograr como, por ejemplo, la labor (el trabajo de parto).

Resume después de diferentes definiciones, que en términos generales “el trabajo es una actividad económica, política y religiosa en evolución constante”. (Ídem: 13) esto quiere decir que, el trabajo se encuentra en constante transformación y está relacionado con otros ámbitos en las estructuras sociales.

Si seguimos analizando el trabajo podemos hacer uso de lo que dice Annie “El trabajo abarca un dominio amplio, es vehículo de un sentido, que tendemos a considerar “natural” actualmente en nuestra cultura” (Jacob: 1995: 1), ella nos explica que la palabra trabajo ha tenido numerosas connotaciones y significados distintos a lo largo de la historia, pero que actualmente es una actividad que se considera parte innata de la sociedad.

Siguiendo con la autora, actualmente nos encontramos con que este concepto “hoy supera el campo de las simples reivindicaciones laborales (salarios, condiciones de trabajo) y se orientan hacia reivindicaciones que afectan la calidad de vida (ecología)”. (Ídem: 14) es decir se trabaja objetivamente para lograr una meta, pero también se es consciente de lo que el trabajo ocasiona al medio natural.

1.6.3. Estrategias en la empresa familiar

En este sentido, por ejemplo, la cantina en la que se basa el estudio ha estado funcionando en la ciudad desde hace más de 75 años, es decir, tres generaciones en promedio son las que abarcan desde su fundación. Está ahora bajo la administración de los hijos y empleando a nietos porque son heredadas para conservarse como empresas familiares gracias a las enseñanzas del trabajo y de las estrategias.

La cantina de don Amado ha logrado estrategias como principios y rutas fundamentales que orientan el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar. Esta estrategia familiar le permitió adaptarse y planear líneas de acción adecuadas en diferentes situaciones y hasta adversas.

Los trabajadores de una empresa necesitan buscar fórmulas para tener mejores resultados “Su supervivencia y éxito, dependerán en gran medida, de la capacidad para dotarse de recursos y habilidades para buscar nuevas ventajas competitivas”. (Aragón y García: 2004: 33) esta cita nos muestra precisamente esas características necesarias.

Se pueden distinguir tres tipos de estrategias, de corto, mediano y largo plazos. Su adaptación a la planeación obedece a la necesidad de dirigir la conducta a través de líneas de acción adecuadas a las empresas, en situaciones diferentes y hasta opuestas.

Es así que las estrategias de negocios contraponen los efectos negativos a los que se enfrentan las pequeñas empresas frente a las grandes, éstas se deben cuestionar su posición estratégica; su supervivencia y éxito, dependerán en gran medida, de la capacidad para dotarse de recursos y habilidades para buscar nuevas ventajas competitivas (calidad, capacidad tecnológica, innovación, capital humano, conocimiento, etc.) con el objetivo permanente del crecimiento y la diversificación (Grant, 1996).

La clasificación de estrategias de Miles y Snow (1978) se basa en cuatro tipologías: exploradora, analizadora, defensiva y reactiva, estas son estrategias

de éxito, pero la reactiva está abocada al fracaso pues es una respuesta sin un patrón estratégico previo planificado así que sería una “no estrategia”.

La tipología de Miles y Snow (1978) va clasificando a las unidades de negocio en cuatro grupos distintos: exploradores, analizadores, defensores y reactores. El cambio que realizan los exploradores en sus industrias es principalmente, lanzando productos nuevos e identificando nuevas oportunidades de mercado.

Los defensores se encuentran e intentan mantener un lugar seguro en un área estable para su producto; en lugar de concentrarse en un nuevo producto o el tratar de desarrollarse dentro de nuevos mercados, los defensores permanecen dentro de una gama de productos limitada, centrándose más en la eficacia de la utilización de los recursos y las mejoras del proceso con el objeto de disminuir costos de fabricación.

Los analizadores comparten estrategias con los exploradores y defensores, mientras que defienden posiciones en algunas industrias, pueden moverse rápidamente para seguir el producto prometedor o el desarrollo de mercados nuevos; aunque pueden iniciar el desarrollo del producto o de mercado, los analizadores tienen más probabilidad que tengan una segunda y mejor estrategia. Las estrategias de negocios que persiguen algunas ocasiones los analizadores compiten con los defensores y en otras con los exploradores, puesto que requiere recursos substanciales para poder hacer ambos simultáneamente.

Estos tres tipos de estrategias (exploradores, defensores, y analizadores) son constantes en su selección estratégica, y se desempeñaran bien siempre y cuando se logren desarrollar de manera efectiva la implementación de la estrategia; tienden a superar los negocios de los reactivos, los cuales carecen una estrategia constante, y responden, generalmente de manera inadecuada, a las presiones ambientales que se les van presentando (Desarbo, Di Benedetto, Song & Sinha, 2005).

Pocos saben que empresas tan reconocidas a nivel internacional como L'Oreal, Gap y Levi Strauss empezaron como modestos negocios familiares, que hoy en día están en manos de segundas generaciones (Katz, 2005). Las ganancias multimillonarias de estos y otros negocios familiares son las que quizás sirven como prototipo del sueño americano de ser dueño de un negocio familiar.

Hace solo unas décadas, las empresas familiares eran dueñas de granjas familiares y pequeñas fábricas; pero en la actualidad, los negocios familiares poseen franquicias tan importantes como McDonald's, generan billones de dólares, crean millones de empleos, y también cuantiosas fortunas familiares. (García:2007: 232)

Los negocios familiares son aquellos que son pasados de una generación a otra (Ward, 1987). De acuerdo al Instituto de Empresa Familiar (IEF), el 80 o 90 % de las empresas en América son Empresas Familiares (EF).

CAP II. MARCO CONTEXTUAL

*Cantina de mi barrio
refugio del perdido
donde noche tras noche,
mis penas te conté.
Recordando el pasado,
viviendo del presente,
esperando el futuro
a ver que nos traía*

**“Cantina de Mi Barrio”
Vicente Fernández**

2.1 Orígenes del consumo del alcohol

Históricamente, el hombre ha dispuesto de bebidas alcohólicas desde finales del mesolítico y principios del neolítico, a partir de la aparición de la cerámica, gracias a la cual se podía realizar el proceso de fermentación del alcohol, así como su almacenamiento. La teoría prevaleciente en cuanto al origen del consumo de alcohol, lo sitúa hace unos 9.000 años, con el surgimiento de la agricultura.²

En la mayoría de las culturas, el consumo de alcohol adquiere un carácter ritual o mágico-religioso, aunque su consumo pronto traspasó la barrera de lo mágico-ritual, convirtiéndose en un elemento de consumo regular, pero en marcos de control social y cultural específicos.

Esta funcionalidad conduce a reconocer a la ingesta etílica como un acto social y culturalmente integrado y está expresada en el consumo que se hace de él en casi todos los ceremoniales y reuniones informales de la mayoría de grupos étnicos, estratos sociales y grupos de edad.

² http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/12/141202_consumo_alcohol_ancestros lp según un análisis de la evolución de la enzima conocida bajo el nombre de ADH4n

Dicha funcionalidad es la que establece los patrones dominantes de tolerancia y de baja penalidad, aunque tanto la tolerancia como la permisibilidad de la ingesta de alcohol no suponen que el patrón de borrachera sea unánimemente reconocido. Este variará por ejemplo en algunos sectores étnicos identificados con cultos protestantes o también en ciertos estratos sociales (clase alta), donde el estado de embriaguez cotidiana es percibido como muy negativo.

Es así es como surgen los espacios propios para el consumo de bebidas alcohólicas en donde se establecen reglas y patrones específicos dependiendo de contextos y grupos particulares.

Es el caso de las cantinas, lugares de consumo alcohólico, pero también depositarias de estructuras socioculturales y al mismo tiempo como depositarios de historia e identidad, reflejo de reglas, normas, rituales de grupos particulares.

Estudiar estos espacios plantea retos importantes para la indagación social, como el hecho de tratar de precisar el ambiente social generado y las diferentes funciones que se llevan a cabo en este contexto, así como dar cuenta de los elementos en los que se centran procesos de ritualidad y de la identidad; una función como espacio económico y productivo, de reproducción familiar, de reconocimiento político y si hay otros de algún otro carácter particular.

Este también esta investigación, la oportunidad para entender cómo se mantiene y reproduce esta tradición, como empresa (economía) y en donde intervienen generaciones con diferentes contextos intereses y metas empresariales, y han sabido mantenerse en el presente.

El alcohol como elemento imprescindible de una cantina será abordado como una categoría ya que se considera que siempre está presente durante la interacción de los individuos en la cantina, así como también se podría pensar que juega un rol en la función social, pues dicen algunos autores, produce desinhibición y cambios físicos notables.

La ingesta ética, cuya función está reconocida como un acto social y cultural, se desarrolla en todas las ceremonias y reuniones. Es así que surgen

los espacios propios para el consumo de bebidas alcohólicas en donde se establecen reglas y patrones específicos dependiendo de contextos y grupos particulares.

2.2 Bebidas en México

*Me dicen que es una diosa
Una reina la gran cosa
Pero aunque sigue tan divina
Será siempre una belleza de cantina*

***Belleza de Cantina
Los Cardenales de Nuevo León***

Para contextualizar el caso de estudio, es fundamental entender el marco cultural y contextual en donde se presenta el fenómeno estudiado por lo que a continuación se presenta un breve recorrido por la historia del consumo de bebidas fermentadas en nuestro país, partiendo del México prehispánico, la cultura del tequila y las bebidas tradicionales propias de nuestra cultura. En este capítulo se presenta en una revisión general para aproximar al contexto de las cantinas y del tema en cuestión.

2.2.1. Pulque

Menciona Juan Alberto Vázquez (2012), que cuando los españoles llegaron a México, se hallaron con una cultura que producía alcohol, pero que contaba con normas específicas sobre quién y cuándo podía beberlo, y aunque en el México prehispánico el consumo de pulque y de otras bebidas estaba restringido casi en exclusiva a las ceremonias religiosas, si se encuentran registros de su consumo con uso terapéutico.

Peña Zamora nos dice que en el México antiguo la bebida alcohólica más característica fue el pulque, llamado UCTLI, que es la sabia fermentada del maguey, en la época de florecimiento de la cultura Tolteca se atribuye el

descubrimiento del pulque a Xóchitl quien vivió durante el reinado de Tula Tecpancaltzin (Peña, 1990: 40).

El maguey (*metl* en náhuatl) o agave, es conocido como el “árbol de las maravillas”, fue una bebida muy importante porque se encontraba presente en todos los rituales a través de las sociedades que se desarrollaron a lo largo de milenios en Mesoamérica y Oasisamérica. (Fournier y Mondragón: 2012: 52)

En el proceso para la obtención del pulque se tiene que esperar a que el maguey esté maduro para “quebrarlo” que consiste en quitar el centro de la planta, con lo que por sí solo empieza a manar la savia, conocida como aguamiel, el cual es extraído con un instrumento llamado “acocote”, por un individuo a quien se le llama “Tlachiquero”. El pulque es llevado en jarros o pellejos a los tinacales o barriles mientras fermenta se llama “Tlachique” y al acabar la fermentación se llama *uctli* o pulque.

En algunos lugares se tiene la costumbre de añadir algún elemento que aporte sabor al pulque como apio, avena o frutas como ciruelas, guayabas, piña, etc., y que es conocido como “curado”.

En un artículo del Universal, se hacen una entrevista a Héctor Trejo, dueño de la pulquería el *Gallo de Oro* en Querétaro, con más de 63 años funcionando y comenta que la disminución en el consumo de pulque en México se debe a la mala publicidad por parte de la industria cervecera hacia el pulque, que se han dedicado a desprestigiar esta bebida antigua de México diciendo que se fermenta con excremento, dice él que, si acelera la fermentación, pero no de esa forma (El Universal,2012).

Entre los pueblos ñañhu u Otomíes, el pulque recibe el nombre de “yudo”, que significa “dos conejos”, para los Olmecas era “Mayahuel”, en honor de quien descubrió el aguamiel y el modo de rasparlo para que siguiera manando, mientras que “Pateatl”, su esposo, descubrió que con las raíces del maguey podía fermentar el aguamiel.

En tanto que dentro de la mitología de los pueblos Tarascos al pulque lo llamaron *urap* el cual fue dado a los hombres por *Thares Uperme*, Dios que vivía en Cumachen y que era cojo; porque los dioses, al estar emborrachándose en el cielo lo echaron a la tierra. (Peña: 1990: 43)

Han sido muchas las leyendas relacionadas con el pulque pues en la mitología prehispánica se le daba un papel importante, el evento más conocido es cuando Quetzalcóatl o Ce Ácatl Topiltzin es convencido por Tezcatlipoca de que beba pulque y tomó tanto que se sentía avergonzado así que decidió irse de Tula.

La revista *Arqueología Mexicana* tiene varios números dedicados a entender el origen y representación del pulque, en un artículo nos dice que, a través de códices encontrados en la Cuenca de México podemos saber que el consumo del pulque era restringido incluso a los dioses, pero también podían consumirlo previo a una guerra pues era una forma de dominar al oponente al ofrecer y esperar que consumieran.

“Los ancianos, enfermos, las mujeres recién paridas y los hombres que realizaban faenas pesadas. Además, quienes nacían el día dedicado a uno de los dioses de esa bebida, Ometochtli o 2 Conejo, estaban predestinados a embriagarse a lo largo de su vida. Únicamente cuando se celebraba la fiesta del décimo mes, dedicada a los muertos, todos los adultos tenían licencia para ingerirlo y era un día de grandes borracheras”. (Fournier y Mondragón: 2012)

Entendemos que en la cultura prehispánica esta bebida tenía efectos simbólicos determinantes en las vidas de las personas, las personas que nacían bajo su signo zodiacal tenían una vida estigmatizada por la ideología del pulque, además, era un elemento casi divino presente durante sus festividades.

Los relatos de los cronistas también nos dan una idea de las consideraciones entorno al consumo del alcohol, Peña hace una cita de Fray Bernardino de Sahagún de lo que dice el emperador inmediatamente después de tomar su cargo:

...este vino que se llama uctli que es raíz y principio de todo mal y de toda perdición, porque es causa de toda discordia y disensión y de todas las agitaciones de los pueblos y reinos; es como un torbellino que todo lo resuelve y desbarata; es como una tempestad infernal que trae consigo todos los males juntos. De esta borrachera proceden todos los adulterios, estupro y corrupción de vírgenes y violaciones de parientes y afines; de esta borrachería proceden los hurtos, robos, latrocinios y violencias; y también proceden las maldiciones, falsos testimonios, murmuraciones, detracciones, las vocerías, riñas y gritos; todas estas cosas causa el uctli y la borrachería. (Peña: 1990: 44)

Con esta cita podemos entender que el pulque, durante la colonia, para los españoles era considerado como el origen de todos los problemas indígenas pues al consumirlo sin medida cometían atropellos que los llevaban al desastre.

2.2.2. Tequila

Considerada como otra de las bebidas auténticamente mexicanas, es un aguardiente que se obtiene de la fermentación y destilación de la planta de agave azul que se cultiva en los estados de Jalisco, Nayarit, Michoacán y Guanajuato.

La palabra tequila tiene un origen náhuatl (*tequitl*: trabajo u oficio; *tlan*: lugar) por definición lugar de trabajo. Una acepción del término se remonta a la comunidad de Tequila, Jalisco, en donde se utilizaban piedras de obsidiana para raspar la penca, a éstas piedras se les llamaba *tecatlis* y el que manejaba la piedra *tecuilo*. (Sánchez: 2017)

Al parecer, la producción de tequila inicia en el siglo XVI, se cuenta que, por un accidente de la naturaleza, un rayo cayó e incendió un sembradío de agave que produjo el cocimiento de piñas, al acercarse los indígenas probaron un líquido que salía de las plantas y empezaron a reproducir este acontecimiento. (ídem).

En el año de 1795 doña María Guadalupe Cuervo obtuvo la primera concesión para producir este aguardiente y para el primero de septiembre don Cenobio Sauza iniciaba la exportación con tres barriles y seis botijas a Estados Unidos de Norteamérica. (ídem).

En la tesis de Marlene Cano (2016), se muestra un proceso productivo de la elaboración de tequila en Pénjamo, Guanajuato y describe de una forma precisa cómo es el proceso de elaboración del tequila. Su investigación se realiza en una cooperativa en la comunidad de Magallanes, Pénjamo, Guanajuato, en la que se han dedicado por varias generaciones a la elaboración del tequila, y es importante el cotejo de esta información para dar una idea de cómo se elabora y claro revisar su tesis por si se quiere saber todo a detalle.

La siembra de los agaves, su cosecha, la preparación de las piñas y demás ingredientes, el calentado del horno de piedra y el cocimiento de tres días. *Una vez que se han cocido las piñas se les exprime, cuela, destila y se obtiene el tequila que será puesto en barricas para diferentes presentaciones ya sea blanco, reposado y añejo.* (Cano, 2016: UAQ: 66 - 82)

Existen varios tipos de tequila, los cuales se diferencian en los procesos de elaboración y añejamiento. Nos dice Peña que el blanco se destila a 55 grados y se envasa y empaca de inmediato; el reposado es el blanco que se mantiene dos o tres meses en barricas de roble y encino, y el añejado prolonga su reposo por más de un año, hasta adquirir un color ámbar. (Peña: 1994: 44)

Es importante señalar que el tequila mantiene la denominación de origen, el cual fue otorgado en 1974. Tequila es un municipio del estado de Jalisco donde habitaban indígenas hñähñú e indígenas de alguna derivación chichimeca que, según datos históricos, inician la explotación del agave en el año de 1600. Para ellos esta bebida lo representaba con la diosa del mezcal, llamada Mayahuel. Hoy en día según datos del gobierno de Jalisco, la industria tequilera en el municipio es su principal fuente económica, de hecho en el centro del escudo se representan las plantaciones de agave.

Durante la primera década del siglo XXI, se desarrolló una demanda que ha tenido este producto en el ámbito nacional e internacional, las tabernas fueron creciendo y aumentando. Aún existen fábricas muy antiguas como “La Riojeña”, fundada en 1795; “El Tigre” (hoy La Constancia) fundada en 1823; Destiladora de Occidente (hoy “Tequila D’Reyes”) fundada en 1840; La Perseverancia (hoy Tequila Sauza) fundada en 1873; El Llano (hoy Tequila Azteca) fundada en 1876; La Mexicana (hoy Tequila Orendain) fundada en 1879. (González: 1998: 2000)

Esta región, por su producción tan importante, es lo que le ha dado renombre mundial al tequila. Su consumo ha estado presente durante muchas generaciones en nuestro país, el tequila es una bebida que forma parte de nuestra identidad como mexicanos. Su denominación de origen está regulada por las normas oficiales mexicanas como NOM-006-SCFI-2005.

2.2.3. Mezcal

La palabra mezcal proviene del náhuatl *mexcalli*, que significa maguey cocido, vocablo que durante algún tiempo compartió con la bebida del tequila, como se representa en la canción popular que a la letra dice “de Tequila su mezcal”

Según datos históricos, el agave ya era explotado por los indígenas que lo representaban con la diosa del mezcal, llamada Mayahuel. La leyenda cuenta que Mayahuel fue una bella joven Azteca quien abandonó su casa para unirse con el gran Dios Quetzalcóatl, quienes al unir su amor se convirtieron en dos ramas de un árbol de tupido follaje para no ser encontrados por la terrible abuela de la joven, la cual los mandaría matar. Quetzalcóatl vivió y Mayahuel murió comida por las estrellas. Después de enterrar su cuerpo, la primera planta de agave nació, pero fue quemada por un rayo de una tormenta invocada por los Dioses enojados con ella. Cuando finalizó la tormenta y el incendio, las hojas picudas y pencas fueron eliminadas, dejando solo el corazón de la planta (la piña) brotando la sangre de Mayahuel, un néctar dulce con sabor a miel y aroma seductor. Desde ese tiempo el néctar se convirtió en una bebida ritual y ofrenda ceremonial para los Dioses.

A la llegada de los españoles, encontraron tierras plantadas con este cultivo, el cual fue del agrado de los iberos, por lo que se siguió consumiendo no solo como bebida ritual sino en tabernas que se establecieron en la Nueva España. La primera fábrica de este licor se registra en 1600 por don Pedro Sánchez de Tagle, marqués de Altamira, quien dedico parte de sus dominios al cultivo y destilación del mezcal para producir tequila.

Actualmente y a partir de la declaratoria del tequila con *Denominación de origen*, y posteriormente al Mezcal las bebidas se diferencian por las particularidades otorgadas por el territorio en que crecen las plantas de ya sea *Agave angustifolia*³ o silvestre *Agave salmiana*, ya que las especies de agave que se utilizan en su elaboración, las formas de producción y otros aspectos más que se encuentran consignados en las denominaciones de origen respectivas (Carrillo, 2007, 42).

Es así como el mezcal conserva el nombre genérico de la región de mezcal en Oaxaca, aunque también se atribuye de la región de Mezcala, Guerrero. Su denominación de origen está regulada por las normas oficiales mexicanas como NOM-070-SCFI-1994.

2.2.4. Bacanora

El bacanora, es otra bebida que se elabora a partir de la fermentación del *Agave angustifolia*, que se reproduce en el territorio de Sonora, particularmente en el municipio de Bacanora, de donde toma su nombre y en donde se ha convertido parte de la identidad regional.

³ Esta es una especie muy variable y tiene muchas variedades cultivadas y silvestres. Es la especie con la distribución más amplia entre los agaves del mundo. Es la especie de *Agave* más ampliamente cultivada en Oaxaca. Guía de agaves mezcaleros de Oaxaca por Dr. Felipe de Jesús Palma Cruz y Mtra. Claudia López Sánchez.

Fue una bebida clandestina en los pueblos de Sonora y actualmente este destilado cuenta también con denominación de origen regulada por las normas oficiales mexicanas como NOM-168-SCFI-2004.

Se caracteriza por la destilación en alambiques permite que los alcoholes se evaporen y después del serpentín se mezcle con agua fría para que tenga condensación.

El bacanora está siendo protegido de forma más estricta, para evitar su uso producción desmedida y evitar la pérdida de calidad al favorecer a la distribución internacional como ocurrió con el tequila y ahora del mezcal, buscando que se comercialice localmente y que tenga una regulación de comercio a granel para mantener la debida protección a la denominación de origen y “se preserven los productos artesanales, locales con sabores y olores particulares que encierren en sí mismos la tradición del territorio donde se originaron” (Carrillo, 2007, 48).

2.2.5. Sotol

El sotol era una bebida prehispánica del norte de México y de los indios Anasazis, el cual era producido y consumido de la misma forma que el pulque gracias, pero esta forma de fermentación ofrece un porcentaje muy bajo de alcohol que va del 8 al 10%.

El sotol proviene de un agave silvestre que crece en clima desértico, se trata de un matorral donde crece una como cebolla blanca de la cual salen brazos espinosos de un color verde oscuro parecidos a la sábila, sus semillas son muy pequeñas. Estuvo en peligro de extinción pero hoy es una bebida que tiene mucho auge, gracias a estudios relacionados con la reproducción más efectiva y en menor tiempo de maduración se acelera el periodo de madurez de 10 a 2 años.

En la actualidad la elaboración del sotol, es muy similar al del tequila o del mezcal. Se meten las cabezas de sotol a hornos que van soltando vapor para que en un lapso de 72 horas queden cocidas. Las piñas después son machacadas para obtener el mosto del que se extrae el jugo.

El Sotol ya cuenta con certificación de la denominación de origen en tres estados principalmente en Coahuila y después en Chihuahua y Durango.

En la cantina de don Amado se consume de manera regular y tiene un sabor suave y tiene de 38 a 42 grados de alcohol, siendo con el mezcal una bebida que se tiene que tomar con moderación. La marca que maneja la cantina es Oro de Coyamel en sus tres presentaciones: Blanco, Añejo y víbora, y tiene apenas 2 años que se vende. La marca más reconocida y que se exporta a China, Estados Unidos, España y Rusia es la de Hacienda de Chihuahua.

Esta bebida estaba estigmatizada como muy dañina para el organismo y se decía que causaba muchos problemas principalmente neuronales, recuérdese la frase: “le dieron sotol para amarrarlo”, que se refiere a un enamoramiento a la fuerza.

2.3. La fiesta de San Miguel, Tolimán, un ejemplo del uso cultural del alcohol

Como ejemplo de la inclusión del consumo del alcohol dentro de contexto culturales, presento el caso de la fiesta a San Miguel Arcángel, en la comunidad de San Miguel Tolimán, Querétaro, en donde el consumo de alcohol durante la preparación, elaboración y culminación de la fiesta, es un elemento con múltiples funciones y que permiten el acercamiento al concepto eje de este trabajo, como es la cultura entorno al consumo del alcohol.

Sólo se citarán algunos datos de campo conseguidos en diferentes ocasiones en las que se asistió a San Miguel, sin embargo se considera conveniente hablar en términos generales de esta festividad.

En San Miguel, Tolimán, Querétaro. Se celebra la fiesta patronal a San Miguel Arcángel, la cual es organizada y llevada a cabo por “Cargueros”, quienes se responsabilizan de administrar y conseguir recursos para la fiesta, además de cuidar a *San Miguelito* y llevarlo de visita a varias casas. La fiesta gira en torno a la actividad culminante del levantamiento de El Chimal⁴, consistente en una estructura de madera y carrizo de unos 30m. de altura, a manera de frontal, la cual se cubre de Xotol o “cucharilla”, flores, frutos y otros elementos para adornar esta estructura a la que después levantarán 27 de septiembre de cada año.

Después de terminar la construcción y adorno de El Chimal, se procede al “levantamiento”, consiste en cargar la estructura en hombros hasta la puerta de la iglesia, en donde previamente han puesto dos postes 15 mts. Aprox. De alto y que serán el apoyo del chimal. Se amarran cuerdas de una pulgada de diámetro (aprox) por debajo del chimal y las pasan por el poste horizontal para hacer palanca e iniciar el levantamiento.

Estas cuerdas, que son fundamentales para lograr levantar la estructura, son “aflojadas” con un baño de licor *curado* con canela y es fundamental llevar a cabo esta acción, porque “si no, la cuerda pierde fuerza y elasticidad y puede romperse”, lo que ocurrió una vez y que es entendido como augurio de desastre y mala suerte o desastres y mala cosecha.

Además de ser imprescindible esta práctica, es común estar tomando alguna bebida alcohólica o de la misma botella de la bebida utilizada para mojar las cuerdas con las que se levanta la estructura, “un trago de vez en cuando”, durante los 10 a 15 minutos que dura el levantamiento.

Los *Mayores* o cargueros responsables de la fiesta, beben pulque, cerveza o tequila durante toda la festividad, pero a pesar de que los hombres de

⁴ Proviene de la voz náhuatl que significa escudo

San Miguel Tolimán consumen grandes cantidades de pulque y alcohol, no ven con buenos ojos que los visitantes se embriaguen durante la fiesta, de hecho lo toman como una falta de respeto al arcángel San Miguel y a la devoción que sienten los fieles por él, e incluso llegan a negar la venta de pulque argumentando que es para uso exclusivo en la fabricación del pan de pulque para la fiesta. Pero al contrario de lo que pudiera pensarse, no se dan peleas, sino que prevalece el respeto, así como una buena convivencia y alegría entre la comunidad y los visitantes.

Son cinco las danzas que participan en la fiesta: San Miguel, El Molino, Casas Viejas, Higueras y La Loma, y en los ensayos de estas también encontramos que es un buen pretexto para estar alegre y consumir más alcohol de lo acostumbrado, porque aún las tiendas de abarrotes que no se dedican a ese producto, venden discretamente.

Es mucha la responsabilidad por lograr que todo salga bien y llegan a comentar, que al finalizar sienten haberse liberado del encargo que les correspondía, y entonces, se dedican a festejar al Santo Patrón bebiendo con sus amigos y reforzando el reconocimiento que de que se cumplió como familia. Tiene mucho significado lograr completar con buen fin, *El tiempo de la Fiesta*, y es entendible, que el consumo del alcohol permita destensar conflictos previos.

El alcohol cumple una función socio-cultural durante esta fiesta patronal comunitaria, su consumo también genera conflictos, pero al estar en un tiempo liminal festivo, criterios de sanción disminuyen.

No estamos ante la presencia de un estado de embriaguez o una borrachera constante, se trata del consumo del alcohol como actividad socializadora y simbólica que aumenta y fortalece las relaciones comunitarias al compartir una bebida ritual.

2.4. ¿Qué es una cantina tradicional?

Antes de introducirnos al estudio de caso, es necesario definir la conceptualización del espacio de consumo alcohólico que nos ocupa, para lo cual es preciso para este fin, explicar a la cantina tradicional.

Las cantinas tradicionales en Querétaro son espacios sociales en donde se crean y reproducen relaciones de diversa índole en torno al consumo de bebidas alcohólicas, las cuales se manifiestan a través de patrones culturales, socialmente aceptados o sancionados, y que tratamos de explicar de manera objetiva desde una perspectiva sociocultural.

Como espacios de socialización, en las cantinas se dirimen una serie de situaciones interpersonales; se tejen relaciones sociales, sirve para disipar penas, se hacen negocios al interior, se sancionan tratos, se efectúan ritos (por ejemplo, la mayoría de edad). También es un espacio económico al que se acude por la buena comida, por el precio de las bebidas, por su ubicación, y es un medio de sustento para la familia encargada de su operación.

Las cantinas consideradas como tradicionales a las que nos referimos son empresas familiares que se han reproducido generacionalmente siguiendo patrones de organización familiar y empresarial –formas de organizar el trabajo– ante modificaciones en el entorno, haciendo adaptaciones e innovaciones, enfrentando el conflicto entre la necesidad de supervivencia como empresa, al mismo tiempo que mantenerse como tradicionales, realizando ajustes en las estrategias de comercialización sin perder la esencia en las funciones socioculturales que cubren, en donde *La Tradición* parece ser parte de una estrategia comercial y también de identidad.

Bajo la perspectiva mencionada, se hace referencia a los trabajos que se han efectuado acerca de las cantinas y espacios similares en torno al consumo de alcohol, debido a sus implicaciones sociales, culturales, económicas y hasta políticas. Se podría decir, que la cantina es un escenario donde se juegan una serie de necesidades sociales de los asistentes.

Reflejan una estructura sociocultural construida en un espacio que tiene diferentes connotaciones las cuales, el actor que ingresa a este tipo de espacio irá descubriendo e integrando dentro de su bagaje cultural en un conjunto de elementos tanto simbólicos como materiales que se han construido en tono al consumo del alcohol.

Para Stross (1991) la cantina mexicana conforma un escenario que posibilita el estudio de las normas de interacción, así como de los aspectos determinados e indeterminados de la comunicación, debido a que una de las razones primordiales por las que una persona entra a una cantina, es la necesidad de interactuar a través de comportamientos socioculturales que no serían aceptados en otros contextos.

Junto con esto, se convierte en un lugar en donde se establecen una amplia serie de procesos complejos que generan normas, rituales, patrones de acción propios de cada necesidad y espacio.

Sobre la cuestión de las funciones de los bares, casinos, tabernas y cafés se han realizado importantes estudios en España por autores como Edward Hansen (1976), Stanley Brandes (1979), Hank Driessen (1983), los Corbin (1984) (todos citados en Gilmore: 1975, 1985, 1991b). Estos trabajos realizan una descripción de las funciones sociales que se llevan a cabo, y nos proporcionan un aporte para el entendimiento de los procesos sociales que se generan en las diferentes cantinas tradicionales que son objeto de esta investigación, de entre los cuales se mencionan algunos:

Como lugares de recreación, los establecimientos de bebida alcohólicas, proveen un contexto para tejer relaciones interpersonales en un ambiente de dispersión, relajamiento y desahogo, en donde el alcohol es el propiciador de conductas que solo son permitidas dentro de este espacio liminal.

Como espacio de negociación política, Hansen (1976 citado en Gilmore 1985) muestra la forma en que estas funciones estratégicas fueron intensificadas en España durante el Franquismo, en donde los individuos acudían a las tabernas como lugar permitido para la crítica y desahogo político contra la represión social.

Como espacio de reproducción cultural, Driessen (1983) nos dice que históricamente, los bares han sido un espacio para el mantenimiento de la dominación masculina y el constructor de la identidad del “macho”. Los varones han usado el bar como un tipo de club exclusivo de hombres donde establecen rituales masculinos de intercambio. En el bar se mantienen alejados de la casa, así evaden a sus esposas para manejar símbolos masculinos de superioridad y poder. Además, excluyen a las mujeres de los negocios y acuerdos políticos ocultos.

La situación en cuestión de género ha ido cambiando por que la cantina se encuentra en un contexto socio-cultural complejo que responde y se adecúa a los cambios y nuevas formas de comportamiento de los habitantes de un lugar determinado.

El acceso de las mujeres a las cantinas y pulquerías ya es permitido y es observado como una práctica común en algunos sectores de la sociedad dónde la mujer en su desarrollo personal o profesional decide a qué lugares asistir y es cuestión de elección. Ahora en las cantinas las mujeres llegan y mantienen una convivencia similar a la de los hombres, artistas femeninas tan reconocidas como Chavela Vargas o Frida Kahlo ya se presentaban en las cantinas para hablar del mal de amores y expresar las penas, así como lugares de encuentro de personalidades dedicados al área artística.

Cada cantina, adquiere características particulares de las sociedades y comunidades en donde se localizan, convirtiéndose en espejos de todas aquellas normas y patrones socioculturales que rigen en el espacio y en tiempo determinado, es por esto que retomamos el acercamiento de un caso, en el que podamos observar los patrones culturales que se reproducen y replican al interior.

CAPITULO III. LAS CANTINAS Y PULQUERIAS EN QUERETARO

En este capítulo se presenta una breve descripción histórica de Querétaro que va desde los años 40 hasta la actualidad haciendo énfasis en el comercio que se realizaba en relación a las cantinas y pulquerías que el día de hoy son consideradas tradicionales, para definir las características contextuales de esos tiempos y para llegar de manera particular a la cantina tradicional de Don Amado.

La información que aquí presentamos, no surge de una revisión bibliográfica, sino de la reconstrucción histórica oral de informantes, quienes vivieron en la ciudad y que contaron su relación directa e indirecta con las cantinas y pulquerías. Expresan en sus memorias no solo el recuerdo de las cantinas, sino los sentimientos y vínculos que se unen a ellas, por lo que resultó una experiencia enriquecedora en relación a la percepción y construcción social en torno a las cantinas y a la vida social en donde se instauraban. Es por esto que dedicamos unos párrafos a la presentación de dichos informantes y el contexto en el que se da la narración.

Los entrevistados:

- **Antonio Kanchi** a quien todos llaman por su apellido (Kanchi) y aparecerá a lo largo de la investigación como tal. Es originario de esta ciudad y su padre tuvo una cantina durante muchos años en la calle de Pasteur con independencia, actualmente es comerciante y ha buscado oportunidades para hacerse cargo de una cantina, estuvo un par de años atendiendo la barra de la cantina **la Casa Verde**, todavía un año antes de la entrevista.
- **Francisco (El Toluco) López**. De 60 años. Aparece como Pacho, él ha tenido varias cantinas y esta forma de ingreso, ha sido el sustento para su familia. Al momento de la entrevista (2008) se encontraba con un nuevo proyecto y estaba esperando el resultado de un pedimento de licencia para volver a abrir una cantina.
- **Julio Cesar Cervantes**, Aparece como Julio, ha sido habitante de la ciudad desde su nacimiento en 1965. vivió en la calle Madero hasta los

20 años, como personaje artístico y músico reconocido, asistía a diferentes cantinas de la ciudad y la información obtenida es en cantinas e historia de la ciudad.

- **María Eugenia Hernández** 63 años, vivió en el centro histórico hasta que se casó, por lo que en su cotidianidad, tuvo cercanía a las cantinas que se encontraban en este espacio, a los actores que acudían, su testimonio ayudó con los datos para saber cómo era Querétaro y también como eran las cantinas desde otra óptica.
- **Antonio Ramírez** de 60 años de edad, es el último de los informantes con él que me apoyé para saber cómo eran las cantinas en Querétaro, él siempre ha sido comerciante de diferentes artículos y recurrió a muchas cantinas en su juventud y sigue siendo usuario cotidiano y habitante de la ciudad.

3.1 Breve historia de la actividad comercial

*“Antes se decía que en Querétaro
había más pulquerías y cantinas que escuelas”
Antonio Kanchi (2015)*

La reconstrucción histórica de este paisaje se realizó a través de relatos testimoniales obtenidos en dos temporadas de investigación; en el verano de 2008 y durante el año del 2017 a los informantes mencionados y otro grupo de personas de entre 60 y 70 años de edad, habitantes de la ciudad que vivieron varios procesos de cambio cuando las cervecerías, pulquerías y cantinas tenían su operatividad a principios de la década de 1940.

Es en este contexto en donde inicia nuestra referencia para la instauración de cantinas que el día de hoy permanecen en servicio y que son consideradas como tradicionales. Su pesquisa nos remite al propio desarrollo de la ciudad y a su actividad cotidiana y económica.

En la década de los años 40 la población de Querétaro no sobrepasaba a los 50 mil habitantes COESPO, las calles, eran empedradas, solo el cuadro del centro era adoquín, y las aceras de baldosas se percibían solitarias a las 10 de la noche, todo estaba muy solo y se oían los pasos de las personas al caminar. Calles como 16 de septiembre y el jardín Obregón estaban muy solas, pues eventualmente se vía pasar un coche, y frente al jardín de plaza de Armas, estaba la parada de los camiones foráneos, que era vista por niños y adultos como un espectáculo novedoso (Julio, 2017 y Maru 2017).

“Los camiones contaban con dos bancas de madera en su interior como para 20 a 30 personas, nunca vi un camión lleno, si acaso 10 personas cada que pasaba, sólo daban la vuelta al centro, subía por Cinco de Mayo a la cruz y luego a Independencia y a los Arcos y por Juárez, Corregidora estaba cerrado no rebasaban la veintena de unidades de transporte público” (Maru, 2017).

En los portales de independencia le decían el portal de los panaderos, ahí se concentraba la venta de pan y se podían ver unos canastos grandes donde se ofrecía los diferentes tipos de panes dulces y salados. En este mismo espacio se encontraban varios escribanos, sentados en escritorios con máquinas de escribir algunos, y otros haciendo cartas a mano ya que en esa época, había mucha gente que no sabía escribir y era difícil y caro acceder al servicio telefónico. (Maru, 2017)

En la parte económica, las referencias coinciden en que la mayoría de la población tenía un trabajo vinculado a la producción agropecuaria y que la producción y comercialización de leche era una actividad fundamental en la ciudad, así recuerdan los informantes que una de las principales haciendas productoras de leche en la ciudad era la Hacienda de Carretas, y que de ahí salía la leche Aracely, la que comúnmente consumía la población.

La distribución de la leche se realizaba de puerta en puerta por medio de carretas que eran tiradas por caballos percherones y que se distribuía en un

canastito de alambre en donde cabían unas ocho botellas: “se oía el sonar de las pisadas del alto caballo y del sonar de las botellas, pero sólo las personas de dinero podían comprar, era la leche de primera, los demás a la leche de segunda que era la que vendían en las lecherías, eran unas tinas que llenaban de leche, con botecitos de $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{2}$ y $\frac{3}{4}$ o 1 litro dependiendo. La leche costaba 1.20 (Un peso con veinte centavos) el litro”. (Maru)

En relación a los comercios de la ciudad, en los años de la década de los 40's había una tienda muy importante llamada **Luz del Día** sobre la calle de Juárez entre madero y Pino Suarez, esta surtía por mayoreo y medio mayoreo a muchas de las tiendas de abarrotes de la ciudad. Otra tienda importante era la **Casa Ruiz** que vendía la ropa que compraba la gente para vender. En la calle Ezequiel Montes, sobre Juárez y Madero estaba una tienda de moda para personas de clase alta llamada la **Ciudad de México**, “vendían de todo, pero cosas exclusivas para los ricos.

Sobre Madero había una sedería o mercería llamada **Sedería Muñoz**, cosas de papelería, y también una librería llamada el **Sagrado Corazón** frente a Woolworth en esta se compraban los libros de la escuela. La botica **Balandra** se ubicaba en los Portales de los panaderos y de los escribanos. Todavía podemos encontrar rastros de estas tiendas antiguas con estanterías y cajoneras de madera, y todavía funcionando, encontramos la botica **Guadalupana**, sobre Juárez, la **Balandra** en la calle Lucas Alamán.

En los años 60 se inician los cambios en las calles del centro, la más representativa es la calle de Corregidora cuyo trazo obligó a tirar casas y reubicar el panteón de San Sebastián al barrio de la Cruz que hoy en día se le conoce como el panteón de los queretanos ilustres, esto debido al crecimiento demográfico y del comercio en la ciudad que empezaron a buscar vialidades más amplias.

En estos mismos años la calle de Damián Carmona, conocida como el Pinito, era muy angosta, con mucho carrizo, y donde se tiraba la basura, era una calle por donde pasaba mucha gente a lavar su ropa al río y jóvenes que iban a

nadar a la presa de San Isidro, esta calle por ser muy transitada fue ideal para que iniciara el comercio y es así como en esta década abre la cantina Bar 201.

Otra zona propicia para el comercio, porque estaba cerca del mercado Escobedo, de la estación de trenes, de la cárcel y posteriormente de la apertura de la calle Corregidora, era la calle de Cabrera, que es ahora el andador Libertad desde Pasteur a Corregidora, la mayor parte de las casas de esa calle fueron acondicionadas como tiendas de abarrotes y jarcerías, fondas, cervecerías, pulquerías y cantinas.

3.2 Cómo eran las cantinas

Existen muchos recuerdos de cómo eran las cantinas y de cuales han sido las principales transformaciones, tanto en relación con su estructura, las personas que asisten, o las bebidas que en diferentes momentos se han consumido. Los informantes, tanto dueños de cantinas como asistentes a ellas desde los años 40, cuentan en relación a la operación de las mismas.

Las cantinas de esa época se distinguían por tener el piso cubierto de aserrín, y no todas contaban con baños: *“en la esquina había un hoyo y ahí te orinabas, nomás estaba rodeado de aserrín, cantina que no olía a orines no era cantina, se les ponía unas hierbas de olor, no había ni cloro ni pinol, se les ponía hielo, limones, naranjas, hasta ajo”*. (Antonio)

Las normas de higiene y conducta también variaban a partir de las instalaciones con las que contaba el establecimiento, se trataba de espacios considerados como exclusivo de varones y además de no ser espacios para grupos sociales de clase alta, por lo que no era necesario cumplir con estrictos cánones de conducta social:

“Al llegar a la cantina veías el aserrín, el aserrín estaba en la barra, la gente se orinaba en la barra se recargaban y ahí orinaban, estaba permitido, estaban las escupiteras en la barra también, en las cantinas la gente que entraba era brava, era macha, llegaban y escupían para

demostrar su hombría y su virilidad, cuando ibas a pelear escupías en el piso antes, escupían a un lado para decir, vales madre” (Antonio, 2017).

Algunas otras narraciones, dan cuenta de que las cantinas y pulquerías en esta época también representaban un lugar donde los varones podían convivir sin muchas restricciones y arreglar asuntos o ponerse al día. Nos cuentan que algunos hombres que llevaban a sus mujeres al mercado a hacer las compras del mandado para la casa, asistían a estos lugares ubicados cerca de los mercados mientras ellas se ocupaban de estos asuntos, entonces eran lugares *de espera*.

Otro dato que llama la atención es que había mujeres que iban a surtir su mandado al mercado pero al pasar por alguna cantina, que ya conocían, pedían algún vino (para el marido) que ellas se tomaban. (Maru)

También encontramos relatos de muchas de las cantinas que iniciaron siendo tiendas de abarrotes con un espacio particular dedicado al expendio y consumo del alcohol. Estas tiendas-cantinas eran divididas en algunas ocasiones solo por una puerta o por una cortina y no era extraño que durante las compras los varones y algunas mujeres se tomaran alguna bebida etílica.

Ejemplo de esta forma de operación es la cantina el **Faro**, considerada como una de las más antiguas de la ciudad:

El Faro era para viejitos su dueño era Don Inés, del lado de la tiendita las mujeres pedían sus carmelitanas (hiervas cocidas con alcohol) y la cañita (caña hervida con canela y alcohol del 96), se servían al tiempo, había veces que compraban algo de mandado y pedían alguna bebida, o también el jerez con su huevo, se tomaban su vasito y se iban a seguir sus labores, había veces que todavía no abrían y ya estaban esperando, eran las 7 y ya había gente formada. Los viejitos también con una se emborrachaban. La cantina como era chiquita y de muchos años era muy tranquila y por eso iban la gente ya mayor. Don Inés tuvo cuatro hijos Amalia, Margarita, Consuelo y Rodolfo que como único hombre se hizo cargo (Pancho, 2017).

En relación a las interacciones y los roles de quienes asistían, las cantinas son un reflejo de la división y roles de género que predominaban en las décadas de los 40s y 50s, Antonio nos dice que en todas las cantinas se daba esta representación del macho mexicano, y que como era un espacio para hombres el lenguaje era muy “florido”, con muchas palabras altisonantes y tratos de masculinidad.

Los buscapleitos, eran muy comunes en las cantinas, también “el gandaya”, aquel que llegaba y exigía le invitaras la copa, todo esto como parte de la interacción social propia de las cantinas:

“Así nomás llegabas y te decían qué me vez cabrón, soy o me parezco, iba gente tranquila, pero entrar a una cantina era sinónimo de pleitos, pero los parroquianos respetaban al dueño, el dueño era la ley, a veces se metía y era intocable, si le pegaban al dueño todos los parroquianos se les iban encima, tenía autoridad el cantinero” (Antonio, 2017).

La información proporcionada nos dice que eran espacios principalmente visitados por varones, y que las mujeres que se encontraban en el interior de una cantina eran consideradas “mujeres de la vida galante” y se distinguían por tener atuendos, peinados y maquillajes que las distinguían. Había en la mayoría de las cantinas, letreros haciendo alusión al tipo de personas que no eran bienvenidas con la leyenda: “no se permite la entrada a mujeres, uniformados y niños”.

La participación femenina dentro de estos espacios ha pasado por varios momentos: cuando las cantinas se encontraban dentro de tiendas (tiendas-cantina), la figura femenina era fundamental, ya que por las mañanas eran ellas quien atendían este espacio. Por las noches, la función del espacio era claramente diferenciado y no había presencia de mujeres de la familia, pues ellas ya no ayudaban en horario vespertino-nocturno en estas décadas y probablemente hasta los años 70, porque las mujeres que estaban en las cantinas en horarios nocturnos, eran consideradas como damas de compañía.

Para la ciudad de Querétaro, esta referencia se encontraba de manera particular en los establecimientos ubicados en la denominada Zona Roja o en la calle de Cabrera, ahora andador Libertad.

Recuerdan particularmente a Yolanda, *una güera*, que iba a cantar a **la perla**, decía la gente que ahí había mafia, que era un lugar donde se jugaba, apostaba y había mujeres. En la pulquería **el gallo de oro** había una cantante que siempre estaba ahí, durante muchos años se le ubicaba pero ya era parte de algo propio de ahí, que se respetaba.

Comentan que había cantinas como la de *Chava Invita* que había “reservados” o “apartados” que eran espacios con varias mesas que tenían un acceso independiente a la entrada principal de la cantina, donde iban familias (padre, mamá e hijos) principalmente a comer y sólo el hombre podía pedir alcohol. Iban a comer porque la comida preparada en las cantinas (después se llamaría botana) era una delicia para muchas personas y por eso algunas las cantinas tenían servicio de comida para llevar. Había clientes que mandaban a su esposa o hijos a comprar la botana y en muchas ocasiones sabían que era lo que se preparaba, según el día de la semana.

Es muy interesante la narración con respecto a la manera en que las mujeres han ido interactuando con estos espacios a lo largo del tiempo, se menciona que era común ver en los establecimientos a mujeres sentadas en el alfeizar de los ventanales de las casas antiguas o paradas recargadas en la fachada cerca de la entrada fumando un cigarro⁵, eran mujeres de compañía que si entraban a la cantina pero sólo cuando algún cliente entraba con ellas.

Raúl hijo del señor Amado comentó por qué las mujeres no entraban a la cantina a menos que fueran: Mujeres dedicadas a conseguir clientes o mujeres acompañadas y como responsabilidad del cliente que las llevaba:

“Las mujeres no entraban a la cantina porque generaban muchos conflictos, ya al calor de las copas no faltaba quién le mandara

⁵ El consumo de cigarro en las mujeres era considerado como una falta de moral grave y un símbolo para identificar mujeres de la vida galante.

alguna bebida o se le quedara viendo, además las malas palabras que se decían en una cantina no eran propias para una mujer”.

(Raúl, 2017)

Así vemos como las reglas estrictas de una cantina que anuncia la prohibición de entrada a niños mujeres y uniformados (policías y militares), empieza a tener sus excepciones pues en algunas cantinas entraban mujeres como damas de compañía, en esas mismas o en otras entraban como pareja de algún cliente y además había *reservados* en unas cantinas para familias completas que incluía niños.

Para clientes uniformados, que en algún tiempo tuvieron el acceso restringido, había cantinas que les brindaban el servicio como nos cuenta la señora Maru:

“Los policías y soldados tenían mujeres sentadas en sus piernas, se veían cuando uno se asomaba (por debajo de las puertitas) que estaban en las sillas y las mujeres en sus piernas tomando también” (Maru, 2017).

Estas cantinas se encontraban en la calle de Cabrera (ahora andador Libertad), la señora Maru los identifica como policías y soldados siendo ella una niña, y sugiere que estas cantinas tenían reglas distintas de funcionamiento.

De los datos obtenidos de la señora Maru se explica la botana como una estrategia de venta y mantenimiento del cliente, *pues como daban de comer en la cantinas y pulquerías, los hombres podían pasarse todo el día ahí* y eso era todos los días, pero también se daba la posibilidad de disfrutar de la comida y bebida de las cantinas guardando los cánones, ya que se podían solicitar las bebidas y la botana para ser consumida en los hogares como cuentan varios de los entrevistados:

La señora Maru cuenta que su madre la enviaba para comprar caldos al bar 201 donde iba con frecuencia su padre, y por una ventanita le pasaba la olla para que se la llenaran. También que en algunas ocasiones mientras su padre estaba ahí tomando pedía de favor que mandaran caldo a su casa.

“Mi papá era muy bien atendido en la cantina “Bar 201” por don Enrique dueño de la cantina que en los 60’s estaba en Gutiérrez Nájera esquina con 16 de septiembre enfrente del Faro, y era porque hacía tratos con materiales para la construcción” (Maru, 2017).

Maru comentó que su padre, dedicado a llevar material para la construcción a diferentes estados de la república, en ocasiones pasaba a esta cantina y dejaba algo de la carga y así el cantinero le daba bebida comida y hasta hospedaje, eran tratos que hacían y por eso el mismo cantinero mandaba comida y bebida al domicilio de la familia cuando este se ausentaba.

Julio también relata cuando su mamá lo mandaba, en los años 60’s, por botana a la cantina y por pulque a *La Chinampa*, ubicada sobre la calle de Pino Suarez e Ignacio Pérez, también recuerda ir por los caldos a la cantina *El Tíber* entre Nicolás Campa y Madero; recuerda que veía una botella sin etiqueta con un cristal arriba donde se realizaba una preparación a base de tequesquite y alcohol, la cual funcionaba como nuestra del proceso aunque había unas ya preparadas para la venta como digestivos (Julio, 2017).

Los informantes recuerdan que las pulquerías también eran muy frecuentadas y muchas de ellas tenían una ventana pequeña del tamaño del torso de una persona y por ahí se daba el servicio del pulque para llevar, que era servido en jarras que llevaban los clientes.

Incluso algunas mujeres también pedían algún tipo de bebida que les era vendida para llevar o consumir afuera del establecimiento después de que acudían al mercado. Ir al mercado era algo que se hacía todos los días, pues no había el almacenamiento de despensas en los hogares como hoy en día y la gente compraba los alimentos frescos para consumo familiar al día.

Al dar un salto de 50 años, observamos que hoy en día la cantina opera con otras normas y patrones de conducta y operación a las expresadas por la memoria oral de los entrevistados. Las pulquerías, todavía tienen una connotación negativa para algunos grupos sociales, son embargo, encontramos que las cantinas actualmente tienen reconocimiento y aceptación social, a ellas

acuden jóvenes de diferentes estratos sociales, existe apertura al ingreso. Ahora entran mujeres y existen cantinas que especifican que son aptas para que familias asistan a comer y que “el ambiente en algunas es 100% familiar”. Las edades de los asistentes son muy variadas, y se registran asistentes que van desde los 18 años de edad hasta los 70 y 80 años de edad. También hay cantinas donde predomina la asistencia de mujeres, y en ocasiones, comentan los dueños de estas, son quienes pueden llegar a consumir más bebidas que los hombres.

En la época de los 70's, las cantinas podían abrir todos los días aunque no se contara con licencia de restaurante. Nos narra Kanchi que los domingos, su padre lo dejaba a cargo de la cantina y no se vendía mucho, pero le quedaban 20 o 30 pesos de ganancia y era mucho dinero, aunque él tenía que darle a su mamá la mitad de sus ganancias, era una cantidad que le servía para mucho, pues un refresco costaba \$50 centavos.

En lo personal Kanchi disfrutaba mucho ir los domingos pues la paga era buena y los clientes ya lo conocían porque él iba a bolear los zapatos, le daban \$10 pesos y hasta 20 pesos, él dice que porque a los clientes les gustaba decir *“miren el hijo del dueño me da bola”* y también así generaba dinero. Al quedarse el domingo a cargo se sentía mayor y con control del negocio, aunque los clientes en ocasiones no le pagaban, o le hablaban de escuincle, y pues su papá se tenía que encargar de cobrarles cuando los encontraba.

“Antes las cantinas estaban llenas los lunes y martes, bueno todos los días, era buen negocio”. (Kanchi, 2017) Ahora las cantinas incluyendo la de Don Amado tienen baja clientela los primeros días de la semana, algunas cantinas llegan a tener alguna promoción por ese motivo.

En lo que se refiere a los diferentes grupos sociales que acudían a estos espacios, estaban los bares que se consideraban como de más “caché” (en donde se recibía a personas de nivel socio económico alto) y las cantinas que se consideraban de mala muerte (enfocadas a la atención de clases populares).

Como ejemplo de esto, los entrevistados mencionan el **Centro social**, un bar en la calle Madero de mucha categoría.

En las cantinas había de todo gente que pagaba la cuenta, juegos lúdicos para vender y que bebieran más, iban a festejar un evento, era para hacer tratos después de unas bebidas, llegar a relajarse después del trabajo, tener un espacio tranquilo donde pasar antes de casa, la gente venía a ver el box, lugar de encuentro para beber y conocer gente, lugar acordado para comer, pero con bebida alcohólica, se va a socializar bebiendo, “el entrar a una cantina significa beber”, lugar para ver el futbol. (Juan, 2017)

Dentro del recuento de cantinas que se mencionan en la memoria de los entrevistados, para contextualizar las cantinas en Querétaro se mencionan algunas de ellas. La información sirvió además para conocer el nombre, ubicación y nombre de algunos dueños de las cantinas fundadas desde los años 40, y se incluye de forma breve en la investigación:

- **Cantina El 36 Colorado** estaba en una zona de tolerancia ubicada en por la calle de Zaragoza, cerca del tanque de agua, su dueño era Nicolás Moreno.
- **Cantina El Gene**, Con el nombre oficial de *El Dandy*, se ubica en Héroes de Nacozari número 9, esquina con la calle de invierno en el barrio del Tepetate, inicia en el año de 1963, cuando Felipe Morales Díaz, conocido como *El General*; compra la licencia para vender alcohol. De manera popular se decía... vamos por un trago con el Gene..., y es así que este espacio queda reconocido con su nombre actual.
- **Cantina Chava Invita**, se llamaba en un principio **El Prado**, ubicada en la calle de Héroes de Nacozari número 27, esquina con Cuauhtémoc, frente a la antigua estación del tren, en el barrio del Tepetate. Tiene como fecha de fundación 1944 Su dueño actual es Cristian Areola González
- **La Góndola**, con más de 80 años de existencia, ubicada en las calles de Guerrero y Allende. Posteriormente se traslada a la calle de Cuauhtémoc junto a lo que hoy es **La Casa Verde**, esta cantina desapareció.

- **Pulquería El Cachete** era una de las muchas pulquerías que se situaban en el barrio de el Tepetate, tales como **El Cachete, El Maguey, La Atómica, El borrego, El perico**.
- Otra cantina que hasta el día de hoy perdura es **EL Gallo Colorado**, cuyos inicios se localizan en la calle de 20 de noviembre y actualmente en el barrio de San Roque, atendido por Héctor Trejo.
- La cantina del **Bar “201”**, Fundado en 1944 por Don Ezequiel Rivera, le pone el nombre en honor a los soldados del escuadrón 201 que participó en la segunda guerra mundial, se ubicaba en la calle de Gutiérrez Nájera. Actualmente su dueño es Saúl Rivera Villalba, lo administra en la calle de Ejército Republicano a donde se mudó en el año de 1999.
- **Monte Casino**, es otra cantina que tiene sus orígenes en los años 40, ubicándose en la zona roja que se ubicaba detrás de la Iglesia de La Merced fundada por Doña Baldomero Durán, quien le vende la licencia a Agustín Ángeles quien traslada el negocio al andador libertad. Su esposa cuenta que en los años 70, se da un desalojo de las cantinas del centro de la ciudad pues “lo afeaban”, por lo que terminan abriendo el negocio en la colonia Niños Héroe en donde se localiza en la actualidad y es atendido por los hijos de don Ángel.
- **El Gallo Giro** era del Manzano. Entre las anécdotas que se cuentan en torno a esta cantina es que el torero Manolo Martínez la visitaba muy seguido.
- **El Palenque**, ubicado sobre 16 de septiembre en lo que antiguamente era el cine Reforma, Su propietario era Toño González.
- Otros establecimientos en donde se consumía alcohol eran El **Salón Querétaro** y el **Salón Victoria**, estaban ubicados en la calle de Madero y eran espacios a los que podían asistir personas de estratos medios y altos de la sociedad.
- **Bar La Perla**, ubicado en las calles de Pasteur e Independencia, pertenecía a la señora Dorantes. En un inicio era tienda, jarcería y cantina, “en esa época sobre independencia también estaba la cárcel, entonces todas las cantinas y pulquerías tenían un lugar estratégico”. Ahí en la

Perla llegaban *rancheritos* que bajaban de los cerros con dinero y ahí se lo jugaban.

- Luego Don Manolo, se hizo dueño de **La Perla** y abre donde era **Gutierritos**, otra cantina que estaba enfrente de la plaza de la constitución y sobre esa misma calle estaba
- **Cantina El Ángel y la Ópera** En los portales denominados como El Portal Quemado, sobre la calle de Corregidora perteneciente a don Ponchito.
- **Don Baldo** se le conocía como el sorcho del **Globo** (contaba que había sido revolucionario)
- **El Parlamento** se encontraba ubicado en zona que se le conocía como la zona roja atrás de la iglesia de la Merced.
- En **Las Jainitas**, hacían cacahuete para vender y surtir muchas cantinas. (Antonio)
- **La Selva** Fundada por la familia González Rivas y su cabeza “Don Picapiedra” en los años 40, era tienda y cantina, en la calle Cuauhtémoc a la que los hombres acudían por un trago después de la jornada laboral. Posteriormente su hijo Pedro retoma el negocio dándole un giro taurino y estableciendo diferentes franquicias en la ciudad.
- **La Casa Verde**, Ubicada en el Barrio del Tepetate, en la calle de Cuauhtémoc número 45, de Doña Josefina Quirard y José Antonio González, tiene 50 años de existencia. Se quemó en el 2015 y actualmente sigue en operación.
- **Pulquería La Puerta del Sol**, sobre la calle de Doctor Lucio.
- **Pulquería El Charco** ubicada en la calle de 21 de marzo,
- **Todos Contentos** en la esquina de Zaragoza y Manuel acuña.
- La pulquería **María Varela**, en universidad ahora.
- Nos cuenta el Sr. Antonio que en la calle de Madero estaba la Plaza de toros y una plaza de lucha, el cine reforma, y había un palenque de gallos en el paseo de San Francisco en seguida de donde está ahora la tienda de Woolworth
- Pulquería **Que vas que entro** abre a principios de los años 40’s y cerró en los 80’s sobre Cuauhtémoc.

- En un inicio casi todas las cantinas eran tienda y cantina, por donde está la selva había una que se llamaba **La Tienda** y era tienda y cantina.
- Ahí en Cuauhtémoc había una tienda y cantina en la que las hijas del dueño se hicieron cargo del negocio, pero quien sabe si venderían el permiso.
- **Bar la Unión** Se ubica en el Barrio de San Francisquito, en la calle de 21 de marzo, número 42, fundada en los años 1920 por la familia Morales.
- **Bar mi oficina** ubicado desde los años 40 en la esquina de Ezequiel Montes y Morelos.
- **El Barrio Alegre**, perteneciente actualmente a la familia Arvizu Ortiz, se ubica en la esquina de Arteaga y Nicolás Campa, presume de tener 125 años de tradición que inicia Don Baldomero N, primer dueño de este establecimiento, cuya ubicación estratégica en el año 1890 de su fundación se daba por ser el paso obligado de viajeros que llegaban o salían de la central de camiones que se ubicaba en el Carrizal, al igual que trabajadores que llegaban a la ciudad o de paso a su trabajo, en las Haciendas de Carretas por ejemplo u otras personas que llegaban de Santa María Magdalena, Carrillo o El Pueblito.

3.3 Qué se consumía y cuáles eran los centro recreativos

De acuerdo a la historia narrada por los entrevistados y sus vivencias, hacemos una reconstrucción de la cultura entorno al consumo del alcohol en Querétaro y de la vida que se llevaba a cabo al interior de las cantinas, para así, definir los cambios que se han presentado en esta actividad y en estos espacios.

Kanchi (2017), cuenta que la principal productora y comercializadora de alcohol en los años 60's era la Naval Queretana de Don Enrique Basaldúa⁶ y que ésta había estado fácilmente funcionando desde veinte años antes, era de donde se surtían la mayoría de los establecimientos de venta de licores en la ciudad,

⁶ Otra de las distribuidoras importantes es Bodegas Queretanas. Es la comercializadora de la cantina de Don Amado.

además de distribuir a otros municipios por medio de vendedores como a Jalpan, Coroneo y Apaseo el Alto.

Las principales marcas que se vendían eran los Brandy: San Marcos, Cheverini, Don Pedro, Presidente, Fundador y Terry. Los tequilas más pedidos eran Cuervo blanco, Orendain, Sauza. En tanto que los rones que más se vendían eran Canaima, El Potosí, Castillo, Boadilla 103, Blancuba (lo hacía Bodegas Queretanas) y también se distribuían ginebras como Oso Negro y Kimberly. Algunas de aquellas marcas ya han desaparecido, y han dado lugar a otras nuevas como whisky (Escocia), whiskeys (E.U.), Mezcales (MEX).

Las distribuidoras de alcohol mantenían estrategias de venta específicas como, por ejemplo, por cada caja de botellas vacías, bodegas queretanas regalaba tres de Cuervo o Sauza dependiendo lo que el cantinero quisiera.

En las cantinas de antes principalmente se servían prodigiosa⁷ y piedras⁸, los submarinos⁹, también se servían Sangrías y Chávelas cantineras. También ha cambiado la forma en que se sirve el alcohol, anteriormente en las cantinas no había coctelería¹⁰, sólo copa coñaquera y el caballito en donde se servían los licores.

Kanchi, recuerda que su papá, José Kanchi, tenía una cantina llamada *Manicomios Le Club* que abrió en 1967. Su padre trabajó dos años en la Naval Queretana y como sabía el manejo de los diferentes licores, fue una oportunidad para trabajar por su cuenta. Recuerda que esta cantina tuvo mucho éxito, nos platica, ya que se caracterizaba por que llenaba los vasos hasta el tope, en tanto que en otras cantinas servían el estándar de un cuarto de vaso únicamente.

⁷ Prodigiosa: maceración de alcohol y diferentes hierbas que amargan la bebida, se puede servir con un poco de anís para suavizar su ingesta.

⁸ Piedras: básicamente es brandy, por lo general Don Pedro, con algún refresco de cola, casi siempre Coca-Cola.

⁹ Se sirve un caballito de tequila, se le pone un tarro encima para tapanlo, se da la vuelta de manera que el tarro queda hacia arriba y el caballito hacia abajo y el tequila permanece en el caballito, se empieza a servir cerveza hasta llenar el tarro, y el tequila poco a poco ir saliendo.

¹⁰ Bebidas preparadas (confeccionadas), por ejemplo: Gin Tonic, Manhattan, Martini, Negroni.

Está fue una estrategia de venta muy importante y atractiva para hacerse de clientela en una zona donde había otra decena de cantinas, y que además, el señor Dorantes, su competidor más fuerte, no pudo sostener. La estrategia complementaria del señor Kanchi, consistía en que al servir más vino que otras cantinas tenía que recuperar este gasto de otro aspecto y decidió no dar botana, y les decía a los clientes “*vienes a la cantina a tomar o a comer*” y sólo dejaba un platito con algunos cacahuates.

Existe entre las narraciones de las cantinas antiguas de Querétaro, una constante en relación a casos similares de dueños que pusieron su cantina por que trabajaban en alguna distribuidora o comercializadora de cerveza o vino y que estando en ese giro buscaban la oportunidad de empezar con su propio negocio y ahora ser clientes de estas empresas de distribución¹¹.

Para el caso particular de Don José, a pesar de haberse independizado de la distribuidora de vinos y licores, siguió surtiendo a diferentes negocios del mismo giro, al mantener relación en la Naval Queretana. Fue distribuidor de El Cortijo, Bar Montecasino, El Farol Rojo. La venta principal era de tequila, la cual entregaba en diferentes presentaciones: cuartos, medios, tres cuartos y litros.

¹¹ Se obtuvo información también de Raúl Uribe y de Salvador Arriola, hijos de los dueños de la cantina de Don Amado y de Chava Invita, referente a que sus padres fundadores llegaron a tener una relación laboral con alguna distribuidora.

CAPITULO IV. LA CANTINA DE DON AMADO

*Estoy en el rincón de una cantina
Oyendo una canción que yo pedí.
Me están sirviendo ahorita mi tequila.
Ya va mi pensamiento rumbo a ti.*

Tu Recuerdo Y Yo
Chavela Vargas

La elección del caso de estudio para esta investigación se basó en la búsqueda de una cantina que fuera considerada como tradicional, que hubiese permanecido a lo largo de más de una generación y que al día de hoy, permaneciera en el gusto de la gente. Es así que se elige como caso de estudio a la cantina de Don Amado ubicada en la calle 5 de mayo número 116a en el centro histórico de Querétaro.

Esta cantina es una empresa familiar, tradicional y con sus propias estrategias de mercado, ha estado funcionando en la ciudad desde hace más de 70 años, es decir, tres generaciones son las que abarcan desde su fundación, y que en la actualidad está bajo la administración de uno de los hijos de Don Amado, pertenecientes a la segunda generación, y en donde participan miembros de la tercera generación como empleados.

Esta empresa familiar en el centro de la ciudad de Querétaro ha persistido por la implementación de estrategias, que han desarrollado a lo largo de 80 años, y como una hipótesis se puede explicar que es debido a que han logrado identificar cual es la preferencia de sus consumidores.

En términos generales, la familia empresaria dedicada al negocio de las cantinas mantiene el orden permisible dentro de la ideología política del momento histórico. Como función social atiende a políticas públicas y ofrece lugares de esparcimiento a la ciudadanía.

Se mostrará cómo se organiza la empresa familiar para llevar a cabo sus funciones, las problemáticas enfrentadas al interior del seno familiar, y al exterior en la relación con las políticas de estado, ya sea en la obtención y mantenimiento de la licencia de alcoholes, y/o en la implementación de estrategias para la generación y aseguramiento de clientes.

Serán entendidas como cantinas tradicionales las que cumplan con las condiciones siguientes: Primero, por su permanencia durante varias generaciones, segundo, por la función simbólica-social, tercero, por el uso estratégico que se pueda derivar de ser tradicionales.

A partir de los datos encontrados, podemos argumentar que en importante número de cantinas tradicionales, la relación con los hogares era muy cercana, incluso la familia veces vivía en el mismo inmueble. Estamos hablando de empresas familiares, en las que esta relación empresa-hogar, adquiere características particulares que valdrá la pena mencionar.

La vinculación entre empresa y familia en los casos estudiados la encontramos no solo en la de la administración, sino que la participación familiar se encuentra además en otras áreas, una de ellas se refiere a que los alimentos ofrecidos en el establecimiento, los cuales son preparados en los hogares por las madres da familia, en tanto que encontramos la participación de los integrantes varones en el servicio a los parroquianos desde temprana edad.

4.1 Descripción etnográfica. De cómo es hoy la Cantina

*Tómame esta botella conmigo
Y en el último trago nos vamos
Quiero ver a qué sabe tu olvido
Sin poner en mis ojos tus manos
Esta noche, no voy a rogarte
Esta noche, te vas de deveras.*

*El Último Trago
Chavela Vargas*

Actualmente el dueño de la cantina tradicional de “Don Amado” es Juan Uribe, el segundo hijo varón y séptimo de nacimiento de Don Amado y su familia Uribe Farfán, está atendida por sus hermanos, el primogénito Raúl de 64 años y Felipe el último hijo de 38 años, ellos desde pequeños han estado ayudando de una u otra forma en este negocio familiar.

El establecimiento abre entre 11:00 u 11:30 y hasta las 2:00 o 3:00hrs. De lunes a sábado. Lunes y martes cierran más temprano pues hay poca asistencia, los domingos no pueden abrir ya que la licencia es sólo de cantina, necesitarían ampliarla a restaurante.

La Cantina de don Amado tiene una fachada de color café, sin letrero o nombre distintivo que indique su nombre o el tipo de negocio, sin embargo, es muy conocida por todos sus clientes que siguen siendo fieles a este establecimiento. La justificación de esta situación, según los dueños, es porque no se puede remodelar ya que el municipio no se los permite al formar parte del primer cuadro del centro histórico teniendo que guardar los lineamientos aun en el color de las fachadas.

Al asomarse por la puerta sólo se observa una pared café, que no da señas de cuál es la vocación particular o comercial del lugar. Es necesario cruzar una mampara que se encuentra paralela a la puerta de acceso para observar mesas y sillas y, entonces sí, algunos letreros alusivos a la marca de cerveza *Indio*.

Esta es el área principal de entrada, tiene un descanso con una banca para tres personas ubicada pasando la mampara, de esta manera se encuentra un patio abierto en donde podemos observar dos filas de ocho mesas con cuatro sillas cada una, esta área se encuentra en un espacio abierto de 5 por 15 mts. Aprox. Las mesas son de metal ligero y las sillas también, éstas fueron donadas por la cervecería Cuauhtémoc Moctezuma y llevan grabadas la marca Indio.

El espacio que hoy ocupa era una casa particular y el patio central de la casa era como un solar antiguo, y tiene instalada una lona de color azul para dar sombra y también lleva la marca de cerveza indio, es la parte más fresca de la cantina por lo que es el espacio más solicitado por los clientes.

Si nos quedamos en el descanso, a mano izquierda se ubica una habitación donde se ubica la barra, atendida por un cantinero, tras de él se encuentra un estante de botellas y por encima una pantalla plana A la izquierda vemos el refrigerador lleno de cervezas y en las paredes obras de arte de pintores queretanos, fotografías y recortes de artículos del periódico local enmarcados que hacen referencia a la cantina, a Don Amado y a su familia.

En este espacio hay dos mesas altas de madera redondas con 3 sillas tipo banco donde regularmente se destina para clientes interesados en ver algún deporte en la televisión ya que transmiten los juegos de futbol o los clientes piden algún canal específico.

Al girar a la derecha de frente a la barra pasamos otro espacio de 5 por 8 metros aproximadamente, en este espacio hay seis mesas con 4 sillas también, pero en este caso las mesas son de un material distinto, están hechas de madera de tarimas (las utilizadas por los montacargas), cuatro puestas sobre su canto de manera que formen en su interior un cuadrado donde descansa una quinta tarima que sirve de mesa y está cubierta con vidrio de 6 milímetros.

Si llegamos al final de la habitación nos encontramos con dos accesos, uno del lado derecho que nos lleva al final de la zona abierta y de frente al fondo se hay un marco de puerta que lleva a una última habitación usado como almacén, donde se guardan los cartones de cerveza, botellas de vino, refrescos,

ropa, etc. y subiendo un par de escalones hay un baño con una tasa y un lavabo exclusivo para el personal.

Los baños se encuentran al fondo de la zona, hay uno para hombres y uno para mujeres, comparten una pared entre ellos, en el de los hombres hay dos mingitorios, un escusado y un lavabo para dos personas con su espejo.

Los días en los que más clientes atienden son los jueves, viernes y sábados. En el horario entre semana de 11:00 a 13:00hrs. hay poco movimiento, por lo general es en la hora de la comida de 14 a 16:00hrs. que hay más asistencia, claro que ya cuando cae la tarde empiezan a llegar jóvenes y después gente ya más adulta a convivir.

La cantina de don Amado es atendida por Raúl y Fabián Uribe, también participan dos hijos de su hermano Juan, quien está presente todo el tiempo, aunque formalmente sea el responsable del local restaurant-bar. En total hay cuatro personas atendiendo las mesas y tres en la barra. Los viernes desde la tarde tienen el cupo lleno y sobre todo en las noches y en ocasiones tienen que compartir sillas del otro local para dar el servicio.

La cantina tiene en la entrada una estatua de madera que representa a una persona del campo con sombrero, botas y una vara para la labor, también hay un dibujo con carboncillo sobre una pared de 1 por 2 mts. (aprox) de un retrato de Amado usando un sombrero y que se ha convertido en la imagen icónica del lugar. En la pieza principal donde está la barra, hay diferentes obras de arte de pintores y dibujantes queretanos, hay enmarcados recortes de periódico de una nota de la cantina donde se ve la foto antigua de Amado y tres de sus hijos y otra foto de estudio enmarcada donde se ve toda la familia.

El lugar no tienen música en vivo, ya que por tratarse de la zona centro y áreas habitacionales, la gente que vive en los alrededores llegan a quejar por el ruido de los asistentes o de la música, es por eso que solo tienen una Rockola, aunque a la mención de los informantes casi no se usa esto porque las personas que llegan piden ver la tele, sólo vienen a platicar entre ellos, o ponen los que quieren música en su celular y hay buena acústica, ya entrada la tarde algunos

si piden poner música en la Rockola donde pueden buscar la selección que ésta tiene.

En el lugar en muy contadas ocasiones se usa la Rockola, por lo general es un lugar muy buscado para mantener una plática profunda con alguien y la música en esta época ya no es tan buscada. En este lugar a diferencia de otras cantinas las personas van para platicar entre ellos, ya sean parejas o grupos o con el cantinero.

La cantina cierra a las 2 de la mañana, pero se tiene la costumbre de cerrar las puertas y esperar a que los clientes se terminen sus bebidas o también puede ser que se siga dando servicio a puerta cerrada.

En el local también se encuentran los hijos de Juan y tienen una persona más que le ayuda, uno de sus hijos ya es mayor de edad, es soltero y trabaja en la cantina de manera muy activa.

4.2 Historia de la familia Uribe Pichardo

La historia de la familia Uribe se cuenta a través de una entrevista el hijo varón mayor de don Amado, Raúl¹², él nos dice que sus abuelos paternos, José Gumersindo Uribe y Reynalda Pichardo, tenían un negocio que producía y vendía textiles de Cambaya, y la gente los compraba continuamente porque se usaban para confeccionar los vestidos de los bailes y las camisas para hombres de esa época, y que no había alguien que no tuviera prendas de este textil¹³.

Los telares de madera los compraban en Puebla ya que ahí los hacían y tenían gente especializada que mandaban llamar para las reparaciones.

12 Se habló previamente con los entrevistados y dijeron estar de acuerdo con que se pudiera citar su nombre y la de sus familiares.

13 Estas mantas de algodón llamadas cambayas se realizaban mediante telares de pedal y eran muy demandadas a principios de siglo XX, (aún hoy existen, pero podrían desaparecer. <http://www.culturayrs.org.mx/revista/num3/Perez.pdf> (10/10/2017)

Para Don Raúl, su familia fue de las primeras en tener un negocio que surtiera la cambaya en la ciudad, pues no había telares en Querétaro. La hilaza que se usa para los telares era comprada al mayoreo también en San Miguel de Allende y recuerda Don Raúl que habían muchos rollos en la bodega, los paquetes se compraban por bulto y tenían un muy buen crédito financiero pues eran gente de confianza.

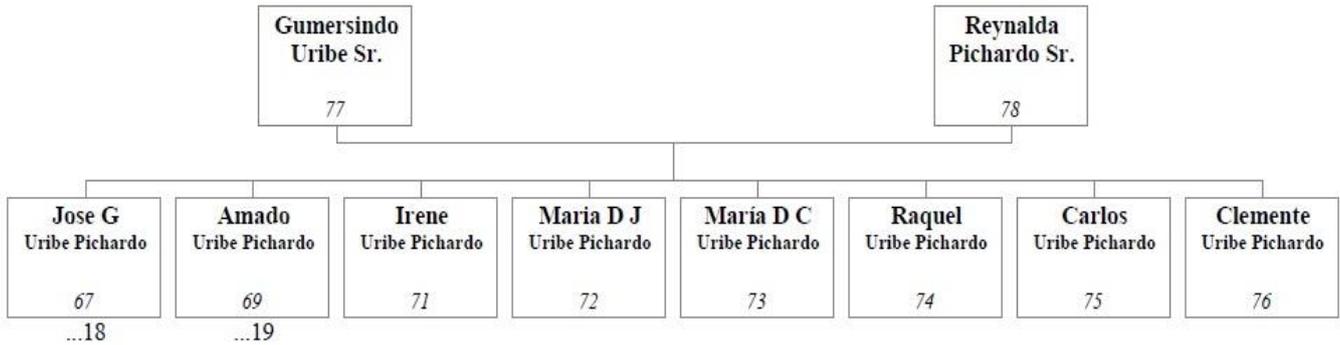
Dentro de la familia se recuerda con mucho cariño a Don José Gumersindo (Papa de don amado): *A nosotros nos gustaba que tomara mi abuelito porque nos llevaba al antiguo mercado de la Cruz, “vengase chatos” éramos 6 o 7 primos, lo que quieran, fruta, lo que quisiéramos, ya nomás decía “luego paso. Si Don Pepe cuando guste” en todos los puestos, que ya a final de cuentas la que pagaba era mi abuelita. Llegaban a la casa “oiga por ahí don Pepe nos quedó a deber” no hay problema y pagaba (Raúl:2017).* Y así en todo el mercado, nunca escucharon que le dijeran “no Don Pepe, no le podemos fiar”, siempre le decían que pidiera lo que quisiera, todo mundo se conocía y ya sabían dónde vivía.

Les iba bien a sus abuelitos de Raúl, llegaron a tener más de 50 telares. Era una casa muy grande que salía hasta Felipe Luna y ahí tenían toda la maquinaria, empleaban mucha gente. Ya después a su papá le dio por trabajar también y tenía sus telares, pero eran de madera los manejaba con los pies, ya después su mamá fue la que le continuo y él los dejó y se dedicó ya mejor al bar.

Es necesario remontarnos a la historia de la vida de Don Amado y de la cantina para poder después conocer el estado actual de este negocio que ha permanecido en la familia por varias generaciones.

Amado Uribe Pichardo conocido por todos como “Don Amado” fue el segundo hijo de ocho hermanos, él fue originario de Querétaro al igual que sus padres. José Gumersindo Uribe y Reynalda Pichardo. (Genealogía 1)

20. Gumersindo Uribe Sr. y Reynalda Pichardo Sr.



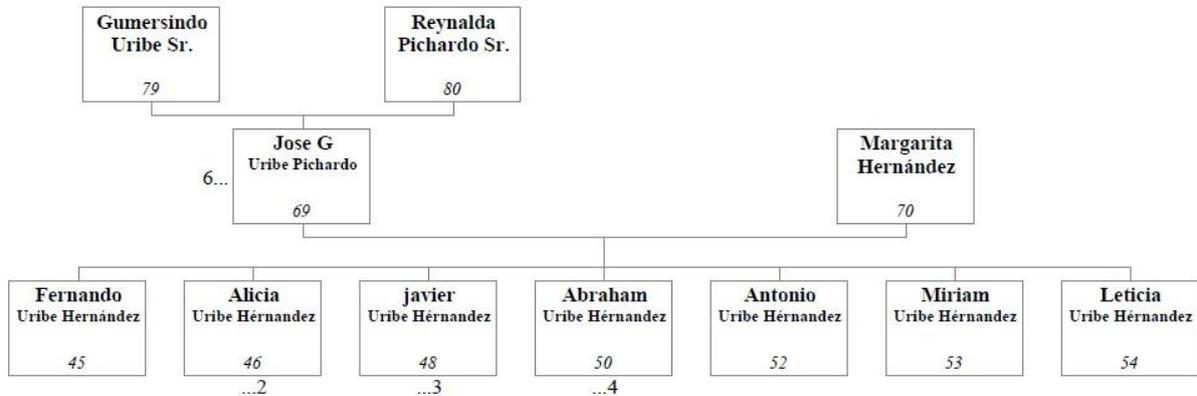
Únicamente el hermano mayor de Don Amado, José Guadalupe se dedicó a las cantinas como primer negocio y al ver a su hermano, don Amado pensó en poner un negocio propio, le decían tío güero, él tuvo una cervecería en la zona de tolerancia, y cuando se movió la zona por decreto gubernamental, abrió una cervecería en la calle de invierno en el barrio del Tepetate, luego la quitó, y se dedicó a darle mantenimiento a los telares.

Él aprendió como reparar los telares y a eso se dedicaba, él veía cómo los arreglaban los que venían de Puebla y así supo la forma y un hijo de él igual aprendió viendo a su papá y también lo hacía, y con esto ya no se traían técnicos o mecánicos de Puebla, ellos las arreglaban hasta que se acabó el negocio”. (Juan, 2017)

La historia de José Guadalupe tal vez hubiera sido la de una vida de cantinero como su hermano Amado, pero no le alcanzó la vida para tal efecto.

Genealogía de José Guadalupe que se casa con Margarita Hernández

5. Jose Guadalupe Uribe Pichardo y Margarita Hernández



José Guadalupe, tío de Don Raúl y hermano de don Amado, era dueño de una cervecería con permiso, en la calle de invierno, misma que estuvo funcionando un tiempo, pero la vendió por algunos problemas. Después compró otra en la calle de Galeana, en el Tepetate, hasta que fue asesinado en este mismo local en el año 1975.

A José Guadalupe se le recuerda como *El tío Güero*, se le recuerda de manera particular por su muerte: *“Él no era de pleitos, pero un cliente (que luego no tenían para pagar), les dejó un arma de garantía y un día estaban conviviendo ahí, y que dicen que vieron la pistola (según la versión de quién lo mató) y que le dijo “a que te mato” y el tío tranquilo “deja ahí no estés jugando”, y que le jala el gatillo y le dio el plomazo en el mero corazón”*. (Kanchi, 2017)

José Guadalupe no tuvo licencia de cantina, solo se dedicó a la cervecería, pero no pasaba mucho tiempo en su negocio, dejaba un encargado y sólo iba los sábados a hacer las cuentas y comprar más insumos.

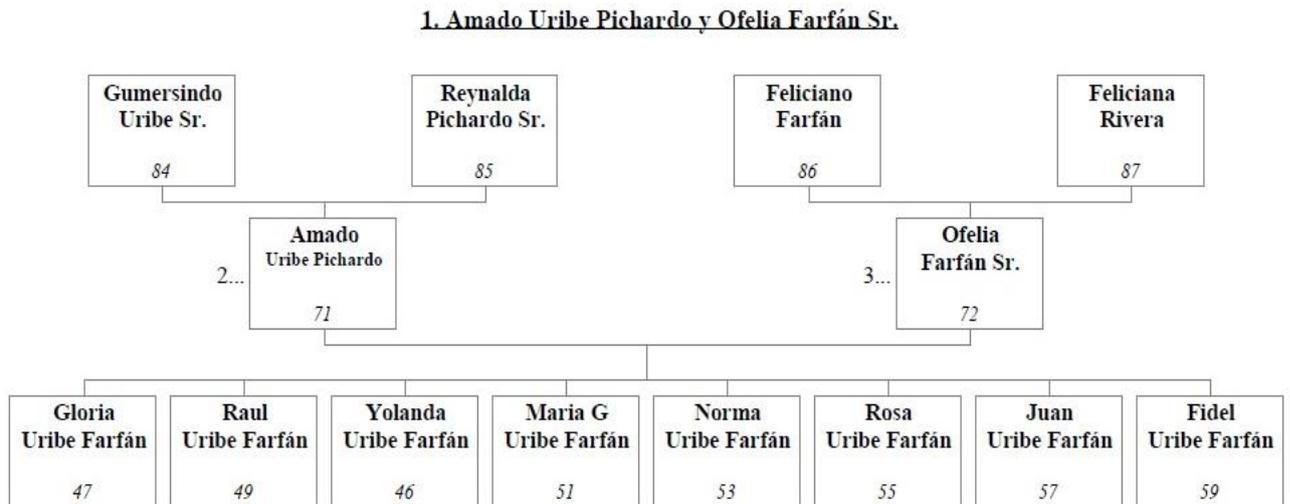
La encargada de su cervecería fue justo la mujer que le disparó y lo mató. Con ella hacía cuentas cada sábado le dejaba su dinero y también para el pedido del lunes. Estuvo en prisión, pero no mucho tiempo porque en ese entonces, su papá era comandante de la policía; el señor movió sus influencias y salió libre.

Decían que quien le tenía mucho odio era un hijo del tío Güero, ése la quería matar y Amado también, tenían mucho rencor, pero ya después pasó el tiempo y se fue olvidando.

Cuando José Guadalupe murió se acabó el negocio, y no se supo dónde quedó la licencia, sus hijos ya no se dedicaron a este giro. Su negocio eran los telares, le gustaba mucho trabajar en eso y la casa donde se ubicaban los telares quedó en manos de su hijo Fernando. *“a él le dejaron una parte de esa casa... él es compadre de Raúl y cuando trabajó en gobierno le ayudaba a refrendar su licencia y él pagaba sin pedirle nada”.*

4.3 La historia familiar de Don Amado

Amado Uribe Pichardo se casa con la señora Ofelia Farfán Rivera originaria de Tierra Blanca, Veracruz. Tuvieron ocho hijos: Tres hombres y cinco mujeres en este orden: Gloria, Raúl*, Yolanda (finada), María Guadalupe, Norma, Rosa, Juan, Fidel. Siendo de apellidos Uribe Farfán. (Gen. 1)



Gumerindo Uribe, padre de don Amado, fue el promotor de que sus hijos varones pudieran dedicarse al negocio de la cervecería, debido a las relaciones que tenía con proveedores de cerveza.

Cuando Amado inicia con su licencia de cantina su hijo mayor Raúl tenía entre 12 o 13 años. Sus hijos no participaron de manera activa en la cantina durante los primeros 3 o 4 años que entró en funciones. Solo su esposa Ofelia le ayudaba llevándole algunas cosas del que necesitaba para preparar la botana, pero regresaba a su casa para atender a sus hijos, fue por este motivo que al principio contrató una persona externa que le ayudaba a atender el negocio.

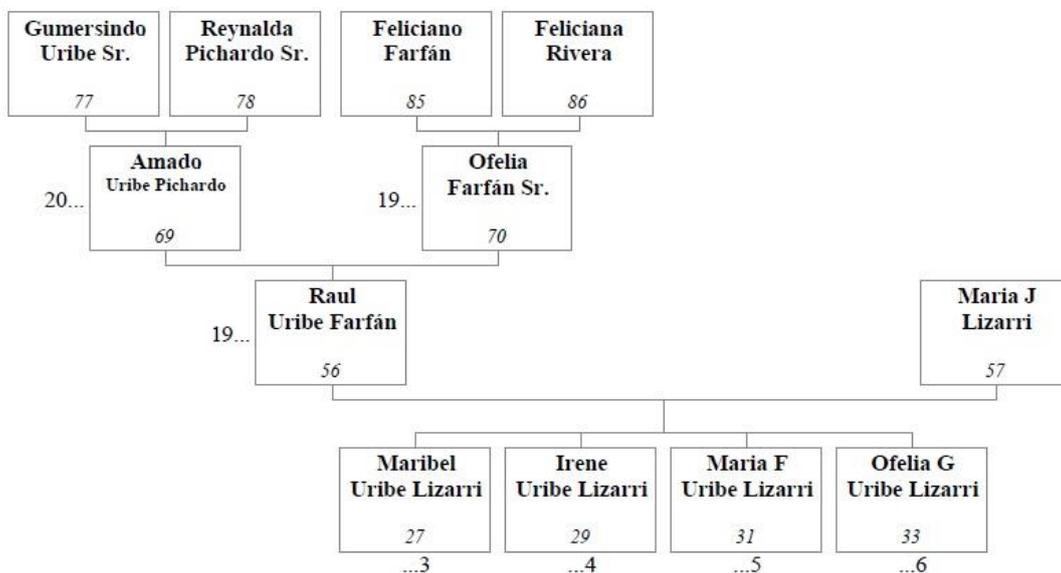
Raúl es el hijo mayor de los hombres y fue el primero en trabajar con su papá en la cantina, empezó a trabajar a los 16 años, lo hizo de mesero y garrotero y en algunas ocasiones atendiendo la barra y de esa manera poco a poco se integró hasta que sólo estuvieron su papá y él atendiendo a todos los

clientes sin ocupar empleados. Raúl siguió trabajando con su padre y eventualmente empezaron a integrarse sus hermanos menores Juan y Fidel para ayudar. (Gen. 4).

Raúl no ha tenido una cantina propia y a sus 68 años de edad ya no le interesa poner una, porque ya no tiene la paciencia de aguantar clientes, *“si hay que gritan mentadas de madre y Raúl no se aguanta y si se va encima, aunque se lo frieguen...yo ya no”* (Raúl, 2017).

Las hijas de Raúl, Ofelia y María son madres solteras de dos y una hija, Maribel e Irene se casaron con profesionistas, sus hermanos declaran que ninguna de ellas seguirá en el negocio de las cantinas por ser mujeres. Sin embargo sus hijos, los nietos varones, que son cinco nietos pueden integrarse si llega a interesarles, pero hasta el momento ninguno todavía ha buscado trabajar aquí.

13. Raul Uribe Farfán y Maria Juana Lizarri



Raúl ingresa a trabajar a la universidad en los 90's, le ofrecieron un puesto en mantenimiento con opción a generar antigüedad y jubilación, don Raúl lo vio como una buena oportunidad y una vez que lo platicó con su esposa decidió que

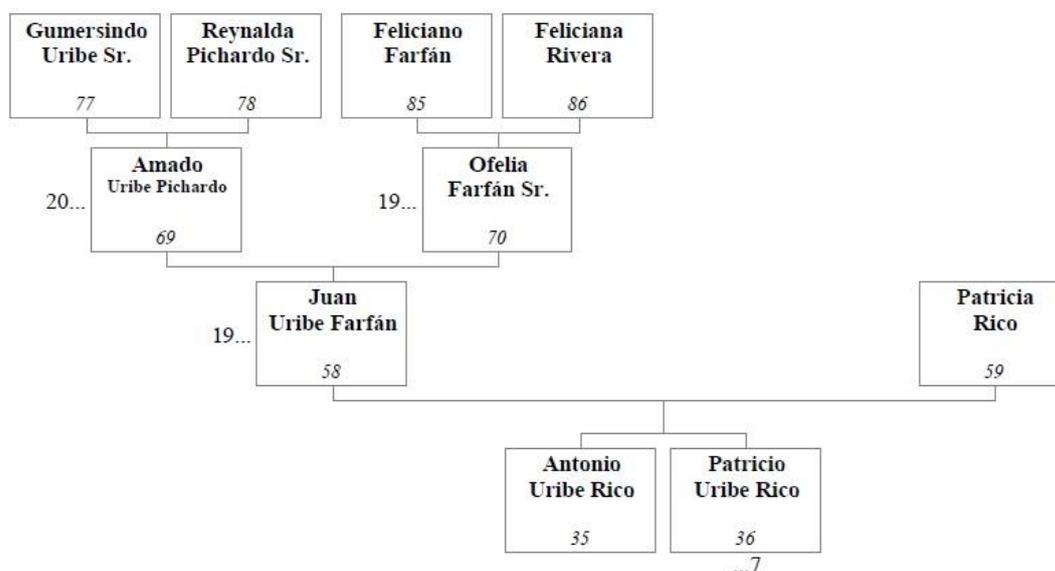
estaba bien separarse un poco del giro de las cantinas. Fidel toma su lugar junto a su papá trabajando juntos unos 15 o 16 años.

Permanece en este trabajo como intendente por 30 años hasta su jubilación hace 7 años, aunque nunca deja de apoyar al negocio y se reintegra de a trabajar en la cantina de tiempo completo. Él sólo estudió la primaria y ninguno de sus hijos se dedica al negocio de las cantinas.

Cuenta Raúl que su hermano Juan Uribe Farfán, trabajó toda su vida como chofer de taxis y posteriormente chofer y dueño de microbuses, pero con el tiempo también se integró al trabajo de la cantina: *“le fue bien con un “sitio” que tenía, luego se hizo de un microbús de los urbanos, luego compró otro y así se fue hasta que llegó aquí, vendió sus camiones, le gusto el ambiente de la cantina y aquí se quedó”* (Raúl Uribe, 2017).

Hace apenas unos 10 años que Juan empezó a trabajar en la cantina y ahora él es el administrador de la misma, como logro hacerse de capital en sus trabajos anteriores, aprovecho su conocimiento y vínculos dentro del ambiente de las cantinas y pone un restaurant-bar en la acera de enfrente que abrió hace unos 5 años. En este local se trabaja también un primo se dedica a esto y empieza a ayudar, hay dos empleados no familiares que ayudan en las mesas. *“Somos casi puros familiares”* (Raúl, 2017).

14. Juan Uribe Farfán y Patricia Rico



Todo indica que es la Familia de Juan, quien hereda el negocio familiar, es considerado como el dueño por la inversión que ha hecho además de que sus hijos trabajan en la cantina y en el restaurant bar que él también abrió.

Hoy en día los tres hermanos Raúl, Juan y Felipe siguen en la cantina y entre ellos existe la intención de ampliar los negocios abriendo otro local. Raúl le ha dicho a su hermano Fidel sobre la intención de poner una, pero encuentran la dificultad principal en que serían sólo ellos dos, ya no cuentan con nuevos miembros de la familia que puedan soportar la carga de trabajo, y Raúl dice que ya no está para atender las mesas, pues es muy lento y se le olvidan las cosas: *“luego me piden las micheladas con diferente cerveza y luego a la barra y me pregunta Fidel ¿con qué van? y me regreso a preguntar, ya tengo que apuntar, ya a mis 64 años ya no es lo mismo”*.(Raúl, 2017)

Otra dificultad es la renta de la licencia para venta de alcohol, le ofrecieron una en Villa Corregidora, pero considera que es muy lejos de su domicilio.

Podemos observar la manera en que se van integrando a los diferentes miembros de la familia en el negocio desde temprana edad, para el caso de los varones desempeñando roles sencillos y aprendiendo en el ambiente laboral. Para el caso de las mujeres su participación des de manera tangencial, pues culturalmente era mal visto que una mujer estuviera presente en la cantina, se menciona en varias ocasiones que los varón que asistían a una cantina al ver a una mujer consideraban que estaban ofreciendo otro tipo de servicios. Esto lo refuerza el testimonio de don Raúl quien recuerda como Don Amado lo integra al negocio de manera operativa apenas cuando tenía 12 años.

Al tratarse de una empresa familiar, a pesar de que las mujeres no tenían presencia física, de alguna manera participaban. Don Amado tenía ayuda de su esposa e hijas cuando él sólo atendía la cantina y sus hijos eran muy pequeños. Las mujeres ayudaban preparando en su casa lo necesario para preparar la botana, como salsas, cocía carne y verduras, picaba fruta y verdura, para que Don Amado terminara de preparar la botana en la cantina y en el momento en el

que llegaban los clientes. A las mujeres nunca se les consideró con herederas de esta empresa.

La herencia directa de la cantina se da de forma patrilineal y de hijo mayor a menor. Es por esta razón que Raúl trabaja mucho tiempo con su papá en la cantina hasta que el negocio presenta problemas por lo que deja de ser solvente.

Actualmente Don Raúl, aunque está al frente de la cantina, no es el propietario porque no tenía el capital para continuar una vez que su papá fallece y su tía se queda con la casa donde estaba la cantina, sin embargo, él representa a su papá y seguramente la atención de Don Raúl mantiene mucha similitud con la que tenía Don Amado. Es como si el heredero simbólico fuera Raúl por ser el mayor, sin embargo el propietario legal del inmueble es una señora ajena a la familia llamada Irma, y el dueño del capital su hermano Juan.

Siguiendo la línea patrilineal, encontramos que Raúl, Juan y Fabián trabajan en la cantina siendo hijo mayor, penúltimo y último hijos de don Amado. Además, actualmente y desde hace tres años trabajan en la cantina Antonio y Patricio Uribe hijos de Juan, éste último con más participación y presencia en el negocio.

4.4 Los cuatro periodos de la cantina

*¿Quién no sabe en esta vida
La traición tan conocida
Que nos deja un mal amor?
¿Quién no llega a la cantina
Exigiendo su tequila
Y exigiendo su canción?*

*Tu Recuerdo Y Yo
Chavela Vargas*

Hablar de la historia de la cantina de don Amado es ubicarla en diferentes momentos y etapas que coinciden con las diferentes generaciones familiares.

Los inicios de la familia los sitúa como comerciantes de tela de cambaya, las que eran confeccionadas en la casa de la familia Uribe Picardo la cual recuerdan como *una casa con un patio muy grande donde tenían máquinas para hacer la tela*, con hilaza que se compraba en Puebla. Cuando el tejido era terminado era Doña Reynalda Pichardo, mamá de don Amado, era la encargada de llevar la cambaya a vender los sábados a un establecimiento especializado en telas llamado La Villa de París, en la esquina de las calles de Juárez y Allende, frente a donde estaba ubicado el antiguo mercado Escobedo¹⁴, y en otra tienda que se situaba en contra esquina del mercado por la calle de Corregidora.

Durante más de dos décadas la familia Uribe Pichardo se dedicó a esta actividad y sus hijos, incluyendo a Amado, participaban en esta actividad. Al pasar los años más personas tuvieron telares pero ya no eran de madera sino de fierro, y esta innovación generó cambios en la economía familiar porque llegó la confección de nuevos textiles y la cambaya empezó a ser desplazada por el nylon.

¹⁴ Entre las calles de Corregidora y Juárez, en el espacio que hoy ocupa la Plaza Constitución

4.4.1. Los inicios o ¿Cómo incursiona Amado en la venta de alcohol?

La historia del inicio de la cantina se sitúa con la necesidad de buscar opciones económicas que complementaran a la producción de cambaya, y es cuando don Amado tiene la iniciativa de abrir un local dedicado exclusivamente a la venta de cerveza, esto a partir de crear vínculos un proveedor de la cerveza que llegaba al taller textil. Es así que inicia con una cervecería y años después le surge la idea de poner su cantina, por lo que deja los telares para dedicarse por completo a su cantina, así que a partir de ese momento los telares que tenía quedaron a cargo de la administración de su esposa doña Ofelia.

Es así que don Amado se relaciona con una distribuidora e inicia una cervecería llamada **La Abejita**, que sería el inicio de la tradición familiar de tres generaciones, cimentadas en la primera cantina a la cual llamó **La Vida es Así** en la calle Felipe Luna, posteriormente la cantina **La Vida es Así** en la calle de Gutiérrez Nájera hasta su muerte, y por último la continuidad con las nuevas generaciones y con la tradición con **Cantina Tradicional Don Amado**.

4.4.2. Cervecería la Abejita

Raúl nos cuenta que su papá don Amado inicio en este negocio (su primera cantina hace 76 años) en el año 1941 con una cervecería llamada *La Abejita* ubicada en lo que en esa época se consideraba como zona de tolerancia, en la calle de Rio de la Loza y el cual funcionó por lo menos por 20 años .

En sus inicios fue la empresa de Bodegas queretanas quien fuera distribuidor del negocio de don Amado, ya que ahí tenía crédito para comprar el vino, a él le daban lo que quisiera porque los papás de Amado conocían muy bien al dueño don Manuel Hernández.

Cuando el señor Amado Uribe Pichardo inició con este negocio, no estaba casado y era uno de los dueños de cantina más jóvenes de la época con apenas la mayoría de edad, consolidó redes de comercio y clientela, y era ya conocido en la ciudad al haberse abierto un camino que siguió cuando empieza un nuevo proyecto de cantina.

4.4.3. Cantina *La Vida es Así* en la calle Felipe Luna

En 1962, el gobernador Juventino Castro Sánchez, llega a un acuerdo con los comerciantes de la zona de tolerancia para reubicarlos y el don Amado decide cambiar su licencia de cervecería a cantina, con permiso para trabajar en una casa antigua, que ya funcionaba como local comercial en la calle Felipe Luna esquina con la calle de 5 de mayo.

Don Amado contaba, que subiendo 5 de Mayo, hacia el templo de la cruz, ya había como cuatro cantinas: estaba una que se llamaba *la Montaña* del Señor Don Poli (Policarpio), luego *La Borrasca*, *El Diamante* (que casi no abría), luego un local y después otra cantina que se llamaba *El Parlamento*, Amado renta el local donde estaba el *Diamante* para abrir por primera vez una cantina.

Recuerda su hijo Raúl que mucha gente que conocía a don Amado por la cervecería le decían “*no Amadito hubieras buscado un lugar más lejos de aquí, mira cuantas hay, pero él decía para todos hay, Dios aprieta, pero no ahorca, y para todos sale el Sol... Mi papá era de mucha fe, desde que llegó aquí de jueves a sábado que abría siempre estaba hasta el full*” (Raúl).

Es entonces cuando asigna a su negocio el nombre de Cantina “*La Vida es Así*”¹⁵, porque había una canción con ese nombre (pero Raúl nunca la escuchó) iniciando con una de las cantinas consideradas por los habitantes de la ciudad, como una de las de las más conocidas y con más tradición en Querétaro y que ha sobrevivido hasta hoy en día.

¹⁵ María Grever, *Así*

Esta cantina estuvo funcionando en esa dirección desde 1962 hasta 1974, era una casa que estaba muy deteriorada, decían, que dieron gracias a Dios que no se les cayera el techo encima¹⁶.

Además de la situación penosa del inmueble, las autoridades cerraron el local y pensó seriamente en ya no abrir la cantina pues, encontró que tener una cantina implica enfrentarse a dificultades aún no previstas, que en ocasiones no dependen del dueño. Era de saberse que el consumo de bebidas alcohólicas puede ser un catalizador para que las pasiones lleguen a desembocar en pleitos y riñas, y en innumerables ocasiones en la cantina de Amado hubo peleas y discusiones. Esto no solo le causaba problemas en el negocio sino que provocaron tensiones al interior de la familia ya que es en esta época cuando se casa y sus hijos empiezan a crecer en ese ambiente.

Aunque Amado ya vendía cerveza y estaba relacionado con este tipo de giro, la venta era para llevar y ocasionalmente alguno tomaba ahí mismo, pero en la cantina donde la venta es al interior del local y donde la interacción social cambia, y tiene que enfrentarse a nuevas dinámicas de gestión y administración además de formas de mantener el ambiente y la legalidad en su negocio:

Una noche entró de golpe un cliente muy alterado y gritando, se dirigió a una mesa y le disparó a un cliente al que dejó muerto al instante. Para mala fortuna la esposa de Amado, Ofelia, estaba en ese momento en la cantina pues ella tenía la costumbre de llevarle de cenar ... cada que Amado salía de su casa en la calle Río de la Loza (donde estaba la Abejita) Ofelia le preguntaba si en la noche le llevaba algunas cosas...

El difunto era un cliente que no quería pagar la renta y que espiaba a las hijas del dueño y éste al contarle a su hermano enfureció y siguió al muchacho Juan a la cantina y le dio dos tiros. (Raúl, 2017)

Ese día de los disparos, Ofelia al presenciar todo en primera persona, quedó muy alterada, situación que se agudizaría, pues ella empezó a tener

¹⁶ En el año 2000 a la cantina Chava invita si se les cayó el techo, como era muy temprano no había nadie.

problemas de salud, y dice su familia que fue lo que le desarrolló una enfermedad delicada. Este acontecimiento fue muy duro para la familia Uribe Farfán. Al mismo tiempo la hermana de Don Amado compra un inmueble que ya funcionaba como cantina llamada El Diamante, en la Esquina de la calle de 5 de mayo esquina con la calle Gutiérrez Nájera con lo que se abre la posibilidad de hacer un cambio iniciándose una nueva etapa en esta empresa familiar.

4.4.4. Cantina *La Vida es Así* en la calle Gutiérrez Nájera

Cuando la hermana mayor de Amado compró el predio en la esquina de Gutiérrez Nájera con 5 de Mayo, le sugirió a don Amado que pusiera ahí su cantina, ya que necesitaban un cambio. Amado no quería cambiarse pero bajo las circunstancias en las que se encontraba y posterior al evento dramático, decide cambiarse para tratar de mejorar las cosas.

La cantina se reubica en 1974 y dos años después la familia tendría otra situación muy adversa que fue la muerte de la señora Ofelia en 1976.

Con el paso del tiempo a Amado le gustó el lugar y como mucha clientela lo siguió, quiso llegar a un acuerdo con su hermana para realizar un intercambio de locales, ofreciéndole cambiar una casa por otra, así le dio la casa de Río de la Loza con número 116, donde estaba la cervecería La Abejita y dónde vivió toda la familia, y Amado quedarse con la casa de Gutiérrez Nájera, lo que formalizaron mediante un convenio, aunque nunca se firmó nada legal.

En los años 70's se recuerda que asistían muchos obreros de las fábricas La Concordia y de Polinova¹⁷, *esos nos vinieron siguiendo desde allá*, todos los sábados estaba lleno de los de las fábricas, sólo que ya después cerró Concordia y ya muchos se quedaron sin lana y se fueron a otras fábricas donde les pagaban menos y ya no podían venir, llegaban también albañiles y de todo había.

¹⁷ Fueron dos fábricas muy importantes en la industria queretana, dedicadas a la empresa textil, se encontraban en avenida 5 de febrero a la altura de carrillo puerto. Son como 8 kilómetros de distancia a la cantina, es curioso que habiendo cantinas en esa zona de las fábricas vinieran al centro a convivir.

Don Raúl nos cuenta que recibían más extranjeros cuando estaban en Gutiérrez Nájera que aquí en 116ª donde están ahora, llegaban algunos por la pasada y otros porque, les comentaban allá en su país de una cantinita pintoresca en Querétaro, donde entrabas en la puertita y a un lado el mingitorio, y ahí estaban retratando el lugar, les caía de variedad y gente de aquí que también venían al lugar le dijeron a su hermano Juan:

“Qué paso Juan porque lo quitó si ese era de la tradición de aquí. Déjelo ahí y ¿dónde lo tienen?, era para que estuviera aquí, el lugar es sagrado” (Raúl, 2017).

El mingitorio paso a ser parte del atractivo de la cantina, les llamaba mucho la atención a las mujeres que entraban. sólo cabía una persona y dando la espalada a los comensales, posteriormente se adecuó un baño para mujeres y otro para caballeros, sin embargo el mingitorio seguía funcionando.

“Porque tú sabes que ya al punto tomado ni atina uno, entonces se quejaban las mujeres y mejor optaron por poner otro para hombres” (Raúl, 2017).

Entre los recuerdos cuentan los hijos de don Amado que cuando estaban en esta cantina había veces llegaban carros y se paraban afuera para que les y les llevaran el servicio al vehículo, mencionan que era gente honesta, nunca se les fue alguien sin pagar. Amado llevaba un control de los carros, le decía a Raúl que se fijara que carro era, y “el apuntaba carro azul, carro negro,” así sabía cuánto era lo que les habían servido. El menú de la botaba iba variando cada ocho días, y entre los que se servía se preparaba caldo de médula, espinazo, los viernes, y los sábados hacía pollos en penca enchilados. (Raúl, 2017)

Existe un orgullo por el reconocimiento que logro *La Vida es Así*, y son los propios hijos de don Amado quienes dicen *muchos clientes opinaban que en ese tiempo la cantina La Vida es Así era la que mejor botana daba en Querétaro “ni*

*Chava Invita*¹⁸, mi papá luego hasta daba cabrito enchilado, compraba sus cabezas de res y las hacía el mismo en penca, pollos enchilados y también en penca, médula, caldo de médula y espinazo en chile.

Él era el que cocinaba y le decía a su esposa: “Sabes que Ofe, ponme este chile así, así y así, tu nomás cóselo y yo vengo y lo muelo porqué yo le voy a poner lo demás... ósea que él ya sabía que clavos y qué especias le iba a poner” (Raúl, 2017), Amado cocinaba en la mañana, y dejaba todo listo para que

Fue tan reconocido la sazón de la cantina que había gente que sólo iba a comer, ese señor no podía tomar, era licenciado y se traía a su esposa que también era licenciada para comer el mole que se preparaba ya sea con pollo o con espinazo (Juan, 2017)

La cantina La vida es Así, ubicada en la calle de Gutiérrez Nájera, funcionó por más de 30 años, y era conocida coloquialmente como la cantina de “Don Amado”, había quienes no sabían cuál era su nombre oficial. El señor Amado se fue volviendo muy conocido y durante este periodo y la clientela le siguió hasta su nueva ubicación en la calle 5 de mayo esquina con la calle de Gutiérrez Nájera.

En esta cantina, don Amado fue perdiendo la vista ya por la edad y porque una década antes un cliente al romper una botella en la barra provocó que a don Amado se le metiera un vidrio en el ojo izquierdo que los médicos nunca pudieron encontrar y gradualmente fue perdiendo la vista, por lo que su hijo el más chico, Fidel, se hizo cargo unos años.

Al morir el señor Amado, la cantina pasó a manos de su hijo Raúl Uribe, quien recientemente había concluido su ciclo laboral y se encontraba jubilado; y al quedar a cargo se enfrenta a la problemática de tener que abandonar el local en tanto que una hermana de Amado les pide desocuparla ya que los papeles

¹⁸ Chava invita es otra de las cantinas más antiguas de la ciudad y se distinguía por su botana. Esta sigue funcionando en el mismo sitio donde abrió por primera vez, en una zona llamada el barrio de la otra banda. Por encontrarse a las afueras de la ciudad en ese entonces.

están a su nombre y como mujeres nunca han tenido un vínculo con la cantina o cualquiera de sus dinámicas. Es así que la familia busca otro lugar para ahora rentar.

Se asesoraron por la vía legal y le dijeron que podían meter un amparo pero que finalmente tenían que dejar esa casa porque las escrituras no estaban a nombre de Amado.

4.4.5. Cantina Tradicional Don Amado

Con el fallecimiento de don Amado en el 2009 la cantina *La vida es Así* cambió de lugar. Logran rentar una casa sobre la misma calle de 5 de Mayo, ahora con el número 116^a, para no perder clientela. Se trata de una casa antigua, que después de negociaciones con la dueña y conseguir firmas por parte de los vecinos para que otorgaran autorización, es adaptada para ser cantina y seguir con la licencia, ahora con el nombre de Cantina Tradicional Don Amado.

Hubo un tiempo que la *cantina La Vida es Así* fue un espacio muy pequeño ya que don Amado recortó a la mitad y sólo abría un cuarto pequeño, porque él decía que ya para qué quería una cantina tan grande. El resto del inmueble lo ocuparon como casa habitación en donde vivía con sus hijas. *Recuerda Raúl (2017) que “mi papá tocaba la pared y ya sabíamos que algo necesitaba y acudían mis hermanas, casi siempre era por algún mandado del mercado o algo que le faltaba”.*

El contrato estuvo condicionado a dos años y pidiendo por adelantado la renta de este periodo. Ante esta situación, Juan, quien llevaba una estrecha relación comercial con la distribuidora de cerveza, solicita apoyo de la empresa y son ellos quienes financiaron la renta, con lo que se logró firmar el contrato. *“pero aquí quién sabe si será por desconfianza o qué, pero cada 17 es el día para pagar la renta, pero la señora viene a veces desde el día 5 a pedir la renta y cada que le paga le dice a mi hermano ahora si ya te voy a subir”*

Frente a este local, Juan rentó otro espacio para manejarlo como restaurante con venta de alcohol el cual lleva el nombre de Restaurant-Bar Don

Amado, haciendo honor a su padre y aprovechando la trayectoria tradicional de la cantina. *Aquí la arrendadora le dice que ni le va a aumentar ni nada porque es muy puntual cada día primero con sus pagos. Y aquí cada año son los 500 o 700 pesos los que aumentan (Raúl, 2017).*

Aunque el negocio ha cambiado de nombre y de ubicación en tres ocasiones, han logrado mantenerse en el gusto y preferencia de los parroquianos y su calidad de tradicional la cual continúa en manos de sus hijos.

4.5 La función social-cultural o ¿a qué van los parroquianos?

*Copa tras copa
bote 'a tras bote 'a,
conforme como tomo,
me voy reconfortando.*

*Copa Tras Copa
Pedro Infante*

La información que aquí se presenta, es el resultado del trabajo de campo en donde se buscó definir y entender la interacción de los parroquianos al acudir a la cantina mediante la observación directa y entrevistas que se realizaron en diferentes días y horarios en la cantina. Se describe el tipo de consumidor, las áreas que ocupan, el tipo de consumo en diferentes horarios así como las diferentes motivaciones que los llevan a este lugar.

En las cantinas encontramos diferentes funciones y estas son contadas por los usuarios, en donde se menciona que acuden a la cantina para beber, la cantina para comer, la cantina para ahogar las penas, la cantina para socializar, la cantina como esparcimiento, la cantina para negociar, la cantina como espacio de identidad.

El establecimiento funciona con horario de lunes a sábado de 11:00 a 01:00hrs., entre semana de 11:00 a 13:00 hrs. hay poco movimiento, por lo general es en la hora de la comida de 14:00 a 16:00 hrs. Cuando se da una mayor asistencia para comer en la cantina, mientras que a partir de las 18:00hrs., hay más asistencia de jóvenes y después de las 22:00 gente ya más adulta a convivir.

A partir de la observación se buscó establecer una categorización de las funciones que cumple la cantina, a partir de esto se propone diferentes categorías las cuales se plantean a continuación.

4.5.1. Por tipo de consumo

Como en todas las cantinas en la actualidad, en este lugar se venden diferentes tipos de bebidas, de acuerdo con los informantes, lo que más se consume es la cerveza y lo que más se pide son *La michelada*¹⁹, en lo que se refiere al consumo de destilados lo que más se solicita es *El vampiro*²⁰.

Quienes consumen cerveza son la mayoría jóvenes, esto por ser accesible económicamente. Estos asisten los jueves, viernes y sábados a partir de las 2 de la tarde, y permanecen en el establecimiento por al menos una o dos horas. Este grupo son también los que piden bebidas preparadas a base de cerveza y que son muy populares en este lugar.

Existen grupos de jóvenes que solicitan bebidas que están de moda y cuyo consumo también varía si la moda impone otro tipo de bebida: Mezcal, Vodka, Ginebra o mezclas con las mismas. Este grupo generalmente lo constituyen jóvenes de entre 25 y 45 años y de posición económica acomodada.

También asisten personas mayores, de entre 40 y 70 años de edad, quienes han seguido a don Amado y a sus hijos por mucho tiempo, Abogados, artistas y gente de gobierno y del área cultural. Ellos toman cerveza, pero su consumo también se centra destilados como tequila y brandy, bebidas que son de mayor coste y que van de acuerdo a las modas y generaciones.

4.5.2. Por motivación

Como ya se ha mencionado anteriormente, la cantina se ha convertido en un espacio en donde no solo se bebe alcohol, sino que también se va a comer. En horario de la comida es de 13:00 a 16:00 hrs., y se ofrece lo que se conocen como *La botana*, que normalmente consiste en tacos de distintos guisos (frijoles chinos, papa, tinga, carne en salsa verde), guisados con tortillas y algunos otros

¹⁹ Bebida alcohólica que se prepara mezclando cerveza, jugo de limón, sal y una mezcla de salsas

²⁰ Bebida con base de tequila, jugo de tomate, jugo de naranja, refresco d toronja y salsa picante

productos, como cacahuates, verdura picada con chile en polvo, chicharrones de harina y de cerdo con salsas.

La cantidad de alimentos se ofrece de manera gratuita como acompañamiento del consumo en la primera cerveza, trago o bebida que se pida. El mesero, don Raúl o Fabián ofrecen una “botanita”, puede ser un plato de cuadritos de jícama y pepino con chile o cacahuates; en la segunda bebida ofrecen algo más sólido (la entrada). Siempre preguntan si apetece un caldito que pueden ser de habas o de lenteja, y en la tercer bebida se ofrecen tacos, estos son de carne deshebrada en chile verde o rojo (no se escoge, son de los que hayan hecho ese día), pueden ser tostadas de carne tártara o tacos dorados. En las siguientes bebidas se siguen ofreciendo tacos y ya cuando el cliente no pide más comida, se sirven botanas como chicharrones o churros de pasta y cacahuates.

No es una norma estricta que después de cada bebida se ofrezca en específico la botana, puede servirse a gusto del cliente siendo la atención la base de este sistema. Por ejemplo, el cliente al pedir la primera cerveza o vino, pide también algunos taquitos o frituras, sin embargo, la botana se considera como una estrategia de venta.

En la cantina, los días jueves, viernes y sábado es cuando más clientes tiene, a lo largo del tiempo en que opera la cantina llegan los clientes en distintos momentos, conforme la tarde va cayendo, las mesas se siguen ocupando, ya sean mujeres u hombres, andan sin ningún inconveniente. Raúl todavía recuerda cuando había un letrero en las persianas, prohibido la entrada a mujeres, menores y uniformados.

Es por esto que podemos definir que una de las motivaciones para acudir a la cantina es la de asistir a un espacio para comer de manera económica.

Se acude igualmente a la cantina para socializar, espacio de reunión de diferentes grupos sociales que utilizan este espacio como liminal para poder tratar asuntos que en otros espacios resultarían álgidos: política, trabajo, amistad. En este caso el alcohol tendría una función de catalizador de la verdad

y permitiría que lo que se dice en torno a su consumo asegurara que los discursos tuvieran en alto nivel de “Sinceridad”.

Este también es un espacio ceremonia, pues se puede encontrar fácilmente a grupos que asisten a la cantina con la intención de festejar algún hecho de importancia en sus vidas individuales y/o colectivas. Nuevamente la cantina funciona como espacio ritual en donde el alcohol se convierte en el eje de los diferentes rituales como el de brindar por los logros y cierre de ciclos, desear bienestar para las nuevas etapas a vivir.

Existen también, como ya se ha mencionado, personajes solitarios, que acuden a las cantinas en busca de la integración social que posiblemente no sea encontrada fuera de este lugar. Ser escuchado por alguien o encontrar un amigo ocasional, resulta en el objetivo de estos personajes que también utilizan el consumo de alguna bebida alcohólica, como el pretexto para generar interacción social.

4.5.3. Por tipo de parroquiano

A la cantina, acuden diferentes tipos de personajes, cada uno de ellos con una necesidad específica que es cubierta en este espacio, por lo que resulta muy interesante hacer una descripción de algunos de los que se observaron en tiempos de esta investigación.

Vinculado a los personajes que asisten, está tanto el espacio que ocupan y las bebidas que consumen y horarios de asistencia.

A partir de la descripción del espacio que ya se presentó anteriormente, en el área al aire, es utilizado por jóvenes o por grupos numerosos que se reúnen para algún festejo o convivio social. Este grupo se encuentra principalmente por las tardes y su consumo es de cerveza. Se puede observar claramente que el objetivo de estos grupos es de la socialización y reforzamiento de lazos. Es común escuchar entre este sector social charlas sobre anécdotas o recapitulación de hechos vividos de manera colectiva entre los asistentes, es

también común escuchar chistes y anécdotas que pueden ser interpretados como lenguaje y códigos compartidos.

En la distribución espacial, encontramos el espacio en donde se encuentra *La barra*, este es un espacio ideal para aquellos clientes que asisten solos y que buscan y que buscan platicar con alguien. En este espacio se crea una relación estrecha y de alta confianza con el bar tender, y esto se ve reflejado en la aseveración del cantinero, quien se goza en decir que conoce *al 90% de todas las personas que atiende*, quienes recurren a esta área asiste solos o en pareja, los horarios pueden ser indistintos, aunque pueden concentrarse en horarios de medio día y por la tarde al salir de los trabajos. Este grupo social consume además de cerveza preparada, destilados como tequila, mezcal, ron o brandy, así como algunas bebidas de coctelería y de mayor coste.

De manera general encontramos que los parroquianos tratan al personal de manera cordial y cercana, ya que el ambiente que se genera en estos espacios es y debe de ser, de confianza y cotidianeidad. Esta confianza, conocimiento y reconocimiento entre asistentes y personal que atiende la cantina es un signo más de reconocimiento social, tradición y de las funciones que cumple este espacio como área liminal.

“La mayoría de los clientes ya se conocen, por ejemplo, ese señor de ahorita es de San Luis de la Paz ya tiene más de 40 años viniendo”. (Juan, 2017)

Como ejemplo, en una de las visitas se observó a tres clientes en la barra que conocen desde hace más de 10 a 20 años a Raúl, el mayor de los dos hermanos que se hacen cargo del negocio, estos tres clientes llegaron por separado, cada quién por su cuenta y al llegar sin haberse puesto de acuerdo se encontraron, ellos se hablan por su nombre y con mucha familiaridad, hablan de eventos comunes pasados y recuerdan hace cuánto tiempo fue la última vez que se vieron, hablan de anécdotas y de historias en común: hacen mención de *hace cuantas botellas no se veían*, la conversación es en todos sentidos, amigos en común, fútbol, empiezan a hablar de noticias de la nota roja, etc.

Los informantes coinciden en que el término psicólogo describe muy adecuadamente al cantinero, pues es una persona que calma a la gente; ellos mismos dicen que estar en la barra es un aprendizaje continuo en donde se aprende a escuchar, a decir lo correcto y a controlar los sentimientos de quien busca hablar con ellos.

Desde la percepción de los informantes, estos espacios servían para que los hombres tuvieran libertad de expresar el dolor *de la mala vida que tenían, los infortunios, las ingratas y desgracias mujeres que les tocaron, encontraban en la cantina espejos que les decían lo mismo y cantaban con ellos al unísono para poder aliviar un poco las penas (Kanchi, 2017)*. La bebida alcohólica consumida aquí era un catalizador que ayudaba a hablar con cordura y expresar esos sentimientos tan profundos que nadie salvo los amigos casi cómplices de cantina, podían entender.

En otra ocasión, 18:00 a 00:00hrs., se observó a 5 personas de 30 a 45 años de edad que llegaron en diferente momento, que se dirigían a Raúl o a Juan de manera muy familiar, son conocidos del dueño y se sentaron en la barra para platicar entre ellos. Es seguro que son clientes de varios años ya.

Otro sector identificando entre los asistentes es el de las parejas que asisten a las cantinas; estos consumidores buscan ubicarse en espacios ya sea al interior o exterior de la cantina, siempre y cuando sea un espacio que gente intimidad, esto es en las orillas. lejos de los accesos y paso de los servicios y de la música ya que se busca la conversación tranquila. Estos espacios tienen la función del acercamiento social con fin de construir una relación de pareja, la cual podríamos explicar que se utiliza la liminalidad del espacio y el consumo del alcohol para facilitar la inhibición y la comunicación para el reconocimiento interpersonal.

En una tarde, de julio del 2017, cuatro hombres de entre 30 y 40 años se sentaron en una mesa a tomar un par de cervezas, uno de ellos pidió tequila

derecho²¹, ellos platican sobre temas de trabajo y que tenían que regresar al mismo. Raúl (2017), cuenta que asisten una o dos veces al mes (tal vez en quincena) y siempre piden lo mismo y buscan la misma mesa. Este tipo de grupo junto con algunos otros asistentes llegan a este espacio para discutir o concretar asuntos de carácter laboral, jurídico o legal, es común. Se ubican en mesas a la vista y de fácil acceso o bien en alguna área tranquila, puede depender del tema a tratar, se consume cerveza o diversas bebidas a base de destilados y partimos del supuesto de que estas discusiones que se realizan en torno del consumo de alcohol, tienen una carga político-económico fundamental y que el alcohol y la cantina tendría la función de aportar a la relación el sentimiento de confianza y sinceridad.

En el tiempo en el que se realizó trabajo de campo no se pudo observar el hecho, pero se cuenta que las cantinas es el lugar en donde los padres llevaban a sus hijos a tomar su “primer trago” a manera de rito de paso hacia la madurez, siendo el espacio en donde se podía tomar alcohol de manera oficial por ser el espacio simbólico. Aun entrando el milenio esta práctica donde los padres llevan a su hijos varones a conocer una cantina se sigue presentando.

Por otro lado también asistían para demostrar su hombría, esa necesidad casi innata de los hombres por expresar lo duro de su carácter. Envuelto en una cultura difundida en los medios, el hombre fuerte pero sensible, caballero pero orgulloso, trabajador pero jugador. Ese hombre enamorado y trovador, que tenía que enfrentar la vida y sacar adelante a su familia, la voz en su casa y ejemplo de los hijos.

4.5.4. ANECDOTARIO Y VIDA COTIDIANA EN LA CANTINA

En el acercamiento a la cantina como objeto de estudio, la información estuvo acompañada de narraciones anecdóticas que resultan un reflejo del

²¹ Se sirve en este caso el tequila en un vasito de 50 o 60 mililitros (llamado coloquialmente *caballito*, es un recipiente de 10 cm de alto por 5 cm de diámetro), se toma acompañado de jugo de limón y una pizca de sal.

sentimiento que se genera al interior de las mismas y entre los diferentes actores que participan, es por lo que se dedica un apartado a estas narrativas.

Raúl (2017): En **el Deportivo** sobre la calle Zaragoza, había quienes se peleaban por pagar la cuenta. “sí le cobras a él jamás me vuelvo a parar en tu cantina” se peleaban por pagar. “Yo te pedí la cuenta así que yo pago”. Historias así nos encontramos cuando preguntamos del ambiente generado en las cantinas, esta es la anécdota de un usuario que tenía cantina.

Kanchi (2017): *llegaba el clásico mandilón* que llegaba con el pan que iba a llevar a su casa pero antes pasaba a echarse una copa y el clásico macho en un lado de la barra echándole “que pinches mandilones que no pueden sin pedir permiso a su mujer” y hasta que lo arto y le puso una golpiza dentro de la cantina. Entonces ya las cosas cambiaron y el que estuvo aguantando al macho después decía “pinches machos que yo por eso respeto a la mujer”, y al llegar le decía al macho “que hubo chillón” y el otro ya nomás callado.

Kanchi (2017): Había un cliente que trabajaba *en luz y fuerza*, el Sr. Medina, quien llegaba bien raspado de los codos y brazos y su mujer iba a reclamarles a la cantina que tenía que comprarle camisas, les preguntaba que le hacían y sólo le decía que se tomaba 2 piedras²² y 3 cervezas negras, salía de la cantina y se tambaleaba y se iba chocando con la otra pared por el callejón libertad, entonces don Amado trajo de los toros unas esponjas y le hizo sus ante braceras, y la señora se prestaba a llevarle los cojines a la cantina para que se los pusieran cuando saliera su marido.

Kanchi (2017), nos cuenta que su papá sacaba 10 gentes los lunes del penal, daba 30 o 40 pesos al comisario (eran 3 pesos por persona) y su cuartito²³, uno de los más recurrentes era “José el pequeño fotógrafo” que era boxeador y

²² Bebida que se prepara con 1 1/2 onza de anís dulce, 1 1/2 onza de tequila blanco, 2 gotas de angostura, se acostumbra a tomarse una para aliviar la resaca, pero con dos se corre el riesgo de volver a emborracharse.

²³ En esta historia nos cuenta Kanchi, que el penal estaba sobre la misma calle de Pasteur y su papá acostumbraba a ayudar a los borrachos que habían caído el fin de semana, los sacaba y los mandaba de regreso a su casa y al comisario le mandaba su cuarto de botella de tequila.

tomaba fotos en las aguilitas, les daba su caldito, su cerveza, su tequila y les daba 5 o 10 pesos ya curados, después los mandaba a su casa y les decía “si llega su señora a reclamar que van sin dinero no los vuelvo sacar”. Ya después iban bien agradecidas las esposas y el negocio crecía de clientes y se gastaban su salario ahí.

Observamos con esta anécdota como había mucha cercanía con el dueño y la vida personal de sus clientes, como estrategia para beneficio de la cantina puede ser una idea excelente, pero también responde al momento histórico de cuando en Querétaro había poca población y se cuidaban más uno de otro.

Kanchi (2017) cuenta que había clientes muy buenos como uno que se tomaba una y se dormía y quería que le cobraba, le decían que ya le había cobrado pero cada que despertaba pedía otra vez la cuenta, entonces le cobraba los 10 o 20 pesos y ya invitaba a sus cómplices. También había clientes que se enojaban si no los dejaban pagar la cuenta.

Juan (2017) Generaba conflictos el hecho que algunos clientes se gastaran gran parte de su *raya* en las cantinas, las mujeres esperando el *gasto* y ellos despilfarrando el salario. A muchas madres de familia les parecían las cantinas centros de vicio y de malas influencias, además las conversaciones en las cantinas giraban entorno a problemas laborales, experiencias vividas, pero también a las malas mujeres que traicionan, someten y manipulan a los pobres hombres que se matan trabajando sólo para llegar agotados y encontrar más problemas en casa.

En consideración de los hermanos, hay de todo Había en la cantina, todos los días son distintos, la gente que llega actúa de forma inesperada

Kanchi (2017) Mi papá me dejaba bolear los zapatos de los clientes y como hijo del dueño los clientes me pagaban porque no podían decir no al hijo del dueño el hijo y me daban 5 pesos, 10 o hasta 20 pesos²⁴, cada cliente y casi diario, para un niño en los 80's, era un dineral, por eso cuando llegaba a la

²⁴ Kanchi le boleaba al brujo mayor de los danzantes, don José, y cada tercer día le llevaba su cuartito a su casa en Felipe Ángeles o Reforma.

escuela: al Salesiano o Riva Palacio con 20 pesos, le alcanzaba casi para comprar media tienda. “Un niño debe estar jugando no en una cantina” comenta. Le gustó su infancia pero no fue la misma de los demás niños. A los 15 años él ya traía llave de la cantina y llegaba a ir con sus amigos cuando la cantina estaba cerrada y cuenta que en una ocasión se llevaron a sus novias ahí.

Raúl (2017) El Sr. Bárcenas, a quien apodaban “la Rata” era un señor gordito que trabaja en luz y fuerza del centro, y por su aspecto físico y su edad. Cada vez que llegaba a la cantina lo molestaban otros clientes por ser muy paciente, pues el solo les respondía: “Mira deja te digo una cosa, te invito a que te tomes tu cerveza pacíficamente y ya no me estés molestando porque se me mete lo Bárcenas. Porque si te digo me vienes a chingar otra vez a mi mesa y te voy a madrear.”. Ahora dice que ya ha cambiado todo y que ahora no hay peleoneros.

Fidel (2017). Cuando iba en la secundaria (hace 25 años aproximadamente), alguno que otro maestro le ayudaba con la calificación diciéndole que le saludara a su papá, sabían que su papá tenía una cantina pues la secundaria estaba cerca del centro y conforme fue creciendo, sus amigos le pedían ir a la cantina a divertirse un poco. Fabián ayudaba y sigue trabajando en la cantina, él sigue soltero y atiende en la barra cuando se necesita.

Juan (2017), Hubo una época en la cantina en donde que llegaban norteños, mariachi, y la agente pagaba para escuchar sus canciones ahora eso se ha perdido porque no hay dinero. Ahora hay un cieguito que le marca al hijo de mi Juan, “Tony tienes gente para ir para allá” habla antes de ir, *ahora ya está caro*, los mariachis por muy poco, para pasarla bien: *“unos mil pesos que me cobre el mariachi y otros mil que me gaste yo, ya me salió en 2 mil pesos el desmadre”*

4.6. Cómo se ha construido la tradición en Don Amado

*Me invitas una copa, o te la invito,
tenemos que brindar por nuestras cosas;
no vamos a llegar a emborracharnos,
no más nos tomaremos cuatro copas*

Cuatro Copas
Miguel Aceves Mejía

La tradición en una cantina es considerada, desde el punto de vista de los dueños y clientes, como la permanencia en el tiempo dando servicio a varias generaciones, es por esto que en el slogan del negocio se apela a ser una “*cantina tradicional desde 1941*”, usando la permanencia para significar la aceptación y validación de servicio vinculado a la sociedad queretana cumpliendo con la necesidad de ofrecer servicio-precio-ambiente, permaneciendo en el gusto de sus clientes.

Durante este tiempo de funcionamiento, se ha esforzado por mantener y generar nuevos clientes, utilizando como principal estrategia la promoción de boca en boca. Es hasta después de 20 años de operación, cuando se comienza a utilizar en la identidad de la empresa la característica de ser una *cantina tradicional*. Y encontramos que es hasta los años 90, cuando se formaliza el estatus de Tradicional como una característica particular en las estrategias comerciales de operación y promoción.

En la búsqueda de aclarar el momento en el que se integra el concepto de tradición en la cantina, Raúl y Juan (2017), recuerdan que acordaron en una plática que se trataba de una cantina tradicional porque continua dando el mismo trato desde que su papá abrió por primera vez, los tiempos cambian, pero tienen clientes de edades muy avanzadas que aún los visitan y siguen pidiendo lo mismo, no han querido cambiar mucho la botana, ni hacer nuevas bebidas, porque de todas formas les piden lo de siempre.

Es así que la tradición incluye además de la temporalidad, el servicio y ambiente. El servicio es lo que les ofrecen: La botana que sigue conservando los

platillos-sazón, las bebidas que con las marcas todavía vigentes²⁵ no es complicado servir las, y el otro aspecto cómo se los ofrecen (trato), el que el dueño o encargado se sienten a platicar con el cliente en su mesa o el cliente lo busque al llegar cuando se sienten en la barra son elementos de tradición donde está implícito el tiempo de conocerse, la información compartida y las anécdotas recordadas.

Ese trato era la cercanía de don Amado a sus clientes, y ahora los que atienden que son Raúl (hasta las 8 o 9 de la noche), Juan, y Fabián; también logran esta cercanía, he visto cómo sus clientes les hacen plática de cualquier tema y mantienen un ambiente sin ruido y con mucho gusto.

Para ellos es importante mantener mismo aspecto de antaño, se ofrece la misma atención desde siempre, cuando inició con Amado había aserrín y un hoyo como mingitorio, las cosas eran diferentes en ese entonces, sólo entraban hombres y no había mucho problema con orinar justo aun lado de donde se estaba tomando, se seguía con la plática, mientras se hacía esta necesidad.

Se vuelve después algo curioso, algo incluso representativo y particular que llega a formar parte de la construcción de la identidad de La cantina de Don Amado, a tal grado que era comentado por extranjeros y los mismos clientes querían conservarlo. Esto ya no se pudo mantener así, tal vez fue por alguna política pública de sanidad, o porque empezaron a entrar mujeres y ya era algo que necesitaba tener una puertita, y después ya ser algo muy privado.

Cuando se realizó el cambio de domicilio, se manda hacer una barra nueva, pero diseño de la barra se replicó igual a la que se encontraba en los espacios anteriores, y de manera consiente se busca replicar el espacio en el acomodo de las mesas, la orientación de la barra, los cuadros.

Es así que en el nuevo espacio, el lugar donde se encuentra la barra, es una rememoración a la cantina de Don Amado, sin embargo a manera de estrategia y en la búsqueda aumentar y diversificar la clientela, los hijos de don

²⁵ Me comentó Raúl que tienen botellas para clientes específicos que nadie más pide, “este ron es para el ingeniero Torres que siempre lo pide y sólo aquí lo encuentra”

Amado, cambian el concepto de cantina acondicionando los otros espacios de la casa a las diferentes clientelas y funciones que se cubren al interior de la cantina. Encuentran y construyen entonces una estrategia para mantener a la clientela y seguir con la tradición de la familia.

El mobiliario original, se restauró e instaló en el Restaurant-Bar Don Amado, en donde junto con el nombre, constituye el elemento que mantiene la tradición en este nuevo espacio donde además de la ubicación, también se integra como elemento innovador, el servicio de restaurante. Esta otra licencia utiliza la tradición como estrategia para la atracción de clientes en un ambiente abiertamente familiar, centrado en la comida más que en la bebida. De igual forma con este restaurante se busca recordar y seguir usando la imagen del señor Amado, genera otro ingreso y ofrece empleo a los integrantes de la familia.

Otros elementos que podemos encontrar en el lugar que hacen referencia a la tradición, son los cuadros y pinturas de la foto de Don Amado, así como recortes de periódico enmarcados, fotografías de la familia, pero algo muy significativo es una tabla de picar, ahora pintada con la imagen de la virgen del pueblito colgada, a medio metro por encima de donde se junta la barra con la pared, esta pieza de madera de unos 40 cm. Esta tabla era donde cortaba y picaba durante muchos años don Amado la jícama, los limones y algunas verduras, y que ahora sirve de recuerdo.

4.7. Permanencia como empresa familiar

*Llego borracho el borracho
pidiendo 5 tequilas
y le dijo el cantinero
se acabaron las bebidas
si quieres echarte un trago
vámonos a otra cantina
(Llego borracho el borracho)*

*Llego borracho el borracho
José Alfredo Jiménez*

Para la familia ha sido muy importante mantener la imagen de don Amado como elemento central de la empresa, es justo esta figura la que se hace alusión directa a la larga trayectoria familiar en el manejo de la cantina y de la vinculación tanto con ciudadanos/clientes, como con el espacio del barrio en donde se ubican.

Cuentan sus hijos con mucho orgullo que su papa se esperaba en la atención con sus clientes, procurando que fuera muy cercana, se preocupaba por conocerlos, hablar con ellos, se podría decir que un 80% eran conocidos de él, tal vez no a todos por su nombre, pero si los recordaba y más aún los clientes lo conocían a él y lo saludaban con la misma cercanía cuando lo encontraba en el mercado y en las calles del centro de la ciudad. *“Querétaro era muy pequeño y todos se conocían por lo que la cantina servía como un lugar de encuentro, ya sea para convivir de manera amigable o arreglo de cuentas”.* (Julio: 2017)

A Don Amado sus hijos lo recuerdan como una persona muy amable y servicial, tenía pocos amigos cercanos, pero hablaba muy bien con todos y lograba entablar conversaciones muy amigables, la gente no decía “vamos a la cantina *La Vida es Así*, de hecho, decían *Así es la Vida*²⁶” (no sabían a veces ni cómo se llamaba la cantina) la gente decía “vamos a ver a don Amado” o “vamos

²⁶ Los usuarios de las cantinas nos han contado que la cantina de don Amado no era a veces ni conocida por su nombre original “la vida es así”, si no que le decían “Así es la vida” e incluso solo decían con don Amado.

con don Amado”. Él Era muy popular y la gente lo iba a ver para platicar y preguntarle por otras personas.

Este mismo modelo de cercanía, atención y trabajo que se construyó en torno a la figura de don Amado, es la que sus hijos buscan reproducir y que se convierta en el sello del lugar y la característica que permite que los clientes les reconozcan y sigan asistiendo al lugar. Es por eso que todos los hermanos están de acuerdo y mantienen un mismo discurso, ideología y estructura de operación de la cantina.

4.7.1 Estrategias de permanencia y de reproducción

El manejo lo tradicional y operar de la manera discrecional los cambios y la innovación con discreción y sin alterar aquellos elementos que son reflejo de prevalencia, es la estrategia fundamental dentro de la cantina. Esto se puede observar en diferentes niveles, ya sea por medio de la imagen, el discurso o las normas al interior de la empresa.

Todos los hermanos están de acuerdo en que el ambiente generado en la cantina se asemeja a *“un trato hogareño, una atención donde podías tener la confianza de contar tus problemas,”* (Juan, 2017), los amigos de la cantina son como una extensión de la familia, se tiene la seguridad de que siempre estarán allí para escuchar alguna confidencia.

Se repite contantemente durante la entrevistas la importancia de la cercanía con los clientes, al igual que Amado, ahora sus hijos continúan fomentando la cercanía con muchos de sus clientes de antaño, así como empiezan a tejer nuevas amistades y ganarse la confianza del cliente. El trato recibido por parte de los trabajadores externos, como meseros es impersonal, pero el trato con la familia es el más valorada por los usuarios.

Aun así se observan cambios adaptándose a los procesos cambiantes de la sociedad queretana:

“Hace todavía unos 10 años, cuando don Amado aún vivía, venían estudiantes de la *Exprepa Centro*, principalmente los viernes al salir de clase, a pedir su bebida de la prodigiosa”²⁷(Raúl, 2017), por ser de las bebidas más baratas, recuerdan que se llenaba de estudiantes que consumían también cerveza.

En este sentido, llama la atención la afirmación de Raúl, quien cuenta que en muy contadas ocasiones se prende la Rockola porque *“todo va evolucionando, los usuarios prefieren su teléfono para poner su música, si hay algún evento deportivo piden prender la tele... Ya no les llama la atención el box ni el fútbol como antes que los sábados eran de box”* (Raúl, 2017)

Y es así que se dan los cambios al interior, como reflejo de los cambios socioculturales: Anteriormente la esposa de Don Amado, no lo dejaba sacar la baraja o el cubilete, que era muy popular para jugar un juego en el que se invitaban *rondas*. Antes estaba más controlado, si pasaba un inspector y veía una mujer o juegos de azar cerraban la cantina. Ahora jugar no está prohibido, pero es raro que pidan el dominó, se va acabando el juego en las mesas, la gente viene a platicar y pasar un rato tranquilo y a gusto.

En relación a la presencia femenina también hay importantes cambios:

Ahora con el acceso a las mujeres, ellas llegan y se sientan en la barra (en los bancos de la barra) como si fueran hombres y se ponen a platicar entre ellas y les vale (el lenguaje utilizado), llegan hombres hablando con majaderías y a ellas no les importa se echan su cheve como si nada, y luego también están echando desbarajustes que pinche hombre y todo, ya también alburean, y también hablan con majaderías” (Raúl, 2017).

Dice don Raúl que el día de hoy ya es *más refinado* el ambiente, y en los siete años que lleva trabajando, desde que se jubiló, nunca ha visto que haya un pleito a golpes, lo que antes era muy frecuente:

²⁷ Es una bebida hecha a base de hierbas muy amarga a la que se le puede agregar anís al gusto para endulzar. Esta bebida se compra por botellas de plástico de un litro. En la cantina *el Faro*, elaboraban esta bebida pues tenían la receta original, se preguntó y al parecer ya nadie la hace en Querétaro.

casi todos los días se peleaban, se salían a la calle y el pitadero de carros no dejaban pasar porque se estaban peleando, todavía en Gutiérrez Nájera seguían las peleas, por cualquier pretexto como decirle a alguien viejo o por ejemplo que pedían (casi exigían) a otro que le invitara una bebida y ahí empezaban los problemas. (Raúl, 2017)

Ahora ya no hay peleas ni nada de eso, yo no he visto en el tiempo que tengo aquí, viene puro chavo del tecnológico, de la universidad, que luego si quieren empezar, pero les decimos te calmas o te sales y ya se tranquilizan. (Raúl: 2017)

Los hermanos han entendido que ofrecer alimentos con calidad y abundancia al acompañar a las bebidas, es también un elemento que les ha caracterizado a lo largo de los años, por lo que ponen especial atención en este rubro:

La comida se sirve siempre preguntando al cliente si gusta algo, lo que más se sirve son tacos y estos se dan en par en un plato pequeño por cliente, son de diferentes guisos: huevo con chile verde, de frijoles, de papa, de copete en salsa verde, quesadillas. También se dan tortitas de carnitas o de barbacoa; Caldo de camarón y mole de olla; Tostadas de pata u oreja; jícama, zanahoria, pepino picados; palomitas, churros, cacahuates.

La botana como se ha mencionado es la comida y las frituras, y cumple una función específica que es mantener al cliente en el lugar, pues sobre la calle hay varios restaurantes y un puesto ambulante de tacos, pero si comes ahí en la cantina ya no te parece necesario salir a comer o cenar. Además, en la tarde algunos clientes van a la botana se toman algo y ya esa fue su comida para regresar al trabajo.

Aunque don Raúl nos cuenta que *“no todos piden de comer hay unos que nomás los cacahuatitos, ya casi los que vienen de estudiantes ya no piden de comer, sólo así de una o dos cervecitas y unos cacahuates o algo así”*(Raúl, 2017).

La cantina también ha explorado algunas otras funciones, permitiendo a clientes del ámbito artístico que organicen presentaciones de alguna obra artística o literaria, encontrando en este grupo, una nueva beta para acercar a nuevos clientes.

Esto último ha causado que en este espacio se esté convirtiendo en un centro de reunión de grupos de artistas, principalmente aquellos dedicados a la obra gráfica, pictórica y visual, motivo por lo que ahora también esta siendo reconocido este espacio.

ANALISIS Y CONCLUSIONES

*Esta noche me voy de parranda
para ver si me puedo quitar
una pena que traigo en el alma
que me agobia y que me hace llorar*

***Esta noche
Pedro Infante***

Las cantinas tradicionales en Querétaro son espacios sociales complejos en donde se crean y reproducen relaciones de diversa índole en torno al consumo de bebidas alcohólicas, las cuales se manifiestan a través de patrones culturales, socialmente aceptados o sancionados, los cuales tratamos de explicar de manera objetiva desde una perspectiva sociocultural. Como espacios de socialización, en las cantinas se dirimen una serie de situaciones socioculturales; se tejen relaciones sociales, se hacen negocios, se sancionan tratos, se efectúan ritos de paso (por ejemplo, la mayoría de edad). También es un sitio a donde se acude por la buena comida, por el precio de las bebidas, por su ubicación, para disipar penas, etc.

Las cantinas consideradas como tradicionales a las que nos referimos son empresas familiares que se han reproducido generacionalmente siguiendo patrones de organización familiar y empresarial –formas de organizar el trabajo– ante modificaciones en el entorno, haciendo adaptaciones e innovaciones, enfrentando el conflicto entre la necesidad de supervivencia como empresa, al mismo tiempo que mantenerse como tradicionales, realizando ajustes en las estrategias de comercialización sin perder la esencia en las funciones socioculturales que cubren en donde *La Tradición* parece ser parte de una estrategia comercial y también de identidad.

A partir de la información obtenida, se pudo dar respuesta a los cuestionamientos iniciales de esta investigación, ya fuera confirmando o refutando las hipótesis iniciales. De esta manera se puede definir que al hacer un estudio sociocultural de la historia de las cantinas tradicionales de la ciudad de Querétaro, podemos encontrar elementos que reflejan la historia e identidad

de la ciudad, esto a partir de los contextos políticos, económicos, legales y morales que regían en la sociedad.

Encontramos en la figura de la cantina, la necesidad de su prevalencia a través de varias generaciones al cumplir con diferentes funciones como la de preservar la identidad, la de socialización en diferentes estratos sociales, la de espacio simbólico y liminal en donde es posible diferentes tipos de negociaciones, resolución de conflictos y tensiones, además de ser un espacio productivo que permite la supervivencia y reproducción familiar.

Las funciones que se identifican al interior de la cantina han permanecido, habiendo ajustes en relación directa a los patrones y normas de conducta del tiempo y lugar en donde se instalan, ejemplo de esto es la participación de la mujer en estos espacios, el tipo de bebida a partir de los procesos económicos y de producción local y ahora global, las edades y grupos sociales que constituyen los consumidores, así como los rituales que se lleva a cabo en torno al consumo del alcohol.

Es así como encontramos que en los años 50, las cantinas tienen una doble función como tiendas de abarrotes y venta de licor, para posteriormente convertirse en espacios restringidos a los varones, como espacios de dispersión y como espacios liminales en donde se podían llevar a cabo actividades no lícitas marcadas por una sociedad rígida y moralista, en donde se podía beber sin limitaciones, ejercer la prostitución o bien llevar a cabo juegos de azar. Eran espacios de complicidad y libertad donde es posible cerrar tratos de diferentes niveles al seguir siendo un espacio liminal de ejercicio sociocultural.

Es preciso mencionar que entorno a una cantina se presentan situaciones de mucho conflicto y roces sociales. Si bien, podemos vislumbrar una conclusión al hablar de distensiones o amistades que se tejen en el entramado social de la cantina, también podemos ver el otro lado ahora de la tensión y el conflicto: es así que del mismo modo que el alcohol tiene una función desinhibición para facilitar la claridad y apertura sincera, de igual manera este mismo efecto opera en sentido contrario al romper con los límites socialmente permitidos, por lo que

esto genera molestia y enojo. Ejemplo de los niveles de violencia que se pueden encontrar en las cantinas en el caso del hermano de Amado fue asesinado en su propia cervecería.

En conclusión, estos espacios son definitivamente lugares en donde se reproducen patrones socioculturales de los contextos en donde se ubican, a manera de espejos y en donde se concentran y ponen en operación estructuras, normas, comportamiento, ideas, creencias y acciones, por lo que siguen siendo de gran interés para la observación antropológica ya que aportan un sin número de perspectivas para seguir trabajando en ellas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acs, Z.J. y D. Audretsch (1990). *Innovation and Small Firms*, Cambridge, MA: MIT Press.

Aragón Sánchez, Antonio (Dir.), García Pérez de Lema, Domingo (Dir.) Análisis estratégico para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa: Estado de Veracruz Ed. Universidad de Cantabria, 2004 - 195 páginas

Arras, Vota, Ana María *La microempresa: una colectividad de capacidades en la red del conocimiento* en Aprendizaje en Innovación en microempresas Rurales, Rebeca de Gortari, María Josefa Santos, Coordinadoras, México, 2010.

Audretsch, D. (1998). The Economic Role of Small and Medium Sized Enterprises: The United States, World Bank Workshop on Small and Medium Enterprises, June 11-12
http://www.prrs.net/papers/tan_applying_miles_and_snow_to_china.pdf

Belausteguigoitia, I. (2005). Luz y sombra: empresas familiares. Dirección Estratégica Marzo-Mayo, 13, Año 5. Recuperado el 20 de mayo de 2009, de <http://direccionestrategica.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Luzysombraimanol.pdf>

Ballina, F., Medina, C. C. y Martínez, P. (2006, mayo). Propuesta del Observatorio Económico para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa en el Estado de Durango. X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas efectuado por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.

Bordieu, Pierre (2011), *Estrategias de reproducción social*, Siglo XXI, ISBN 9789876291873, Argentina.

Bunzel, Ruth Leah, *Chichicastenango: A Guatemalan Village* Published by J. J. Augustin, Locust Valley, Forth Worth, TX, U.S.A 1952

Carrillo Trueba, Lauro Antonio (2007). *Los destilados de agave en México y su denominación de origen*. Revista Ciencias número 87, julio – septiembre 2007.

Díez Hernández, Itziar (2002), *La influencia del alcohol en la sociedad (The influence of the alcohol in the society)* Osasunaz. 5, 2003, 177-190, en <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/osasunaz/05/05177190.pdf>

De la Fuente, Julio. Alcoholismo y sociedad. En Eduardo L. Menéndez (ed.). *Antropología del alcoholismo en México: Los límites culturales de la economía política 1930-1979*. Editorial Casa Chata núm. 36. CIESAS. México. 1991. Pp.175-188.

De Miguel, Jesús y otros. *La antropología médica en España*. España, Edit. Anagrama. 1980.

Dennis, Philip A. (1991), El rol del borracho en un pueblo oaxaqueño. En Eduardo L. Menéndez (ed.). *Antropología del alcoholismo en México: Los límites culturales de la economía política 1930-1979*. Editorial Casa Chata núm. 36, CIESAS, México, 1991. Pp. 353 – 367.

De Walt, Billie R. (1991) El consumo de alcohol, el estatus económico y las estrategias adaptativas de modernización en una comunidad del altiplano mexicano. En Eduardo L. Menéndez (ed.). *Antropología del alcoholismo en México: Los límites culturales de la economía política 1930-1979*. Editorial Casa Chata núm. 36, CIESAS, México. Pp. 367 -395.

DeWalt, Kathleen M. & DeWalt, Billie R. (2002). *Participant observation: a guide for fieldworkers*. Walnut Creek, CA: AltaMira Press.

EL UNIVERSAL, Compañía Periodística Nacional S. A. de C. V. *Artículo digital:* <http://www.eluniversalqueretaro.mx/politica/19-12-2012/el-gallo-colorado-se-resiste-morir>

García Canclini, Néstor, (1995), Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización. Cap. 5 las identidades como un espectáculo multimedia.

García, M. E. (2007) Estrategias para una sucesión exitosa en la empresa familiar (Strategies for a successful succession in family business) Universidad Antonio Nebrija. Madrid, España. UANL, Impreso en México.

Gilmore, D. (1975). Friendship in Fuenmayor. *Ethnology* 14:311-324.

Gilmore, David D. (1986), The Role of the Bar in Andalusian Rural Society. *Journal of Anthropological Research*. 41:263-77.

Gilmore, David D. (1991), Commodity, comity, community: male exchange in rural Andalusia. *Ethnology* vol. 30.

Gilmore, David D., (1998) Protocolo de Investigación sobre el cambio en las relaciones de género en los bares en el norte de España. Manuscrito sin publicarse.

Grant, R.M. (1996). Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones. Madrid: Ed Cívitas

González, Parra, Alma Rosa. Regidora de Educación y Cultura del H. Ayuntamiento de Tequila, Jal., 1998-2000.
<https://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/municipios/tequila>

Guajardo, G. (2004). Contabilidad Financiera. México: Mc Graw – Hill Interamericana.

Guerrero, Arias, Patricio *Usurpación simbólica, identidad y poder: la fiesta como escenario de lucha de sentidos*, Editorial Abya-Yala Corporación Editora Nacional, Quito, 2004.

Hernández, Roberto., Fernández, Carlos., Baptista, Pilar, (2003). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill

Horton, Donald The Functions of Alcohol in Primitive Societies: A Cross-cultural Study, Original from Indiana University 1943.

Hurtado, Jacqueline. (2000). El Proyecto de Investigación. Segunda Edición. Caracas

Katz, M. 2005. "Planning for the Success of Your Family Business" Women in Business. Kansas City. Mayo. Tomo 57, N.º 3.

Lomnitz, Claudio, Conferencia La Etnografía y los desafíos en México contemporáneo en: <https://www.youtube.com/watch?v=iq2dYvGDFI4>, México, 2014 consultado en 2016 y su transcripción en <http://www.nexos.com.mx/?p=23263>

Madrazo, *Miranda, María; (2005). Algunas consideraciones en torno al significado de la tradición. Contribuciones desde Coatepec, julio-diciembre, 115-132.*

Malinowski, Bronislaw (1982), *Estudios de psicología primitiva*, Paidós. Buenos Aires.

Menéndez L. Eduardo. "Alcoholismo y proceso de alcoholización; la construcción de una propuesta antropológica". En Eduardo L. Menéndez (ed.). *Antropología del alcoholismo en México: Los límites culturales de la economía política 1930-1979*. Editorial Casa Chata núm. 36, CIESAS, México, 1991.

Menéndez L. Eduardo (ed.). *Antropología del alcoholismo en México: Los límites culturales de la economía política 1930-1979*. Editorial Casa Chata núm. 36, CIESAS, México, 1991.

Menéndez L. Eduardo. *Morir de alcohol*. Alianza Mexicana CONACULTA.1990.

Menéndez, Eduardo L. Aportes metodológicos y bibliográficos para la investigación del proceso de alcoholización en América latina. Edit. Casa Chata, México. 1988.

Miles, Raymond, **Snow**, Charles (1978), *Organizational Strategy, Structure, and Process*, Stanford University press,

Pascual Pastor Francisco (2007), *Aspectos antropológicos del consumo de bebidas alcohólicas en las culturas mediterráneas en Salud y drogas*, vol. 7, núm. 2, pp. 249-262, Instituto de Investigación de Drogodependencias España

Peña Zamora Antonio (1990), *Alcoholismo y sociedad, El alcoholismo como problema social*, U.A.Q. 1990

Pulido Esteva Diego, (2014), *¡A su salud! Sociabilidades, libaciones y prácticas populares en la ciudad de México a principio del siglo xx*, El Colegio de México, México.

Radcliffe Brown - Estructura Y Función En La Sociedad Primitiva, edit. Planeta De-Agostini, 1986

REDES-Revista hispana para el análisis de redes sociales, vol. 20, # 4 junio 2011. El análisis de la cohesión, vinculación e integración sociales en las encuestas EgoNet.

Revista: *La noción de trabajo. Relato de una aventura socio-antropo-histórica* Jacob, Annie, en Sociología del trabajo no. 4, PIETTE, Buenos Aires, 1995

Revista: *¿Qué sabemos sobre el trabajo?* Méda, Dominique, en Revista de Trabajo, Año 3 Número 4, Enero - Noviembre 2007

Revista: *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Jesús Martín-Barbero. Reseña (en: Magazín Dominical, No. 445, El Espectador, Noviembre 3 de 1991)

Revista: *Visión antropológica de la familia empresaria*, Doctor José Javier Rodríguez Alcaide, Doctora Maribel Rodríguez Zapatero, Doña Magdalena

Rodríguez Jiménez, Universidad de Córdoba, Cuaderno de Reflexión no. 12, marzo de 2011

Revista: *Las bebidas mexicanas. Pulque, mezcal y tesgüino*, Patricia Fournier García, Lourdes Mondragón Barrios, *Arqueología Mexicana* núm. 114, marzo – abril 2012 pp. 52 - 59.

Sánchez, Karina, ¿Cuándo nació el tequila y desde cuándo existe?, en <http://www.casasauza.com/todo-sobre-tequila/cuando-nacio-tequila-desde-cuando-existe>

Stross, Brian, “La cantina mexicana como un lugar para la interacción”, En Eduardo L. Menéndez (ed.). *Antropología del alcoholismo en México: Los límites culturales de la economía política 1930-1979*. Editorial Casa Chata núm. 36, CIESAS, México, 1991.

Tesis: **Cano** Morales, Marlene Alicia. Estrategias productivas: Entre la subjetividad social y el saber local. *El caso de Artesanal de Magallanes, Pénjamo, Guanajuato*. Universidad Autónoma de Querétaro, 2016.

Viqueira, Carmen y Palerm, Ángel, “Alcoholismo, brujería y homicidio en dos comunidades rurales de México”. En Eduardo L. Menéndez (ed.). *Antropología del alcoholismo en México: Los límites culturales de la economía política 1930-1979*. Editorial Casa Chata núm. 36, CIESAS, México, 1991.

INFORMANTES

Uribe Farfán, Juan. (junio - julio 2017) La cantina de don Amado y Restaurant Bar don Amado

Uribe Farfán, Raúl. (mayo – julio 2017) La cantina de don Amado

Cervantes Carmona, Julio Cesar. (noviembre 2016 - octubre 2017) La cantina de don Amado, Restaurant Bar don Amado y colonia Rancho san Antonio.

Hernández Rivera, María Eugenia. (julio, 2017) En la colonia Hércules.

Kanchi, Antonio. (julio, 2017) Café del fondo y La cantina de don Amado.

López, Francisco. (junio, 2016) En colonia Pie de la cuesta

Ramírez, Antonio. (julio, 2017) En colonia centro histórico.

ANEXOS

GENEALOGÍAS

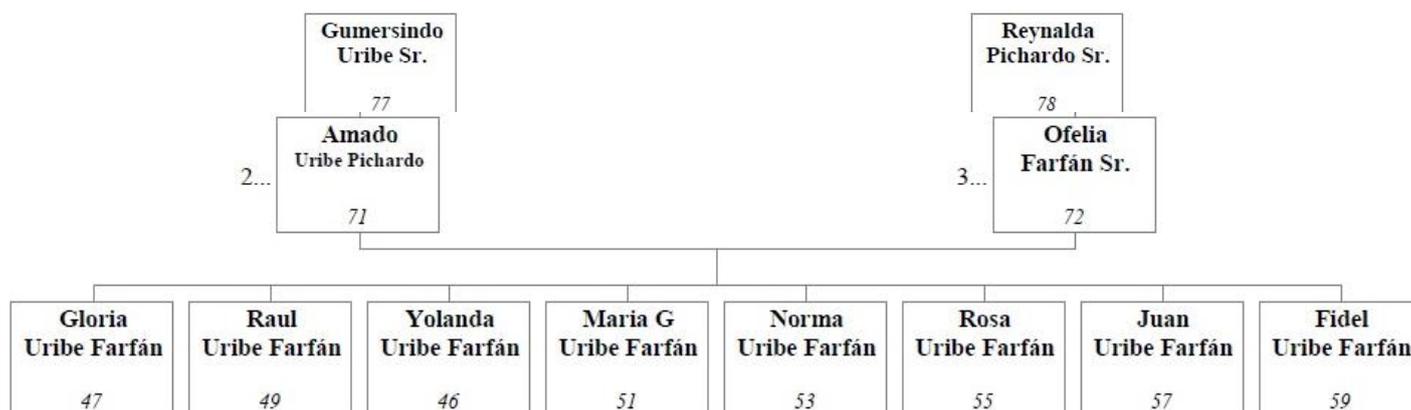
En este apartado se presentan el árbol genealógico completo de la familia Uribe Pichardo. La persona de donde parte este estudio es Amado Uribe Pichardo, nacido en 1924 y que fuera iniciador del negocio familiar dedicado a la venta de bebidas alcohólicas en 1941 el cual perdura hasta el día de hoy.

Se repite esta genealogía de Amado en este apartado para seguir el orden correspondiente de la descendencia.

Gumersindo Uribe Sr

Árboles de Familia

20. Gumersindo Uribe Sr. y Reynalda Pichardo Sr.

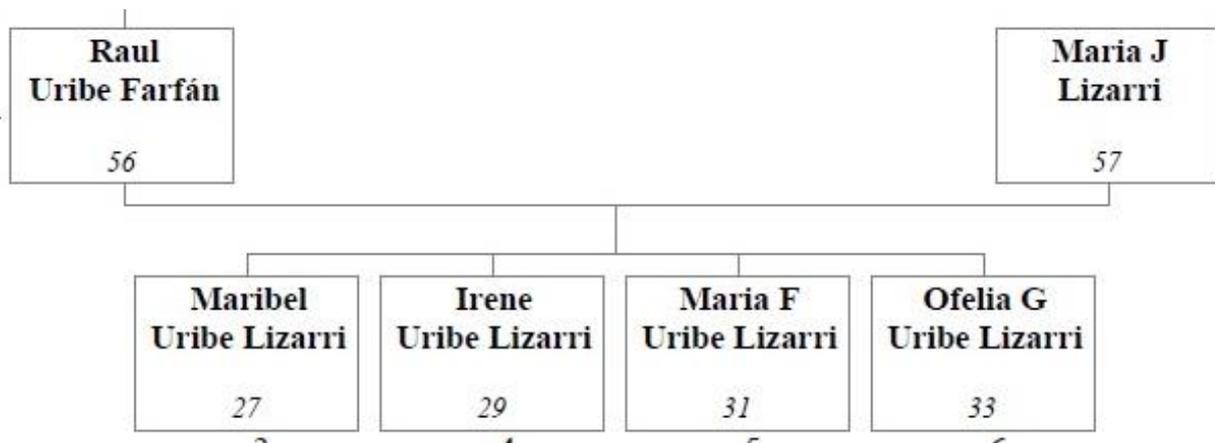


Amado segundo de 8 hijos sería el único que se dedicaría a este giro comercial, recordemos que su hermano José Guadalupe, el primogénito, a la par con Amado, también durante 4 o 5 años se dedicó a la venta de bebidas alcohólicas.

Las mujeres se dedicaron a otras actividades y los hermanos más chicos también.

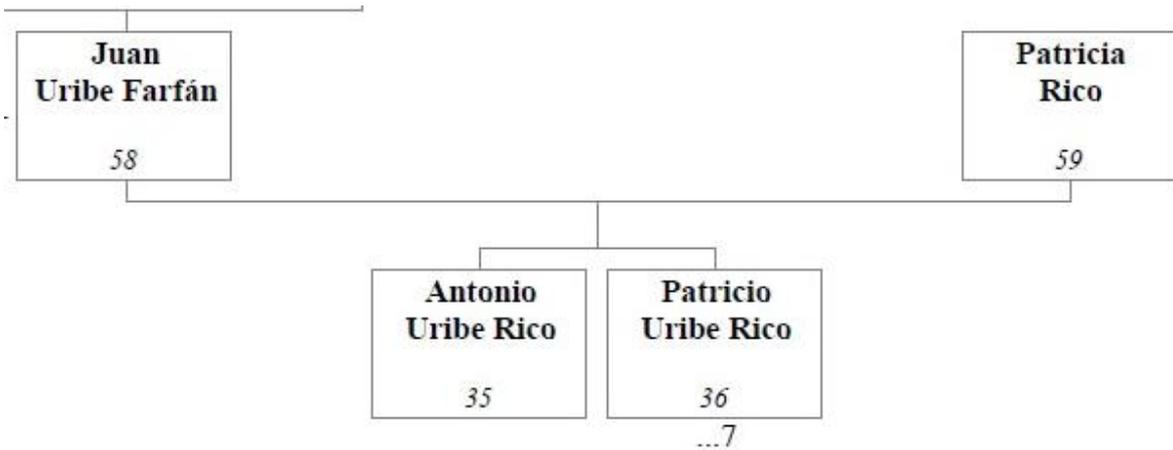
Descendencia del Señor Amado. Todos sus hijos varones se dedican al negocio de la cantina, empezaron desde muy jóvenes.

La genealogía de Raúl el hijo varón más grande de Amado.



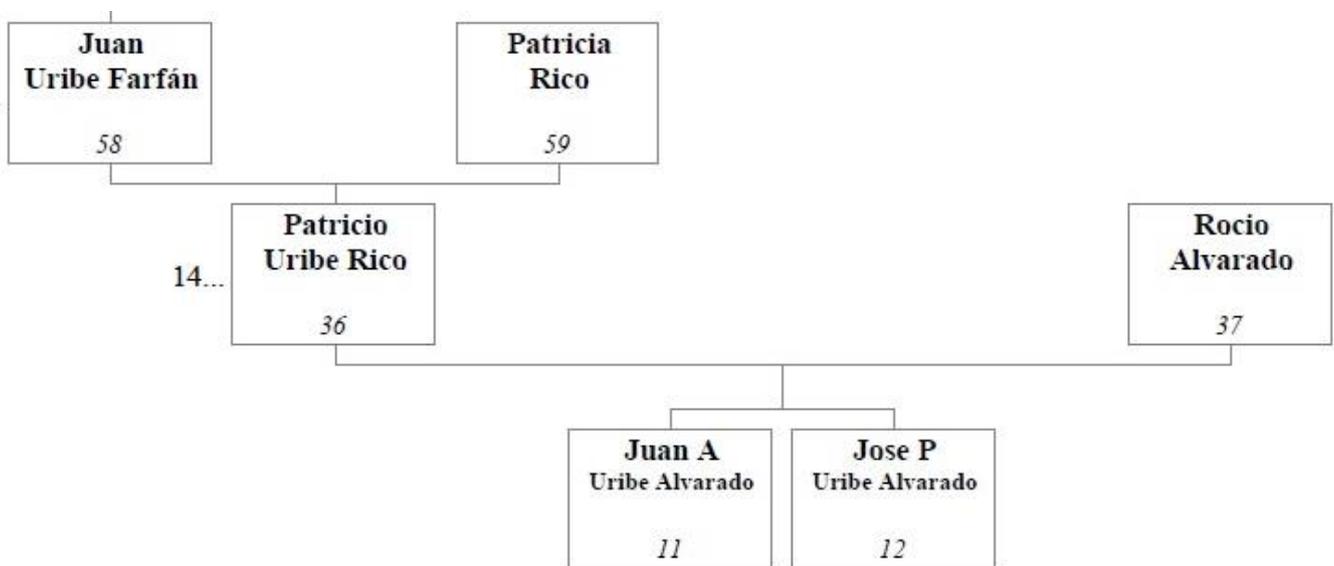
En este caso, su descendencia no continuará con el negocio porque no tuvo hijos varones, ya todas están casadas, y él dice que probablemente sus nietos si entren, se tienen las genealogías, pero ya no se incluirán.

La genealogía de Juan, el dueño de la Cantina Tradicional de Don Amado y del Restaurant Bar Don Amado.



Sus dos hijos si participan activamente en la cantina y serán la siguiente descendencia para seguir con la tradición.

Patricio el hijo mayor de Juan.



Patricio Uribe hijo de Juan, participa activamente en la cantina, al parecer él y su hermano, son los que podrán continuar con la tradición de la cantina, su papá como administrador ahora de dos negocios podría dejarles uno a cada uno.

Patricio a su vez comentó que integrará a sus hijos a trabajar a la cantina cuando sean mayores, como vemos también tuvo dos hijos varones.

Hay más facilidades para los varones dedicarse al negocio de las cantinas pero no es una estricta norma. Con las genealogías se observa que la descendencia está en el tercer nivel con Patricio y que podría alcanzar una cuarta generación con sus hijos.

FOTOGRAFÍAS

Bienvenidos

Don Raúl en la barra de la cantina de don Amado (Emiliano Cervantes, octubre, 2017)





Pintura realizada por artista local en referencia a de Don Amado (Emiliano Cervantes, Joel, octubre, 2017)



octubre,

Vista de la entrada (Joel, octubre 2017)



Vista inicial de la cantina (Emiliano Cervantes, octubre 2017)



Mesas contiguas a la barra (Joel, octubre 2017)



Mesas al aire libre (Joel, octubre 2017)



Juan y Raúl “Los hermanos” (Emiliano, junio 2018)