

Universidad Mayor de San Andrés
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Sociología



***¡CERVECITA TOMAREMOS! EL SENTIDO SOCIAL DEL CONSUMO DE
BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LA FRATERNIDAD “VERDADEROS
INTOCABLES” DEL GRAN PODER (2015-2017)***

**Tesis de grado para optar el título de licenciatura en
Sociología**

Postulante: Danny Daniel Mollericona Alfaro

Tutor: Hernán Pruden, Ph. D.

La Paz, Agosto de 2017

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
COMPONENTES TEÓRICO-METODOLÓGICOS	
1. Justificación.....	4
2. Problemática.....	5
3. Preguntas de investigación.....	6
4. Balance bibliográfico.....	6
5. Conceptos.....	14
6. Metodología.....	20
CAPÍTULO II	
DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	
1. Consumo de bebidas alcohólicas ¿Es medible?.....	23
2. La Fraternidad Verdaderos Intocables en el Gran Poder.....	30
CAPÍTULO III	
EL CONSUMO DE BEBIDAS EN EL ESPACIO- TIEMPO DE LA FIESTA	
1. La dinámica de la obtención, distribución y consumo de bebidas alcohólicas.....	47
2. Las interacciones en el consumo de la bebida.....	61
CAPÍTULO IV	
LAS RELACIONES SOCIALES FUERA DEL ESPACIO-TIEMPO DE LA FIESTA	
1. El afianzamiento de relaciones sociales previas.....	71
2. Nuevas relaciones a través de la fiesta.....	83
3. El <i>continuum folklórico</i> y los beneficios de la contra-afinidad.....	89
CONCLUSIONES.....	91
BIBLIOGRAFIA.....	95
ANEXOS.....	99

Índice de diagramas	PÁGINA
DIAGRAMA N° 1 ACTIVIDADES DE LAS FRATERNIDADES DE MORENADA	36
DIAGRAMA N° 2 ACTIVIDADES DE LA FRATERNIDAD VERDADEROS INTOCABLES	37
DIAGRAMA N° 3 OBTENCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR LXS PASANTES	48
DIAGRAMA N° 4 DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR LXS PASANTES	49
DIAGRAMA N° 5 CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR LXS PASANTES	53
DIAGRAMA N° 6 OBTENCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR LXS FRATERNXS	57
DIAGRAMA N° 7 DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR LXS FRATERNXS	58
DIAGRAMA N° 8 PARENTESCO DON MARCIO – DOÑA ESMERALDA	73
DIAGRAMA N° 9 RELACIONES PAREJA A- PAREJA B	74
DIAGRAMA N° 10 RELACIONES CON CERVEZA PAREJA A- PAREJA B	75
DIAGRAMA N° 11 RELACIONES PAREJA A- PAREJA C	75
DIAGRAMA N° 12 RELACIONES PAREJA A- PAREJA D	76
DIAGRAMA N° 13 RELACIONES PAREJA D- PAREJA A	77
DIAGRAMA N° 14 PARENTESCO DON MARTIN-DOÑA PERLA	79
DIAGRAMA N° 15 PARENTESCO Y RELACIONES NUEVAS DON JAVIER	85
DIAGRAMA N° 16 RELACIONES NUEVAS A TRAVÉS DE LA FIESTA	86
 Índice de cuadros	
CUADRO N° 1 COMPARACIÓN DE DATOS SOBRE CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LATINOAMÉRICA	23

	PÁGINA
CUADRO N°2	
COMPARACIÓN DE EPISODIOS DE CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL (ECE)	25
CUADRO N°3	26
COMPARACIÓN DE CONSUMO DE CERVEZA	
CUADRO N°4	26
CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN BOLIVIA POR TIPO	
CUADRO N°5	27
DETALLE DE GASTOS EN LA FESTIVIDAD DEL GRAN PODER	
CUADRO N°6	28
DETALLE DE GASTOS EN PORCENTAJES DE LA FESTIVIDAD DEL GRAN PODER	
CUADRO N°7	28
DETALLE DE CONSUMO POR TIPO DE DANZA	
CUADRO N°8	29
APROXIMACIÓN AL CONSUMO DE CERVEZA DE LA FRATERNIDAD VERDADEROS INTOCABLES	
CUADRO N°9	32
FRATERNIDADES DE MORENADA EN EL GRAN PODER	
CUADRO N°10	33
PASANTES DE LA FRATERNIDAD VERDADEROS INTOCABLES	
CUADRO N°11	
BLOQUES DE LA FRATERNIDAD VERDADEROS INTOCABLES	35

Índice de imágenes

IMAGEN N°1	
PAUTAS/PATRONES DE CONSUMO DE BEBIDAS EN EL MUNDO	24
IMAGEN N°2	
TIPO DE ALCOHOL DE MAYOR CONSUMO	25
IMAGEN N° 3	42
RECORRIDO DE LA ENTRADA DEL GRAN PODER	

Introducción

Era el sábado de la entrada del Gran Poder del año 2009. Yo caminaba cuesta arriba por la avenida Max Paredes, y, pese a que el movimiento de personas por esa zona es siempre ajetreado, ese día era particularmente inusual, llena no sólo de bailarinxs¹ sino también de espectadorxs, vendedorxs, etc. Para mi sorpresa, resultó que era el sábado de la entrada del Gran Poder. Continué subiendo y cuando me encontraba por calle Juan Granier alguien gritó mi nombre, giré la cabeza y en el portón de un local de fiestas logré reconocer a dos compañeros de mi curso; me acerqué y uno me dijo: ¿quieres trabajar? Volví al local, después de correr a mi casa a ponerme zapatos, pantalón negro y camisa blanca como me explicaron. Ese día sólo recogí botellas; botellas y más botellas de cerveza. En la noche al terminar el trabajo, con el botapié de mi pantalón mojado como si hubiera estado caminando en charcos de agua, vi con asombro cómo se iba formando una pared de columnas de cajas de cerveza vacías al dejar el local. La fiesta fue de la fraternidad de morenada Plana Mayor en el local Majestad Isabel.

Desde ese día en adelante pasaron varios años que trabajé como garzón en eventos de este tipo descubriendo el nuevo ambiente festivo al que me integraba. Toda esa nueva experiencia: amigxs, viajes, borracheras, sabores, etc., ahora desemboca en mi tema de tesis. Son varios los temas que rodean el ambiente folklórico-religioso al que hago referencia: identidad, expresiones danzaría-festivas, economía popular, folklore, etc., y que se han estudiado desde distintas disciplinas en los últimos años. En esa línea, la presente investigación trata sobre un consumo ineludible de la fiesta: las bebidas alcohólicas. Sobre las bebidas alcohólicas se hacen muchas críticas, principalmente señalando los efectos negativos, atribuyéndole, por ejemplo, como causa de la violencia intrafamiliar; pero por el otro lado, tanto los organismo estatales como las personas de la sociedad cooperan para que se lleven a cabo los eventos folklórico-religioso (como atractivo turístico o participando como invitadxes especiales o simplemente espectadorxs). Pese a que tenemos datos cuantitativos sobre el consumo de alcohol desde organismos internacionales (OMS², OPS³, CELIN⁴), consultoras (Ernst & Young y Captura Consulting) y una institución estatal (G.A.M.L.P.⁵); las cifras que presentan sólo muestran pautas de la dimensión del fenómeno y hay pocos esfuerzos por comprender el fenómeno en tanto sentidos y la dinámica interna que presenta o los principales mecanismos sociales que puede generar.

Específicamente sobre el consumo de bebidas en el Gran Poder no se ha realizado ningún estudio aunque algunos autores han resaltado su necesidad⁶. Podemos encontrar algunas las investigaciones relacionadas a la temática primero tenemos los aportes desde la antropología e historia, entre los que se encuentra el pinero trabajo de compilación de

¹ A lo largo del documento se utilizará la “x” en vez de las vocales e/a refiriéndonos tanto a varones y mujeres. Por ejemplo: Espectadorxs (espectadoras y espectadores) o fraternxs (fraternos y fraternas).

² Organización Mundial de la Salud.

³ Organización Panamericana de la Salud.

⁴ Centro Latinoamericano de Investigación Científica.

⁵ Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

⁶ Ver Tassi (2010) y Machaca (2015).

Saignes (1993) Este libro se compone de los trabajos de Salazar (1993), Randall (1993) Harvey (1993), Abercrombie (1993) Heath (1993). Por otro, el trabajo de Geffroy (s/f) que relación

a el alcohol con la reciprocidad con los dioses. Por otra parte, tenemos a los investigadores que estudian un fenómeno o grupo social en tanto aspectos socioeconómicos y que, en cierta parte de sus análisis, citan la importancia de ciertas prácticas culturales relacionadas al ambiente festivo, como el del Gran Poder, resaltando algunos aspectos del alcohol aunque con poca profundidad: Absi (2003) Muller (2016) Tassi y otros (2013) Selaya (2009). Tocando el tema del Gran Poder específicamente, en tanto prácticas festivas y/o religiosas que en las descripciones y análisis igual tocan el tema del alcohol, están los estudios de Albó y Preisweirk (1986), Guaygua (2001), Vargas (2007), Tassi (2010), Quilali (2015) y Machaca (2015). Finalmente, otros estudios se enfocan en otras prácticas religiosas que se relacionan con el alcohol como el mercado de bienes simbólicos (1999), el abandono del evangelismo Flores (2012) o el estudio de Sigl y Mendoza (2014) sobre “lo cholo” en la ciudad de La Paz.

El presente estudio se hizo con la Fraternidad Verdaderos Intocables del Gran Poder en las gestiones 2015-2017 utilizando el método cualitativo para investigar cuál es el sentido social de las bebidas alcohólicas en los participantes directos de la fraternidad. Por lo tanto, propuse en esta investigación analizar las interacciones en el espacio-tiempo de la fiesta; además de la influencia de éstas fuera de ese espacio tiempo. La fraternidad en la que se condujo el estudio fue fundada en el año 1994 y actualmente es una de las más representativas por cantidad de personas participantes y porque su estética e identidad se reconocen nacional e internacionalmente. Argumento esto en base a sus filiales en los ocho restantes departamentos de Bolivia y en cuatro países limítrofes con Bolivia y Barcelona-España. Al inicio, para armar el perfil de la investigación, se realizaron entrevistas a miembros del bloque estrategia del bloque Generación X. La estrategia metodológica consistió principalmente en la observación participante para acercarse al espacio-tiempo de la fiesta y analizar la dinámica interna del consumo de bebidas alcohólicas a partir de la etnografía. La gestión 2015 participé desde la actividad conocida como presentación de la invitación, y, en adelante, en todas las actividades relacionadas a la fiesta del Gran Poder exceptuando la chorceada del martes después de la entrada. Me integré satisfactoriamente al bloque Inquietos al cual pertenecía una pareja de pasantes de ese año que me acogió como su invitado. Aparte de la fiesta del Gran Poder pude participar en otras fiestas como de la Virgen del Carmen⁷ y el *Tata Santiago*⁸ la misma gestión 2015 con los miembros de mi bloque. Después de las actividades relacionadas al Gran Poder entre la segunda mitad de la gestión 2016 hasta inicios de la gestión 2017 realicé entrevistas a miembros de la fraternidad.

El procesamiento de la información se inició con la organización del cuaderno de campo donde se tenía los datos recolectados en el trabajo etnográfico y transcribiendo las entrevistas realizadas. Se agrupó la información de acuerdo a los objetivos de la

⁷ Realizada en la zona El Carmen cerca a la avenida Buenos Aires. El recorrido folklórico inició en la plaza El Carmen y continuó cuatro cuadras camino al local de fiestas.

⁸ Realizada en la zona del Puente Topater. El recorrido folklórico fue por la Avenida Entre Ríos.

investigación y se procedió a organizarlas en ejes temáticos. Luego se eligieron citas de las entrevistas y casos para describirlos y analizarlos específicamente. Como penúltimo paso, se procedió a complementar la información con entrevistas a los miembros de los casos de donde surgen la mayoría de los diagramas. Finalmente se procedió a redactar el documento final.

La investigación se divide en cuatro capítulos: en el primer capítulo se desarrollan los componentes teórico-metodológicos que dan soporte a la investigación. En el segundo capítulo se hace una revisión de datos sobre el consumo de bebidas alcohólicas desde datos mundiales hasta los datos de la fiesta del Gran Poder que se complementan con datos históricos de la fiesta del gran Poder desde sus inicios hasta la actualidad, información sobre fraternidad, lxs actorxs participantes, la organización interna, las actividades del Gran Poder y los costos aproximados para participar en la fraternidad.. En el tercer capítulo se inicia con la exposición de los datos recolectados y sistematizados; presentando en detalle la dinámica de la obtención, distribución y consumo de bebidas alcohólicas. Para este objetivo se lo dividió según qamiris (pasantes, ex pasantes y fundadores) y fraternxs. Se finaliza el capítulo mostrando las significaciones del consumo de bebidas alcohólicas. En el cuarto capítulo se describe y analiza el afianzamiento de relaciones previas (familiares, afines, rituales o laborales) y la creación de nuevas relaciones a través de la fiesta. Se muestra un mecanismo principal que tiene el consumo de bebidas alcohólicas y la creación de cadenas de reciprocidad fuera del espacio-tiempo del evento folklórico-festivo del Gran Poder.

CAPÍTULO I

COMPONENTES TEÓRICO-METODOLÓGICOS

1. Justificación

Los estudios sobre alcohol se han hecho desde varias disciplinas; sin embargo, desde organizaciones privadas y estatales parece dominar principalmente el enfoque clínico y psicológico que directamente relaciona al alcohol con la dimensión del exceso, es decir, el alcoholismo, en especial, para relacionarlo con políticas públicas. En Bolivia, los estudios sobre el consumo de bebidas alcohólicas se han hecho de la misma manera. A principios de junio de 2013, el ministro de gobierno Carlos Romero, al presentar el plan de Seguridad Ciudadana aseveró que la media aritmética de consumo de bebidas alcohólicas en Bolivia ascendía a 8,3 litros anuales de alcohol aplastando la media latinoamericana de 5,7, citando como fuente a la OMS. La noticia causó revuelo entre varios medios de prensa que, al día siguiente, sacaron artículos mostrando su alarma⁹. Sin embargo, casi dos semanas después se publicó un artículo explicando que el dato del ministro era erróneo y que en realidad Bolivia se encuentra entre los países de consumo moderado “menos de 5,5 litros”¹⁰. El dato que publicó la OMS es de 5,9¹¹. Otros estudios del CELIN plantean que la droga socialmente aceptada de mayor consumo en Bolivia es el alcohol y que la tendencia de consumo no va a bajar. En números absolutos, para el año 2010 los consumidores de alcohol llegaban a 1.769.762¹². Ahora bien ¿Qué significa 5,8 litros anuales? O ¿Cómo entender el consumo de 1.769.762 bolivianos? Aquí tropezamos con la limitación de una cifra cuantitativa: nos muestra el volumen del fenómeno, pero no lo explica; y esto a la vez puede ser base de especulaciones varias para determinados fines retóricos, como muestra el ejemplo del ministro arriba mencionado.

A partir de lo que podemos llamar el discurso oficial de las bebidas alcohólicas existe la tendencia a mostrar los “problemas” y las consecuencias relacionadas con su consumo, en su dimensión biológica, psicológica o social. Sin embargo, son pocos los estudios que se interesan en desentrañar la importancia y sentido social que los individuos le brindan al alcohol. En este sentido, los antropólogos son pioneros en investigar su dimensión social, aunque existen también algunos trabajos que abordan esta temática desde la sociología. Se pueden ver, por otro lado, que varias investigaciones, si bien citan en un apéndice las prácticas rituales y festivas donde mencionan el alto consumo de bebidas alcohólicas, no profundizan en su análisis.

El presente estudio pretende investigar cuál es el sentido social de las bebidas alcohólicas en las relaciones sociales de lxs participantes de los eventos folklórico-

⁹ Este caso se encontró en la formulación del perfil de tesis el año 2014; por tal razón no se pudo verificar si el caso causó revuelo en otros medios como televisión o radio al no contar con una base de datos de esos medios. Por el contrario, los artículos de prensa se mantienen en las páginas web de la mayoría de los periódicos nacionales.

¹⁰ *La Razón*, 10 de Junio de 2013.

¹¹ *Estadísticas Sanitarias Mundiales 2013*, OMS

¹² CELIN, 2010: 25.

religiosos como el caso de la fiesta del Gran Poder. Por lo tanto, iré más allá de las consecuencias ‘negativas’ del consumo de bebidas alcohólicas, sino analizar las implicancias sociales de este consumo analizado en el contexto festivo.

2. Problemática

En los estudios sobre la festividad del Gran Poder encontramos diversas perspectivas que se entrecruzan, superponen, contrarían y complementan que abarcan desde temas investigados por las ciencias sociales hasta lo estético o musical. Sin embargo, el presente estudio, recortando el vasto tema del Gran Poder, propone estudiar el consumo más importante de la festividad: las bebidas alcohólicas. Muchas veces se escuchan juicios generalizados sobre que los bolivianos beben con frecuencia y en exceso; y al presentarse eventos como la fiesta más grande de La Paz, en cantidad de participantes y dinero invertido, se fortalece aún más la idea del derroche absurdo. Lamentablemente, para quienes sostienen esa postura, desde una mirada comparativa a los datos cuantitativos, podemos observar que Bolivia no ocupa el puesto entre los mayores bebedores, ni a nivel latinoamericano ni mundial. En la literatura existente se puede entender que en la fiesta, el prestigio, el poderío y la ostentación están enmarcados en la vestimenta, la música, la decoración del espacio; sin embargo, la bebida alcohólica es la única que tiene un efecto más marcado y largo que afecta el estado de las personas (pérdida del equilibrio, adormecimiento de ojos, entre otros) por periodos más amplios de tiempo: la borrachera.

Caminando por las calles de las laderas de la ciudad de La Paz un fin de semana cualquiera, haya una fiesta o no, es común encontrar en el asientito de la tienda de barrio a un par de personas o más sirviendo cerveza. Lo interesante es ver que generalmente no hay una botella *ch’ulla* sino que tienden a ser múltiplos de dos (4, 6, 8). En otro ambiente un poco más preparado como es una fiesta, en un establecimiento privado (local de fiestas), podemos observar algo similar: siempre par o múltiplos de dos. Los invitados al ingresar y saludar a los organizadores de la fiesta les entregan un par o más (enmarcado siempre en los múltiplos del dos) cajas de cerveza. A este proceso lo llaman generalmente un *ayni*, o también he escuchado el término aymara *apxata*. Podríamos decir que esa es la variante que caracteriza en nuestro contexto el consumo de bebidas en relación al consumo en otras partes del mundo. Comprar sólo una botella de bebida implicaría un consumo no multiplicado y tal vez individual; pero no se bebe solo sino al entregar dos botellas o más a una persona, se direcciona un consumo colectivo. Estas escena se reproduce en el grupo ‘emergente’ cholo-mestizo que expresa su ascenso económico principalmente a través de acontecimientos folklórico-religiosos como la fiesta del Gran Poder.

Del evento complejo del Gran Poder se delimitó una organización clave y arquetípica de participación directa en el evento como es una fraternidad. Las fraternidades son unidades organizadas que hacen posible la fiesta, pues son los participantes directos. Elegí una fraternidad de morenada porque representa para un grupo social ‘emergente’ un *espacio-vitrina*, es decir, de visibilización de su amplio poder económico e identidad hacia el exterior. Sea denominado como ‘burguesía chola’ o como ‘*qamiris* aymaras’, el grupo que elegí para esta investigación continúa dando amplio debate en el ámbito académico. La entrada de la fiesta del Gran Poder se realiza cada año a fines de mayo o principios de

junio; sin embargo, tiene otras actividades que se realizan durante todo el año en mayor o menor medida. Las recepciones sociales comienzan cada año desde enero iniciando las actividades hasta la entrada. Sin embargo, los aniversarios de fraternidades, bloques, etc., se dan durante todo el año dependiendo de los organizadores y participantes. Al consumo hay que añadirle también la dimensión religiosa pues las fiestas son en devoción a las vírgenes (mamitas) y santos (tatas)¹³ son las situaciones en la que se da la mayor cantidad de consumo de bebidas alcohólicas, aunque también se extiende a otros eventos católicos como matrimonios, bautizos, etc. Generalmente las actividades religiosas se dan al principio y luego se da espacio a la ‘recepción social’ o fiesta donde se consumen las bebidas alcohólicas.

La riqueza simbólica de los rituales mediados con bebidas alcohólicas en los acontecimientos católico-festivos representa la primera inquietud de la presente investigación. Esto enmarcado desde el análisis sociocultural del consumo, es decir, que un objeto no se consume simplemente por sus características físicas, sino que existe un consumo relacionado con el entramado social en el que se enmarca. Así en cada contexto cultural hay distintos modos de consumo que construyen un significado a la vida social. Además el consumo ritualizado y social no sólo es un espacio de jolgorio y alegría parte del tiempo de ocio de las personas, sino que, además puede ser un medio para afianzar o negociar relaciones sociales que sobrepasan el espacio-tiempo de la fiesta.

3. Preguntas de Investigación

Pregunta general:

¿Cuál es el sentido social del consumo de bebidas alcohólicas en la Fraternidad Verdaderos Intocables del Gran Poder?

Preguntas específicas:

¿Cuál es la dinámica del consumo de bebidas alcohólicas desde su obtención, a su distribución y consumo?

¿Qué significados tienen las bebidas alcohólicas en las interacciones de lxs participantes?

¿Cuáles son y qué características presentan las relaciones sociales y de parentesco de lxs participantes?

¿Qué influencia tienen las interacciones mediadas por bebidas alcohólicas fuera del espacio-tiempo de la fiesta?

4. Balance bibliográfico

En primer lugar tenemos las investigaciones específicamente sobre el alcohol en ciencias sociales y que se han realizado en Bolivia o en el área denominada como *Andes*, principalmente desde la antropología, la sociología y la historia. Liderando este grupo está

¹³ Tatas y mamitas es el título con el que se dirigen la mayoría de las personas a los santos o advocaciones de la iglesia católica y a las advocaciones de la virgen María.

Thierry Saignes que elaboró la compilación más explícita e importante de temas sobre alcohol que corresponden a nuestra región denominada *Borrachera y Memoria: La experiencia de lo sagrado en los Andes* (1993). Este libro abarca desde revisiones históricas hasta análisis antropológicos de fenómenos contemporáneos centrándose exclusivamente en el alcohol. En su introducción, contextualiza el consumo del alcohol que, según él siempre atraviesa dos obstáculos: “[el] filtro de nuestra propia experiencia cultural, histórica [...] las condiciones de nuestros conocimientos de una sociedad indígena que ha sufrido varios siglos de dominio colonial” (Saignes, 1993:12) que requieren dos aproximaciones: una etnográfica y otra histórica. El autor es muy cuidadoso en reiterar cómo algunos estudios o ensayistas reconocidos bolivianos han mantenido una posición sobre el alcohol desde una mirada ‘patológica’ o de la ‘sociología positivista’ u otras miradas que extienden simplemente el beber alcohol a la idea que sólo resalta su ejercicio como lubricante social en el sentido de liberarse de una represión de hablar o hacer o la idea del ‘escapismo’ que lo interpreta como una forma de escapar de la realidad. Resalta los efectos nutritivos y positivos de la bebida, el diálogo con los seres tutelares o antepasados y el espacio para hacer frente a la autoridad.

Esta compilación se compone de tres escritos que se relacionan a la parte histórica: Carmen Salazar nos muestra a través de una revisión de los cronistas y de las *cartas anuas*¹⁴, el proceso de lucha contra la embriaguez que los jesuitas impusieron a los indígenas en la pelea religiosa por extirpar idolatrías. Sin embargo, no fue una lucha por una especie de “ley seca” sino que se prohibía su consumo en grandes cantidades y se lo toleraba en privado. Además nos explica que “Las fiestas católicas que durante la época colonial fueron las únicas reuniones colectivas autorizadas por el poder español se sumaron así a las prácticas antiguas ligadas a las faenas agrícolas y a la construcción de casas” (Salazar, 1993: 42). Saignes en su ensayo “Borracheras Andinas: ¿Por qué los indios ebrios hablan en español?” hace una revisión muy detallada, principalmente de cronistas, esa ‘otra’ mirada hacia la borrachera que desemboca con el cambio que dio el régimen colonial masificando la producción y el consumo de bebidas alcohólicas. Así uno de los principales ámbitos de consumo de las bebidas alcohólicas, re-significadas por el nuevo sistema colonial, eran las fiestas: “Fiestas familiares, agrarias y católicas convergen para multiplicar las oportunidades de reunirse, tomar y recordar las grandezas pasadas” (Saignes 1993: 70). Las continuas quejas que aparecieron en los escritos de la época colonial sobre el tema apoyan la idea de la borrachera como “un canal de expresión propio, autónomo y (aún si ambiguo) subversivo” (Saignes, 1993:71). Finalmente Randall analiza el consumo de alcohol entre los Incas y busca su significado en la lógica del caos que significó la unión en la colonia de una sociedad indígena y otra española. En la borrachera sería donde se expresa el desorden y el caos frente al nuevo orden social, es decir, con el consumo de alcohol se ordena el mundo del Inka de nuevo.

Los siguientes tres escritos de la compilación de Saignes son estudios realizados en la segunda mitad del siglo pasado que explico a continuación. Penélope Harvey hace un interesante análisis en Ocongate, Perú, sobre las ideas de las personas respecto al consumo de bebidas y al ‘abuso’ o consumo excesivo. A partir de las interacciones en la bebida, la

¹⁴ “Las cartas dan una información general de los principales hechos, construcciones, festividades, problemas, biografías edificantes de padres difuntos durante el año y relaciones de sucesos milagrosos” (Campbell, s/f: 265).

autora hace énfasis en cómo se negocian los ejes de identidad étnica (comunidad) y género. En este sentido, nos propone que si bien hay un sentido de integración en la comunidad este es problemático, pues el proceso de renegociación de la identidad subjetiva tiene que resolverse en un acto colectivo que le puede llevar a continuos choques con otras instituciones. Además recalca que no sólo se imponen valores de instituciones ajenas a la comunidad sino “los valores se sustentan y reproducen en jerarquías de parentesco local y de género” (Harvey, 1993: 137). Thomas Abercrombie por su parte realiza un detallado estudio en K’ulta (Oruro-Bolivia) sobre un tema muy poco tocado: la *ch’alla*. El autor se sorprende cómo se toma tan poca importancia a un tema tan recurrente “las descripciones que se hacen de la *ch’alla* son tan cortas que resultan exasperantes” (Abercrombie, 1993: 142). Hace un análisis muy cuidadoso de una secuencia de *ch’alla* denominada *amt’añ t’akinaka* entre varones y el lugar que ocupa en una situación ritual.

Por su parte, Dwight Heath hace una contextualización a nivel macro de los escritos de la compilación de Saignes. Propone que son tres temas que se repiten en los estudios mencionados anteriormente en relación a la bebida: “la bebida para intensificar relaciones sociales; la bebida como medio de comunicación con el ‘otro’; y la bebida en los encuentros transculturales” (Heath, 1993: 172). El autor esclarece el tema simbólico de la interacción entre los individuos donde la bebida llega a establecer una relación de alianza de gran fuerza entre los participantes relacionándola al primer punto:

Las bebidas alcohólicas tienen un valor comparable al de las divisas en ese sistema de “crédito social” porque son apreciadas, pero no prohibitivamente caras, son infinitamente divisibles, están cargadas de asociaciones simbólicas, además de su valor económico y a menudo se las consume en rituales de comensales, donde aumenta el prestigio del donante y la gratitud de quien recibe. ¿Cuántas otras prestaciones conllevan un grado tal de compromiso? (Heath, 1993: 175).

El segundo punto se refiere a la relación con las otras cosas del mundo como la tierra o las cosas pero también el tomar coraje frente a algunas inhibiciones que permiten reducir el grado de responsabilidad y convertirse en un intervalo al orden establecido como forma de comunicación con el otro. Para el último punto el autor dice que las ‘prácticas religiosas indígenas’ se mantienen en ese espacio tomando lugares sagrados y manteniendo el equilibrio con la naturaleza (Heath, 1993: 176-182).

Sobre ese último punto, del componente simbólico de las bebidas alcohólicas en el contexto ritual, explica Céline Geffroy en *Beber con la Pachamama*, argumentando que la bebida, el alcohol, sirve como mediador y permite expresar el encuentro con lo sagrado estimulando la lógica de la reciprocidad también con los dioses. La *ch’alla* de alcohol (con acompañamiento de otras ofrendas como coca o misterios) ofrece a la pachamama el permiso necesario para las actividades humanas y su alianza con ella. El cuerpo se convierte en un microcosmos que refleja los fluidos y la gestión de los orificios del mundo que es el macrocosmos.

Por otra parte tenemos a los investigadores que estudian otro fenómeno relacionado a los aspectos socioeconómicos de determinados grupos sociales pero que tocan ciertas prácticas culturales relacionadas al ambiente festivo como el del Gran Poder y analizan en ciertos acápites el consumo de bebidas alcohólicas, resaltando los componentes simbólicos o de consumo social. En sus diferentes perspectivas muestran cómo la esfera laboral se

entrelaza con una esfera festiva en la que el alcohol está presente pero que no se revisa en detalle como presentamos a continuación:

Pascale Absi hizo una investigación etnográfica durante cuatro años con los mineros cooperativistas de las minas de Potosí. La autora trabaja la identidad del grupo desde distintos ámbitos que enfatizan el trabajo minero y su vinculación no sólo con la economía sino con la religiosidad y lo social. Si bien Pascale trata al trabajo minero como un todo indivisible de sus dimensiones económicas, laborales, festivas, religiosas, etc., es en la tercera parte, “Cuando el culto habla del oficio-Rituales y relaciones de trabajo”, donde entrelaza el espacio del ámbito laboral con los ritos del calendario anual. En esta parte analiza por ejemplo, en base a Godelier, las *illas* y *t'inkas* en su uso como dones ritualizados en casi todas las descripciones que se relacionan con el trabajo y devienen de antiguas prácticas con los primeros mineros libres del siglo. El alcohol, si bien está presente en varias partes del texto, se inserta aquí en varios sentidos, como insumo en el hecho ritual o como don. En especial nos interesa la parte de los dones en bebida. La autora explica cómo una *t'inka* sirve como pago por una colaboración o favor dirigido desde los socios a los peones y esposas. Sin embargo, no se enmarca en una devolución posterior. Incluso expone su uso como elemento adicional en relaciones comerciales como medida adicional al dinero para pagar lo comprado. El uso en ambos casos representa una dimensión que ya no se define por el dinero sino que excede a una dimensión extra material “intercambio ininterrumpido entre los hombres y las deidades” o que “garantiza que el servicio sea prestado con favor y entrega” (Absi, 2005: 203). Este intercambio en una esfera laboral puede concatenar a relaciones más personales como el parentesco vertical socio-peón, padrino-ahijado.

Julianne Muller toma como objeto de estudio la calle Eloy Salmón. Su trabajo esboza primero desde una perspectiva histórica los cambios en el crecimiento de la calle en relación a su expansión espacial y desde sus ventas de pilas, máquinas de escribir en el siglo pasado a una gama grande de tecnología que incluso atrae a multinacionales y que va reduciendo la venta de otro tipo de productos. En los últimos 10 años hay nuevos actores sociales especialmente jóvenes que han ingresado en el rubro gracias a la expansión, como las en galerías multinivel, mientras otros salen intercalándose muchos niveles entre los emprendedores: con más o menos éxito. La autora explica cómo este espacio tiene esta capacidad gracias a su reputación y su valor simbólico especial en la sociedad paceña. En su trabajo también se une una la esfera festiva del Gran Poder con la afirmación de identidad de los comerciantes. Nos describe:

En vez de afirmar su ascenso social con la ostentación de mercadería “moderna” que ellos mismos venden, los comerciantes siguen haciéndolo a través de la fiesta, el costo de la banda, la calidad del baile, la cantidad de alcohol y el precio del adorno y de la vestimenta femeninos. Pero en medio del servir ritualizado y de la reproducción de relaciones de reciprocidad, también afirman su identidad como comerciantes a través de esos detalles [...] Cajas de cerveza se mezclan con cajas de mercadería que notoriamente desbordan el espacio de los locales y se expanden hacia la acera y la calle (Muller: 2016: 29-30).

Nico Tassi y otros en su libro *Hacer plata sin plata* muestra cómo una forma de economía que se da en Bolivia con los sectores económicos informales. Estas formas de economía vienen de hace tiempo en la historia y se han formado apropiándose de las formas del capitalismo. Estas se basan en instituciones intersticiales que se superponen y

permean mutuamente, posibilitando regular su tipo de economía. Además están ancladas en varios lugares tanto en el país como en otros países: lo translocal. En el tema que tocamos resalta claramente cómo la participación en eventos festivos implica directamente una forma de crear institucionalidad para el ámbito económico.

A través de la participación en estos eventos, de los ‘regalos’, del gasto en ropa y trajes, cuotas y cerveza, se tejen formas de reciprocidad obligada entre individuos y familias que van componiendo y fortaleciendo un entramado de múltiples relaciones socioeconómicas que, en un contexto de ausencia de la institucionalidad oficial, juega el rol clave de reglamentar y enmarcar prácticas comerciales y sociales (Tassi, 2013: 128-129).

Sin embargo sólo se explica esto en un párrafo que luego no forma parte del resto del análisis.

Por otro lado, la tesis de Rosa Selaya Rodríguez titulada *Contrabando y Redes Sociales* sobre los contrabandistas en el tramo Oruro-Iquique en los que median principalmente los grupos, redes sociales, que van formando por parentesco y en los que prima la lealtad. Explica la autora los miembros de la red y sus roles en la misma, es decir, el “modus operandi”. La parte que me parece más interesante es la de mantenimiento y fortalecimiento de redes sociales. Selaya nos muestra que en este grupo social las redes se fortalecen en las fiestas “Nos referimos a momentos de encuentro de todos los miembros de la red de contrabando... en espacios festivos y rituales como las *ch'allas*, los matrimonios, fiestas patronales, fiestas de pueblo, campeonatos de fútbol interprovinciales y comunales, etc.” (Selaya, 2009: 85). Explica a continuación cómo se afianzan y reproducen las redes mencionadas en las fiestas patronales. De manera muy sintética plantea que “Cada fiesta dura cuatro días en la que se baila, toma y come sin descanso en el pueblo” (Selaya, 2009: 86).

Otros también investigan directamente las prácticas festivas y/o religiosas del Gran Poder:

En las últimas décadas, la fiesta más importante de La Paz, el Gran Poder ha sido objeto de estudio de investigadores de distintas disciplinas. Entre los primeros tenemos a Xavier Albó con su pionero estudio sobre la festividad del Gran Poder en coautoría con Mathías Preiswerk. El estudio expone los componentes históricos que permitieron el establecimiento de la fiesta y su recolección de datos en los 80 nos permite analizar la fiesta desde una mirada sociológica, religiosa e ideológica. El análisis sociológico, desde la dinámica de los actores y de las fraternidades –en su análisis interno y externo- lo establece como *participantes directos*, es decir, los bailarines y la estructura organizativa y los *participantes indirectos* que son los artesanos (bordadores, careteros, zapateros, matraqueros, etc.) los comerciantes y los demás (el público) (Albó y Preiswerk, 1986: 78-151). En su análisis sociológico los autores brindan un comprensible esbozo de las relaciones sociales que se tejen entre estos, pues su organización responde a asociaciones concretas: gremios, barrios, comunidades rurales, etc., organizadas de la misma manera para la presentación en la fiesta. Después, con el ejemplo del ‘preste’ vemos la importancia de las relaciones sociales actuales y pasadas “por encima de todo, entonces, hice todo lo que pude por la fiesta... gracias a Dios soy un persona conocida de mis padres... y ese cabalmente es el mérito de los prestes: tener cualquier cantidad de comparsas” (Albó y Preiswerk, 1986: 94). También menciona el consumo de cerveza aunque no de manera

directa en relación a los participantes “todo el mundo está de acuerdo en que la principal mercancía vendida y consumida en torno a la fiesta del Gran Poder es la cerveza” (Albó y Preiswerk, 1986: 138).

Para el año 2001, Guaygua estudia el Gran Poder en dos fraternidades de morenada: los “Verdaderos Intocables”¹⁵ y los “Fanáticos del Folklore del Gran Poder”. El trabajo muestra las estrategias de diferenciación que estas fraternidades del Gran Poder utilizan en su desarrollo sociocultural y su inserción en el contexto urbano. Primero, da aproximaciones sobre la fiesta y describe la dinámica simbólica y económica de las personas que bailan en las fraternidades a través del tiempo. Estas fraternidades con ciertas características sociales y económicas representan nuevas formas y estrategias de reproducción social. *Compadres forever* denomina el autor al subtítulo que dedica a la explicación de las redes sociales que se forman en esta fraternidad: la aparición o búsqueda de *capital social* podríamos decir. En este complejo de articulaciones, el autor explica la búsqueda de ascenso y la cooperación en el interior de la fraternidad como con otras fraternidades. En el interior, por ejemplo, en la recepción social “‘llevándoles cajas de cerveza’ como ‘ayni’” (Guaygua 2001: 52) se refuerzan los vínculos entre compadres para afianzar la red social. Aunque el autor no se detiene a explicar los comportamientos sociales en relación a las bebidas alcohólicas, sí recalca que se previene de bailar borrachos a los fraternos para no quedar mal ante los extranjeros.

María Vargas, en su tesis sobre la asociación “Viajeros La Paz-Charaña”, explora la dinámica económica de la calle Huyustus a través del manejo simbólico del dinero y la ostentación. Su metodología es cualitativa principalmente de eventos rituales y festivos para analizar esta dimensión del dinero. En el capítulo dedicado al capital económico y simbólico en la fiesta nos muestra la dimensión del alcohol en el espacio festivo:

Situándonos en el contexto de los prestes, la compulsión a que todos se emborrachen, puede deberse a que se quiere lograr que todos se saquen sus máscaras, que dejen de aparentar y que surja o que emerja la verdadera identidad de cada cual, porque al fin y al cabo nadie puede lograr seguir con su máscara después de ingerir una botella de wisky [sic]. Generalmente se ve en la apariencia solo el éxito, la riqueza de este sector ha logrado, pero no se ve que detrás de ese éxito económico hay un costo muy alto. Ese caminar clandestino, ilegal, oscuro, que al final lleva a la acumulación de riqueza es tortuoso [...] Toda esta carga emocional sale a la luz, en la borrachera, que logra quitar las máscaras y mostrar a cada quien como es. Así también se conoce bien a la gente y se puede considerarla o no para entablar futuras negociaciones” (Vargas, 2003 77-78).

Ex pasantes y prestes de otras fraternidades también están presentes en el manejo simbólico de las bebidas alcohólicas. Estos “invitados especiales entran a la fiesta con un mínimo de 20 cajas de cerveza, las cuales son debidamente contabilizadas por los anotadores” (Vargas, 2003: 83).

Concluye con la fetichización del dinero, ritos para su fertilidad: la práctica del rito para que el dinero se engendre. La circulación del dinero o comercio también puede hacer como forma generadora de ganancia y no sólo en la producción resaltando así el carácter positivo del rito.

¹⁵ La misma fraternidad en la que se hizo el presente estudio.

Nico Tassi (2010) estudia también a las personas que viven en la zona del Gran Poder. Este grupo, siguiendo con la lógica andina continúa con prácticas de reciprocidad que se pueden ver en una lógica de circulación y producción que se relacionan con la práctica religiosa, ampliamente estudiada por el autor. El autor relata cómo esta clase “cholo mestiza” se ha hecho cargo de la organización de la fiesta del Gran Poder haciendo un fuerte énfasis con respecto a su fe, religión, y desarrollo económico. Este proceso ha tenido serias observaciones por la iglesia y la “clase” media-urbana, por un lado el clero los acusa de tratar de “empoderarse” de las festividades religiosas, mercantilizando a la imagen del Señor del Gran Poder, y por el otro se les acusa de derroche económico y *excesivo consumo de bebidas alcohólicas*. Sin embargo, el autor explica que la entrada del Gran Poder, asumida por muchos como la demostración capitalista del aymara-urbano, constituye una forma de reafirmar su dominio económico-social por medio del baile. Además Tassi enfatiza el valor que ponen sus informantes a la hora de referirse al “movimiento” que la entrada logra, la distribución y redistribución de la riqueza y las conexiones que se van logrando entre personas y grupos. Se resalta la idea de movimiento y circulación que “...se entrecruzan con elementos de reproducción cultural, cosmológica y religiosa” (Tassi, 2010: 127). Los excesos y exageraciones se ven desde los trajes, (uno para la entrada y otro para el convite) recepciones sociales, festejos religiosos, bebidas alcohólicas, etc.

La tesis de Tania Quilali (2015) analiza la dinámica social a partir de la fiesta del Gran Poder en la Fraternidad Majestad Bolivia. Allí describe la creación de una elite de *qamiris* en el interior de la fraternidad; estos por su capacidad económica se hacen cargo de la organización de la fiesta (pasantes) Introduce el concepto de la economía pasional que sirve a los *qamiris* para invertir económicamente en la fiesta y sacar ganancias en capital simbólico. La autora también menciona el consumo de bebidas alcohólicas como cuando los fraternxs se acercan a los pasantes para entablar relaciones de amistad o en momentos cruciales como al recibir el preste. Quilali hace la siguiente reflexión:

...el consumo de alcohol, sobre todo de la cerveza, es una especie de consumo cultural que sirve como indicador del capital social que posee el individuo, es decir que las personas con más capital económico mostrarán su estatus mientras más cerveza inviten a su grupo de amigos, bloques, pasantes, etc. El dar, recibir, o compartir vasos, cajas o botellas, crea una especie de pacto amistoso en la acción social entre los fraternos. Cabe aclarar que muchos fraternos se hicieron compadres en el momento en que unos “ponen” caja(s) de cerveza a los otros que si las aceptan, y si las devuelven serán considerados compadres. Incluso muchos tratos e inicios entre los qamiris de la comparsa, se hicieron en momentos de embriaguez, en la que compartían unas cervezas, tratos que luego son formalizados, pero en los cuales se toma en cuenta “lo dicho” en el estado etílico, como palabras serias” (Quilali, 2015: 46).

El estudio más reciente realizado en la fraternidad Intocables fue conducido por Jesús Machaca. Él analiza la generación de espacios de convivencia en esta fraternidad de morenada, y su continua expansión y crecimiento a diferencia de otras danzas, y lo relaciona con el uso de la ropa de chola. Hace un recorrido que inspecciona los elementos comunes de las ‘prácticas festivas’ y la significación de la chola en ese contexto que se relaciona con la idea de mostrar la capacidad económica. La elegancia, entendido como ropa exclusiva, las joyas y el maquillaje, la pollera en el baile entre otros, muestran esa dimensión importante que cobra la chola en la fraternidad: una imagen de orgullo. Es interesante además como esta expresión positiva fuera del espacio tiempo de la fiesta de la pollera que sale de la morenada y de este ámbito. Dividiendo entre sectores bajos y altos el

autor propone que ellos componen un espacio de convivencia en el medio que es buscado. El “estar” en este espacios se compone de varios elementos: “los principales componentes que se muestran en este espacio de convivencia donde resaltan *el consumo de bebidas alcohólicas*, la presencia de grupos musicales y al ostentación de atuendos” (Machaca, 2015: 85, cursivas mías). El alcohol aparece en varias partes de las descripciones que hace aunque no es muy específico “Los danzantes invierten en unas horas miles de bolivianos, así se da esto cuando invitan cajas de cerveza” (Machaca, 2015: 79). Cabe resaltar que propone un acercamiento al alcohol:

...en la fiesta por lo general se consumen bebidas alcohólicas, es común encontrar música, baile y bebidas en ellas. Este elemento es fundamental en la cohesión de los individuos, al parecer solo a partir de las bebidas alcohólicas se agrupan los individuos cuando se trata de una interacción más allá de las tareas laborales. Por lo tanto el consumo de bebidas alcohólicas en grupos como una forma de compartimiento [sic] no simplemente quiere decir ingerir tales líquidos, sino tiene que ver con una “sintonización de otro modo” de los individuos, está presente el relacionamiento entre ebrios (y no entre sobrios). Los sujetos en este estado se acercan más hacia el abandono de la máscara con la que se presentan en su cotidianidad y les lleva a mostrar sus “sentimientos sinceros” y/o necesidades (Machaca, 2015: 35).

Otros estudios que principalmente tratan de manifestaciones religiosas populares podemos observar también el fenómeno del alcohol los permea.

Guaygua (1999) en su tesis de licenciatura afirma que la religiosidad popular católica es la expresión más importante de la zona del Gran Poder fiesta. Hace un análisis del campo religioso e investiga el conflicto del mercado simbólico en la zona del Gran Poder entre catolicismo popular y evangelismo-pentecostal. En este espacio se dan ofertas y demandas que se han diversificado y ahora buscan una fe para comprar en un mercado de bienes de salvación. Es interesante cómo la iglesia católica prohíbe el consumo¹⁶ de bebidas alcohólicas pero a la vez la promueven otras actividades como *kermesses*.¹⁷

Saúl Flores (2012), en su tesis de licenciatura bajo el sugestivo título de *Retorno al mundo*, estudia la forma en que cristianos abandonaron la religión protestante, cuestionando el usual enfoque sobre como los católicos se convierten al protestantismo.. Flores hizo su trabajo etnográfico en la ciudad de El Alto. Es bastante interesante la explicación sobre los factores que obligan a dejar el protestantismo a algunxs jóvenes que, por ejemplo, deciden casarse con jóvenes católicos. Explica Flores que “En el matrimonio católico se muestra el poder económico y social mediante los regalos, local, grupos musicales, cantidad y calidad de cervezas, tipo de comida, etc.” (Flores, 2012: 48). Existen matrimonios protestantes que comparten todas las características del matrimonio católico menos el consumo de bebidas alcohólicas. El autor muestra como en búsqueda de fuentes laborales en otros ambientes caen en actividades mundanas “(cumpleaños, carnaval, año nuevo)” (Flores, 2012: 64) y por consiguiente terminan consumiendo bebidas alcohólicas. Explica también que “compartir bebidas alcohólicas entre amigos, familiares, vecinos es un medio por el cual se puede socializar y crear nuevas redes sociales” (Flores, 2012: 75).

¹⁶ ““En la actualidad, cuando voy a misa del Señor Jesús del Gran Poder, el cura siempre nos va advirtiendo de los lados malos que tiene la fiesta: es decir el consumo excesivo de bebidas alcohólicas, por eso ha prohibido que los puestos de venta de cerveza estén cerca de la parroquia, los que venden cerveza no han hecho caso de esto e igual seguían [sic] vendiendo.” (Arturo, 45, carnicero)” (Guaygua, 1999: 63).

¹⁷ Actividad donde se vende comida y también se puede consumir bebidas alcohólicas.

Eveline Sigl y David Mendoza (2014) explican en *L@s chol@s de Chuquiago* la categoría de “lo cholo” como una identidad urbana en continua renovación. En el texto hacen un recorrido histórico de esta identidad que desemboca en prácticas actuales como la del Gran Poder. Los autores consideran la importancia del componente económico en la fiesta, de demostración y estatus. Aparte de las “fuerzas espirituales cosmogónicas” (Sigl y Mendoza, 2014: 59) relacionadas a la fiesta, existen relaciones económicas vinculadas a la organización de las morenadas.

Los autores proponen que hay una invitación/obligación en base a otros ambientes ajenos a la fiesta como familiares o laborales y establecen que cuando la invitación es familiar la participación es obligada, y también se da algo similar en los gremios. Luego, bajo el sugerente título de “La economía de la cerveza” explican algunos tratos de la Cervecería Boliviana Nacional (CBN) con las fraternidades, como la entrega de 120 cajas por fraternidad de morenada o 20 en las recepciones sociales (Sigl y Mendoza, 2014: 67) u otros tratos en otras fiestas vecinales. Sin embargo, las entrevistas y datos no se hacen contextualizando el evento; por ejemplo, refieren a 700 cajas consumidos en un día, pero no establecen si se consumen en la recepción o en todo caso tampoco explican la dinámica de la distribución de la bebida. Sólo resaltan el elemento del “ ‘cariño’/ayni [...] que fomentan el excesivo intercambio y consumo de cajas de cerveza” (Sigl y Mendoza, 2014: 68).

5. Conceptos

Sentido social del consumo

Al analizar un consumo cualquiera en ciencias sociales, sea este comida, bebida, ropa, medios de comunicación, etc., nos tenemos que alejar de las características netamente físicas o en la satisfacción de necesidades que lo componen y adentrarnos un poco más en complejizar a qué realmente nos referimos cuando decimos que alguien consume algo o no.

El consumo ha sido principalmente analizado desde la economía. En la teoría sociológica clásica no se la ha dado demasiado importancia, una de las excepciones, sin embargo, fue Thorstein Veblen. Primero estudió filosofía y luego economía y empezó a interesarse por los consumos de la clase alta. En su libro *Teoría de las clases ociosas* (2000) nos relata cómo las clases altas o superiores se distinguen de las otras por evitar actividades industriales, es decir, priorizan el ocio que caracteriza su superioridad. En este sentido, la propiedad acumulada sería el elemento que desplaza las hazañas, u actividades similares, como muestras de éxito.

Ya esquemáticamente podríamos proponer tres perspectivas a la hora de pensar el consumo:

una primera aproximación al consumo referida a la expansión de los bienes de consumo en las sociedades capitalistas y que se han interpretado, o bien con una mayor igualdad o libertad individual propia de los enfoques economicistas, o bien, con una manipulación y control de la población por parte de los productores, planteamiento que dará lugar al concepto de industria cultural utilizado por la Escuela crítica del consumo de masas; una segunda perspectiva se refiere al consumo como expresión de la posición que se ocupa en la estructura de clases, esto es, el consumo es importante para señalar diferencias sociales —es el caso de Veblen, Simmel o Bourdieu—; y, por último, una tercera que alude al consumo como placer y satisfacción del deseo, según la cual los individuos utilizan el consumo como forma de autoexpresión creando un estilo de vida a través del cual

construyen su identidad personal independiente de las jerarquías del prestigio, argumentación que caracteriza a los teóricos de la posmodernidad (Cruz, 2004:175).

Podríamos argumentar que el principal aporte es negar la exclusividad de la explicación racional económica o psicológica del consumo para enmarcarlo, en cambio, en una explicación social.¹⁸ Los objetos de consumo, en este sentido, no tienen una vida estrictamente utilitaria o limitada en última instancia por sus características físicas sino que ante todo tienen un *sentido social*¹⁹ y un *uso social*²⁰ que se enmarcan en una matriz cultural. A partir de los 80 y con base en los *estudios culturales* se va a dar un importante aporte al estudio de los consumos:

Estos nuevos enfoques subrayan las interacciones entre las relaciones sociales y la cultura como elementos que forman parte de un mismo proceso: la cultura da sentido a las relaciones sociales, legitimándolas; paralelamente esas relaciones sociales imponen unas condiciones de existencia y la socialización e integración en unos determinados valores y actitudes (Cruz, 2004:180).

En este sentido es imprescindible el debate de Guillermo Sunkel sobre la noción de consumo²¹. Él lo define como una práctica sociocultural necesaria para comprender los comportamientos sociales pues en esta “se construyen significados y sentidos del vivir” (Sunkel, 2002: 288).

Acá también tenemos el caso del importante libro de Douglas e Isherwood denominado *El mundo de los bienes*. En este texto los autores proponen una nueva forma de ver al consumidor, evitando el sesgo común de un tratarlo como una persona desventajada. Por el contrario, explican que las personas consumen por una decisión racional y libre. Los autores desarrollan la formación de significados:

...son necesarios para hacer visibles y estables las categorías de una cultura. Es una practica etnográfica común admitir que todas las posesiones materiales tienen significados sociales, así como concentrar la parte más importante de análisis cultural en su uso como comunicadores (Douglas e Isherwood, 1979: 74)

En esta perspectiva, los significados de cada mercancía están en constante cambio y negociación por los actores sociales. Los rituales, en este sentido es la forma de mostrar públicamente las definiciones de las personas. Los autores argumentan:

Mediante la preencia libremente otrogada de sus iguales, el individuo obtiene un juicio referido a la idoneidad de su elección a favor de determinadas mercancías para la celebración de sucesos particulares, un juicio acerca de su condición reativa de juez y un juicio más sobre la oportunidad de la ocasión celebrada. (Douglas e Isherwood, 1979: 83)

El concepto del “marcado” se refiere a ciertas formas de clasificación donde deberían ser incluidos. “

¹⁹ Becker le denomina como “definición social” Becker (2010: 71).

²⁰ Bourdieu explica que “Lo que la ciencia debe demostrar es esa objetividad del objeto que se establece en la relación entre un objeto definido en las posibilidades e imposibilidades que ofrece y *no se ponen de manifiesto más que en el universo de los usos sociales...*” [cursivas mías] Bourdieu (2000: 98).

²¹ El autor se basa en los análisis sobre el consumo de García Canclini, Mary Douglas y Baron Isherwood y M.C. Mata.

Se trata, pues, de hacer el esfuerzo de considerar los bienes como marcas o señales, la punta visible de un iceberg que representa el proceso social en su conjunto. Los bienes son utilizados para marcar en el sentido de clasificar categorías. Marcar es aquí la palabra correcta. (Douglas e Isherwood, 1979: 90)

Capital social

Pierre Bourdieu propuso para entender la complejidad de los fenómenos sociales que hay un conjunto de campos que tienen capitales que se buscan en cada uno. La agrupación total de los capitales nos sería el capital simbólico que es socialmente reconocido por los demás, es decir, “es cualquier propiedad (cualquier especie de capital, físico, económico, cultural, social) percibida por agentes sociales, cuyas categorías de percepción son tales, que le permiten conocerlo (percibirlo) y reconocerlo (acordarle un valor)” (Bourdieu, 1993: 55) Este capital puede ser la sumatoria de varios capitales como el económico, social, cultural, etc., sin embargo, para los motivos de la investigación nos concentramos en las relaciones sociales que una persona puede tener en tanto afines, laborales, de amistad, etc., por lo tanto, en el capital social.

Este tipo de capital social hace referencia a las relaciones que cada persona tiene o puede tener (relaciones potenciales), en palabras de sus autores “ [...] la suma de los recursos, actuales y potenciales correspondientes a un individuo o grupo, en virtud de que éstos poseen una red duradera de relaciones, conocimientos y reconocimientos mutuos más o menos institucionalizados [...]” (Bourdieu y Wacquant, 1995:82)

Religiosidad Popular

Si bien se escucha muchas veces que el Gran Poder no es una fiesta religiosa porque es más para dedicarse a otras actividades, como consumir bebidas alcohólicas en exceso o hacer negocios, es necesario proponer una perspectiva que nos aleje de pensar la religiosidad sólo en el ámbito del rezo/oración, ayuno, misa, etc., sino además como una expresión que puede derivar en otras prácticas que no tienen porque estar alejadas del ámbito económico o social.

El catolicismo llegó a los Andes con la colonia y en la actualidad forma parte de los rituales de paso y rituales anuales; es decir, en el ciclo de vida y en el ciclo anual de una amplia mayoría de los habitantes de esta región por *default*²² (Spedding, 2008). Así las fiestas populares están enmarcadas en el calendario católico. Sin embargo, hay una clara división entre las prácticas del catolicismo que podríamos llamar oficial y otro más popular. Refiriéndonos al tema de estudio, los presteríos, desde la perspectiva de la religión institucional son el culto a los santos y vírgenes del santoral católico, pero a la vez por los actores populares se apropian y le otorgan otros significados y funciones a esas actividades. Por ejemplo: los actores identifican el gasto de dinero de las fiestas (gasto de baile, cerveza, etc.) relacionados a los prestes como una inversión que luego será devuelta en términos de bendición económica. Guaygua nos muestra en el ámbito urbano que el *catolicismo popular* da y amplía significados al sistema religioso oficial, estableciéndose así, no sólo funciones religiosas sino también sociales (Guaygua, 2008: 15).

²² “...la condición que se asume en ausencia de cualquier otro mando” (Spedding, 2008: 130), es decir, que al no presentar otra filiación religiosa, son católicos no más.

Tipos de eventos

Si bien en investigaciones previas se ha denominado a los prestes como eventos ‘festivos’, ‘danzarios’, ‘católicos’, ‘folklóricos’, ‘folklórico-danzarios’ (Machaca, 2015), etc., considero necesario hacer una diferenciación en relación a los conceptos, especificando sus características y cualidades. Por lo tanto propongo la siguiente tipología:

Evento folklórico-religioso: Evento que incluye un recorrido de baile por las calles con danzas del acervo folklórico (morenadas, diabladas, caporales, etc.) pero que se hace con motivo de la fiesta de un santo o virgen católico. Aquí entran desde los prestes más grandes como Gran Poder o la entrada de Oruro realizada por la virgen de la Candelaria hasta las pequeñas entradas vecinales. Incluimos en esta categoría también las actividades con baile que se realizan en carnavales pues, si bien no se relacionan directamente con el catolicismo, también forman parte de una religiosidad relacionada a la tierra y a la *ch’alla*.

Evento religioso-festivo: Evento que tiene una contraparte religiosa como una misa o ritual y otro de carácter festivo que incluye baile y bebida pero que no tiene un recorrido folklórico. Tal es el caso de los matrimonios, bautizos o cabo de año. O también que tiene un acto ritual al inicio como un *rutucha* o *ch’alla* de casa.

Evento festivo: Evento que puede ser un rito de crisis vital para las personas o la conclusión de alguna institución formal de educación. Tal el caso de los licenciamientos (finalización del servicio militar obligatorio), promoción (finalización del bachillerato), colación (finalización de la licenciatura universitaria), entre otros.

Economía del don-reciprocidad

Las relaciones sociales en las fiestas se tejen no sólo en el espacio-tiempo de la fiesta, sino que se pueden dar en largos periodos de tiempo y en relación a la parentela más próxima. En el caso de los presteríos, por ejemplo, los invitados que entran con cajas de cerveza para los organizadores de la fiesta no lo hacen como una muestra desinteresada de cariño y solidaridad, sino como devolución o como inicio de una cadena de reciprocidad²³. En primer lugar, debemos entender que la reciprocidad es una forma diferente de economía, distinta a la del mercado. Así, en este sentido, Nuñez del Prado en *Economías Indígenas: Estados del arte desde Bolivia y la economía política* (2009) hace una extensiva revisión de los investigadores que han estudiado las economías del Don-reciprocidad y busca también sus antecedentes en autores que no las estudiaron directamente. El autor resalta la vigencia del este tipo de economía y su coexistencia con el mercado en tiempos previos a la colonia. Su principal aporte es que explica la articulación de este tipo de práctica económica con la del mercado. A partir de esta revisión, el autor las describe así:

las economías indígenas, diferentes y de racionalidad propia, como modalidades atípicas de intercambio mercantil, existieron, existen, funcionaron y hoy funcionan mediatizadas y en

²³ “Cuando se observa una procesión de gente que ingresa una tras otra a regalar cerveza, dinero [...] esto nos es una demostración de una generosidad altruista que ‘reconoce’ el derroche o el desempeño de los prestes. Más bien, es una señal de que los prestes, muchas veces durante años anteriores, han asistido a otras fiestas, de santos o de crisis vital, y allí han entregado regalos del mismo tipo. Así han acumulado una cantidad de *aynis*, y ahora en la ocasión de su propia fiesta los están cobrando” (Spedding, 2008:137).

declinación, pero lo hacen *en articulación y ensamble con el mercado*, supeditadas y explicando también los movimientos y la acumulación del capital como categoría histórica y, por lo tanto, el funcionamiento del capitalismo boliviano (Nuñez del Prado, 2009: 371, cursivas mías)

Fue Marcel Mauss el que nos habla sobre un “sistema de prestaciones totales” referidas a el ‘don’. Estas prestaciones no sólo eran formas objetivas como cosas sino también con formas rituales, personas, servicios, etc., que representaban f especie de contratos de mayor profundidad y permanentes en el tiempo (Mauss, 2009). Estas formas objetivas aparecen como voluntarias pero, sin embargo, deben ser devueltas para no tener otro tipo de consecuencias. Esta reciprocidad en forma de dones se ha estudiado en nuestra región en el trabajo de Georgi Alberti y Enrique Mayer en base a su trabajo de campo en la sierra andina del Perú:

Definimos la reciprocidad como el intercambio normativo y continuo de bienes y servicios entre personas conocidas entre sí, en el que entre una prestación y su devolución debe transcurrir un cierto tiempo, y el proceso de negociación de las partes, en lugar de ser un abierto regateo, es más bien encubierto por formas de comportamiento ceremonial. Las partes que interactúan pueden ser tanto individuos como instituciones (Alberti y Mayer, 1974: 21)

Ellos además distinguen analíticamente el intercambio recíproco de servicios en dos tipos de intercambio:

El intercambio simétrico. El primero es cuando lo que se da corresponde a lo que se recibe y principalmente se da entre personas de las mismas características, principalmente campesinos pobres.

El intercambio asimétrico. Es un tipo de acción u obligación que ayuda a la comunidad pero que también sirve para la ganancia de ciertas personas como los hacendados o mestizos (Alberti y Mayer, 1974: 23-25).

Parentesco

Para el presente estudio tomamos el concepto antropológico descrito por Alison Spedding de parentesco como relación social. Spedding distingue tres tipos:

...consanguíneo, que deriva de los vínculos de procreación, y afín, que deriva de los vínculos de pareja. Se puede añadir un tercer tipo, el parentesco ritual, que excluye estos dos tipos de vínculo y deriva de algún tipo de coparticipación social (por ejemplo, hacer bautizar al hijo de otro, ser iniciados juntos, realizar cierto juramento (Spedding, 2003: 6)

El parentesco ritual es una institución social muy extendida en las comunidades del altiplano por las relaciones de intercambio recíproco que los median y que resultan beneficiosas para por ejemplo el trabajo de la tierra. Sin embargo, hubo transformaciones que debilitaron este sistema como en la isla de Amantani, que describe Gascón (2004), donde los pobladores prefieren invertir en las relaciones de compadrazgo fuera de la comunidad. Este parentesco ritual se ha reconfigurado en el área urbana aunque no hay estudios que le hayan dedicado su atención.

Para el estudio, denominaremos como compadrazgo al parentesco ritual mencionado por Spedding (2003) y Gascón (2004). Esta es una relación entre dos personas o dos parejas que entablan una relación a partir de un rito de paso (rutucha, bautizo, matrimonio) en que

se comprometen ellos o sus hijos; esta relación conlleva obligaciones que implican principalmente intercambios recíprocos. Diferenciamos así el *compadrazgo horizontal* - entre personas o parejas con características sociales y económicas similares- y el *parentesco vertical* - entre personas o parejas de distinto estatus.

Elite popular folklorista

El grupo de estudio al que hago referencia se ha analizado desde distintos enfoques. El primero que reflexionó sobre este grupo fue Carlos Toranzo, caracterizándolos como “burguesía²⁴ chola”. Según Toranzo, el cholaje a partir de 1952 acentuó su protagonismo en las intermediaciones comerciales y así poco a poco fue *practicando* y estableciéndose en la multiplicidad de rubros que implica la intermediación. Las características principales del grupo son que: nació sin apoyo de políticas del Estado, se dirigió a la *internidad* de la economía boliviana y no privilegiaron el consumo suntuario más que los “gastos rituales de celebración religiosa” (Toranzo, 2006: 653-654). Cabe recalcar este interesante acierto de Toranzo sobre los gastos del grupo que, sin embargo, no desarrolla a profundidad. Guaygua propone el concepto de *nueva burguesía chola* para denominar a los bailarines de las fraternidades “Rebeldes” e “Intocables” y lo define como “una nueva elite que tiene sus aspiraciones, sus valoraciones, otras características, una forma muy particular de ejercicio del poder no sólo en el ámbito económico sino, fundamentalmente, en el simbólico” (Guaygua, 2003: 21).

Llanque y Villca (2011) fueron los primeros en utilizar la denominación de *qamiris* en el ámbito académico para referirse al grupo en Oruro y cómo en este espacio donde en épocas previas circulaba la inversión externa, este grupo de origen aymara se conectó comercialmente con Chile, algo que le proporcionó una fuerte estabilidad. Este grupo también participa en ámbitos festivos donde reafirma su capacidad económica y refuerza su vínculo con la comunidad.

No obstante, para la presente investigación, utilizaré el término elite para referirme al grupo en cuestión por las siguientes razones. En primer lugar no creemos que se trate de una burguesía, pues no es una clase social en contraposición con el proletariado. Sino que considero más importante la *posición diferenciada* que tiene como grupo mayoritario. Mirko Vera argumenta, desde la teoría pluralista de élites, que “hay una pluralidad de *grupos influyentes* en diferentes espacios” (Vera, 2009: 21, cursivas mías). Vera hace un interesante aporte al debate sobre las elites y en torno a su foco explicativo describe al grupo social de su investigación como una *elite comercial* principalmente por su potencial económico, a diferencia de la gran burguesía que es reconocida por todos como elite, pues nos dice que “a menos que incremente otros capitales además del económico en el campo del comercio, lo cual no siempre es fácil, no será reconocido como un miembro de la elite más allá de su rubro” (Vera, 2009:34). Además, siguiendo a Nico Tassi (2015),

²⁴ Según el Diccionario de Sociología de Greco, la burguesía es “... la clase social capitalista. Conjunto de personas poseedoras de los medios de producción y distribución de la riqueza. Se la utiliza para denominar a los empresarios, profesionales, funcionarios públicos, etc., en contraposición a proletariado, la clase desprovista de medios de producción y que sólo dispone de sus brazos. Apareció como clase social en Europa a partir del agrupamiento de industriales y *comerciantes*, que fundaron pueblos y burgos en los alrededores de los castillos” (Greco, 2008: 60, cursivas mías).

consideramos que esta elite se basa en una economía popular que hace posible su funcionamiento entre la producción y la distribución comercial. Otra característica importante es que esta economía popular se basa en estructuras de intercambios recíprocos basados en redes familiares y de parentesco. Esto se origina en una raíz cultural aymara que el mismo autor, Tassi (2010), destacó en la investigación que hace sobre la zona de Gran Poder donde estudia la relación entre religión y economía de las personas que habitan en el lugar. Tassi los denomina como *cholo-mestizos*:

Sin embargo, se consideran ellos mismos principalmente como aymaras, en algunos casos mestizos, o folkloristas, refiriéndose en este caso a su rol en la organización de la entrada del Gran Poder y resaltando su asociación con la cultura indígena ‘ancestral’. En relación a los habitantes del Gran Poder, dada su composición social heterogénea y, simultáneamente, su coherente y aunque conflictivo sentido de comunidad, he optado por la definición de *cholo-mestizo* (Tassi, 2010:17).

El grupo ha pasado por distintos nombres, siguiendo el lente de las investigaciones sociales: burguesías chola, nueva burguesía chola, *qamiris* aymaras, cholo-mestizos en las que se recalcan sus características queriendo recalcar básicamente el tipo de su identidad (chola/aymara/mestiza). Sin embargo, el grupo en el que se realizó la investigación nunca se dirige a sí mismo ni como cholo, ni aymara, ni *qamiri*, ni mestizo, sino como *folkloristas*. Con este título las personas se refieren a que participan en eventos folklórico-religiosos de manera constante. Pese a que *lo cholo* ha sido la característica principal con la que se ha delimitado desde la academia al grupo en cuestión, lxs fraternxs consideran a este título aún como algo peyorativo. Por lo tanto, para la presente investigación, propongo el término *elite popular folklorista* para caracterizar al grupo social influyente que tiene como eje central la economía popular y es reconocido por el heterogéneo grupo de cholo-mestizos en base a una matriz sociocultural relacionada a los eventos folklórico-religiosos.

6. Metodología

El acercamiento al objeto de estudio se realizó con una metodología cualitativa. Este tipo de contacto permite una relación directa con lxs participantes en las diferentes técnicas de recolección de datos buscando significados y motivaciones de los actores.

Yo me relacioné con el ambiente festivo trabajando en servicios gastronómicos en prestes, matrimonios, bautizos, etc., desde el año 2009 hasta el año 2014. Mi primer incentivo en la investigación surgió en las largas charlas que tuvimos con otrxs garzonxs en relación a la bebida. Sin embargo, al delimitar el objeto de estudio en una fraternidad de morenada, como tipo de organización arquetípica de la fiesta del Gran Poder, decidí participar bailando. La decisión no fue difícil pues tenía un amigo con el que nos graduamos de colegio que me invitó en cierta ocasión que estábamos bebiendo juntos y justo la gestión 2014 la *Fraternidad Intocables* ganó el primer lugar en la categoría de danza pesada de la entrada. Debo confesar que no pensé que mi inserción a la fraternidad fuera difícil siempre y cuando pueda cubrir los gastos. Gracias a este contacto logré inicialmente entrevistar a su padrino de promoción, en 2014, que fue quién lo invitó a la fraternidad. Su padrino me presentó a dos miembros más y se armó satisfactoriamente el perfil de investigación. Ya el año 2015 inicié el trabajo de campo en la *presentación de la invitación* a la que asistí pues, sin invitación porque mis contactos iniciales no asistieron. Esa noche, en un momento que vi libres a las pasantes (5 mujeres), me presenté y les

expliqué la investigación. Lamentablemente, frente al ajetreo de la actividad ninguna me prestó mucha atención.

Después participé con el bloque Generación X en la *primera velada* y en la *recepción social* donde me integré como observador no participante siguiendo de cerca al bloque y con el que me quedé a consumir bebidas alcohólicas. El problema surgió al momento de buscar a mi contacto inicial en las siguientes actividades de la fraternidad, pues él no participaba en todas y eso era fundamental para el tema de tesis. Al final, me dijo que no iba a participar ese año por motivos personales. Al ver mi situación, sin un contacto seguro fui solo al primer ensayo donde intenté acercarme al bloque Generación X con los contacto que hice previamente, pero al no estar con la persona que me invitó sentía mucha desconfianza por mi presencia y entablar conversaciones era muy complicado. Volví entonces a intentar hablar con los pasantes y fue doña Palmira Vásquez (una de las pasantes) me dio la oportunidad de que le explique mi investigación y mi interés en bailar. Ella me presentó al bloque Inquietos y me introdujo como *su invitado* desde esa actividad en adelante. A partir de esa actividad me quedé en el bloque Inquietos.

En primer lugar hice una recopilación etnográfica en base a *observación no participante* y *observación participante* en todas las actividades de la gestión 2015 exceptuando las actividades de Carnavales y la parrillada del martes después de la entrada. Participé en dos eventos folklórico-religioso con los miembros del bloque Inquietos y en la gestión 2017 participé en 3 actividades.

FECHA	ACTIVIDAD	RECOLECCIÓN DE DATOS
16 de enero de 2015	Presentación de la invitación	Observación no participante
23 de enero de 2015	Velada	Observación no participante
25 de enero de 2015	Recepción Social	Observación no participante
13 de marzo de 2015	1ra práctica de pasos-velada	Observación participante
15 de marzo de 2015	1er ensayo	Observación participante
17 de abril de 2015	2da práctica de pasos-velada	Observación participante
19 de abril de 2015	2do ensayo	Observación participante
22 de mayo de 2015	3ra práctica de pasos-velada	Observación participante
24 de mayo de 2015	Pre-entrada	Observación participante
30 de mayo de 2015	Entrada folklórica	Observación participante
31 de mayo de 2015	Diana	Observación participante
1 de junio de 2015	Recojo de recibientes	Observación participante
16 de Julio de 2015	Entrada Virgen del Carmen	Observación participante
23 de Julio de 2015	Entrada Tata Santiago	Observación participante
20 de enero de 2017	Presentación de la invitación	Observación participante
3 de febrero de 2017	Velada	Observación participante
5 de febrero de 2017	Recepción Social	Observación participante
17 de Marzo de 2017	1era práctica de pasos-velada	Observación participante
19 de Marzo de 2017	1er ensayo	Observación participante

Entre septiembre de 2015 y julio de 2016 me ausenté por una beca de intercambio en Polonia por lo que el contacto con algunos miembros de la fraternidad se mantuvo sólo por

redes sociales (Facebook y Whatsapp). Al regresar, retomé contacto en los últimos meses de la gestión 2016 y realicé entrevistas a profundidad. Varias entrevistas semi estructuradas las había realizado en la gestión 2015 con el siguiente detalle: entrevistas semi estructuradas a cuatro miembros del bloque Generación X y a la mayoría del bloque Inquietos: 12 entrevistas. De allí se eligieron algunos para realizar entrevistas a profundidad para ejemplificar casos. Al miembro más antiguo del bloque Don Javier se realizaron dos entrevistas y a siete bailarines más del bloque Inquietos priorizando su antigüedad en la fraternidad. Por otro lado, varias entrevistas semiestructuradas sobre diferentes temas con la ex pasantes (gestión 2015) Doña Palmira. Se pudo realizar algunas entrevistas informales con dos músicos de la banda y con dos miembros del personal gastronómico (garzones): Don Hugo Riveros y Don Felix Chambi, Finalmente se realizaron entrevistas informales a varios miembros de la fraternidad en las actividades del Gran Poder.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1. Consumo de bebidas alcohólicas ¿Es medible?

Existen cifras estadísticas mundiales, regionales y nacionales sobre distintos tópicos que se actualizan cada cierto tiempo, dependiendo de las características de las temáticas. Estas estadísticas son básicamente un diagnóstico que luego se utiliza para que desde el Estado o ciertas organizaciones se propongan proyectos y/o políticas públicas. Sobre el consumo de bebidas alcohólicas tenemos también varias cifras que nos dejan entrever la magnitud de su consumo y que nos van a ayudar a contextualizar un poco la temática de la presente investigación. Para esta parte se realizó una revisión de los estudios relacionados al consumo de bebidas alcohólicas existentes hasta la fecha desde la comparativa entre países a nivel mundial y latinoamericano para llegar a los estudios específicos en Bolivia. Por último, presentamos algunos datos sobre la fiesta del Gran Poder recopilados por el Gobierno Autónomo de La Paz y finalmente algunos datos recolectados en entrevistas a pasantes, garzones y dueños de locales de fiestas.

Vamos a iniciar con el informe más reciente denominado *Estadísticas sanitarias mundiales 2014* de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Este informe es una de las principales fuentes de datos que los países utilizan como referencia para políticas públicas en diferentes áreas. Este informe se basa en estadísticas de las oficinas regionales y agencias de la OMS, y estadísticas generadas por los mismos países pero con ciertos ‘márgenes de incertidumbre’. Este informe tiene un apartado entre los factores de riesgo denominado “Consumo de alcohol entre adultos de 15 o más años” que especifica que Bolivia se consumen 5,9 litros de alcohol puro por persona y año (OMS, 2014:119). De acuerdo a esta cifra estaríamos por debajo de la media mundial. Por ejemplo, los casos de consumo alto estaría concentrados en Europa del este: Ucrania (13,9), Rumania (14,4), Lituania (15,4) y Belarus (17,5).

En el caso latinoamericano tendríamos el siguiente dato de los países limítrofes de Bolivia:

CUADRO N° 1
COMPARACIÓN DE DATOS SOBRE CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LATINOAMÉRICA

País	Litros de alcohol puro por persona y año
Chile	9,6
Brasil	8,7
Argentina	9,3
Perú	8,1
Paraguay	8,8

Fuente: Elaboración propia en base al Informe *Estadísticas sanitarias mundiales*²⁵ 2014 (119-125).

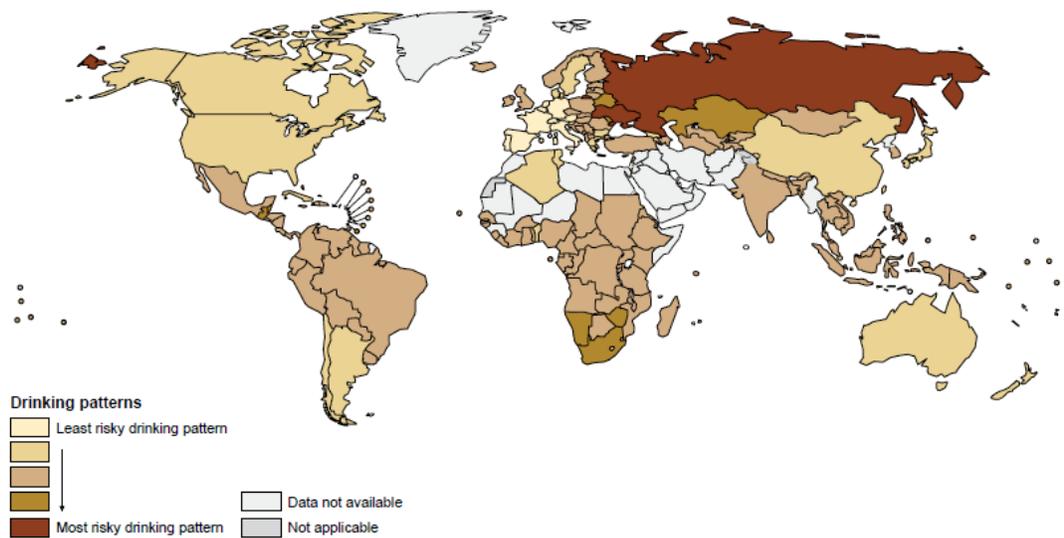
²⁵ El documento no muestra si se realizó algún factor de conversión a las bebidas alcohólicas para sacar el dato final, ya que éstas varían de grado alcohólico, una whisky tiene mucho más alto grado alcohólico que la cerveza. El texto nos dice “Las estimaciones ofrecidas en este informe derivan de múltiples fuentes según

En el cuadro podemos ver claramente que el dato boliviano estaría muy por debajo de los países con que compartimos frontera, siendo Chile el país con más alto consumo de litros por persona y año.

El *Global Status report on alcohol and health* del año 2014 realizado también por la OMS ofrece datos similares. En el siguiente cuadro podemos apreciar que Bolivia se encuentra entre los países de consumo medio en una comparativa mundial:

IMAGEN N°1
PAUTAS/PATRONES DE CONSUMO DE BEBIDAS EN EL MUNDO

Figure 8. Patterns of drinking score (15+ years), 2010



Fuente: *Global Status report on alcohol and health 2014-OMS* (36).

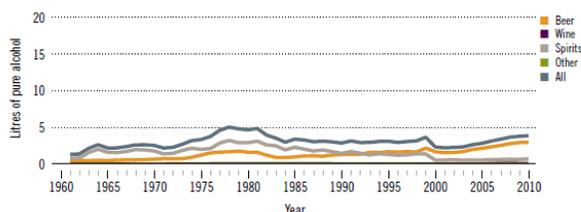
Este mapa hecho en base a la puntuación de pautas de consumo de bebidas alcohólicas en el mundo (PDS) por sus nombre en inglés. Las estimaciones de la PDS se realizan en base a 6 atributos del beber: La cantidad de alcohol consumido por ocasión, el consumo de bebida en fiestas, la proporción de actividades con alcohol donde los bebedores se emborrachan, la proporción de bebedores que beben diariamente o casi diariamente, el consumo acompañado de comidas y la ingestión en lugares públicos. Los dos atributos que hacen que una pauta de consumo de bebidas alcohólicas sea más bajo son la proporción de bebedores que consumen alcohol junto a comidas o los que beben diariamente o casi diariamente

También el reporte nos muestra dos cuadros muy interesantes de la importancia de la cerveza en la sección específica dedicada a Bolivia

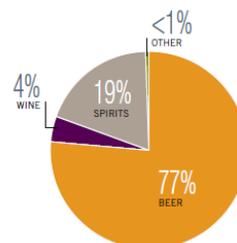
cada indicador y la disponibilidad y calidad de los datos” (OMS, 2014: 8), sin embargo, no se cita la fuente de los datos en el caso del consumo de alcohol en litros puros.

IMAGEN N°2 TIPO DE ALCOHOL DE MAYOR CONSUMO

Recorded alcohol per capita (15+) consumption, 1961–2010
Data refer to litres of pure alcohol per capita (15+).



Recorded alcohol per capita (15+) consumption (in litres of pure alcohol) by type of alcoholic beverage, 2010



Fuente: *Global Status report on alcohol and health 2014* 142.

A partir del 2000, el consumo de cerveza ha ido en aumento en adultos mayores a 15 años. Para el año 2010 el consumo de cerveza (amarillo en la torta) ocupa más de dos tercios del consumo a nivel país en litros puros de alcohol.

Además tenemos los datos del estudio *Consumo de drogas en Bolivia* del CELIN 2002–2010 que se compone de seis estudios de hogares en el periodo mencionado. En este estudio explican que los consumidores de bebidas alcohólicas subieron “de 919.255 en 1992, a 1.416.826” el 2010 (CELIN, 2010: 25). El estudio además establece que está subiendo de acuerdo al crecimiento poblacional; sin embargo, entre los hombres no pareciera que fuera en aumento en las mujeres sí, pero de forma lenta.

La organización Panamericana de la salud (OPS) publicó la Situación regional del consumo de alcohol y la salud en las Américas 2015²⁶ que es una recopilación de datos sobre el consumo de alcohol de 35 países de la región. Bolivia llega al puesto 8/35 con 2,7 litros de alcohol puro en mujeres y al puesto 9/35 con 9.1 litros en hombres (OPS, 2015:9). Se catalogaría un consumo bajo bordeando el consumo medio. Además otro dato importante es que Bolivia no tiene estudios sobre el alcohol no registrado, es decir, no sujeto a tributación “donde es muy probable que se consuma mucho alcohol sin registrar pero no se ha emprendido ningún estudio independiente en los últimos años” (FUENTE) En tal caso esta suma ascendería a por lo menos 2,1 litros per cápita según las estimaciones disponibles (OPS, 2015:11)

Otro dato bastante interesante son los episodios de consumo excesivo de alcohol (ECE) que anulan cualquier tipo de beneficio. En este caso se encuentra Bolivia en el tercer puesto para hombres y séptimo para mujeres, como veremos en el siguiente cuadro comparativo:

**CUADRO N°2
COMPARACIÓN DE EPISODIOS DE CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL (ECE)**

	Hombres	Mujeres
ECE más alto (puesto 1)	64,7 (Paraguay)	41.0 (Paraguay)
Bolivia (puesto 3)(puesto 5)	12,4	1,7

²⁶ Puede <http://www.thetimes.co.uk/tto/health/diet-fitness/article4731859.ece>

ECE más bajo (puesto 35)	10,2 (Belize)	0,1 (Chile) ²⁷
--------------------------	---------------	---------------------------

Fuente: OPS Informe de la situación regional sobre el alcohol y la salud en las Américas, 2015.

El periódico *El Día* publicó datos de un estudio de la Cámara Boliviana de Fabricantes de Cerveza (CABOFACE), realizado por la firma Ernst & Young. Algunos datos que nos muestra la nota de prensa son los siguientes:

**CUADRO N°3
COMPARACIÓN DE CONSUMO DE CERVEZA**

País	Cantidad de cerveza consumida por año
Alemania	113 litros
Venezuela	95 litros
Estados Unidos	84 litros
España	82 litros
México	61 litros
Argentina	41,4 litros
<i>Bolivia</i>	<i>32,6 litros</i>
Uruguay	27,4 litros

Fuente: Cuadro realizado en base a datos del Estudio realizado por Ernst & Young en la gestión 2010²⁸.

Además nos aporta también que su producción para el 2010 llegó a 3.4 millones hectolitros de cerveza de los cuales 3.3 millones son destinados al mercado interno y el resto se destina a la exportación.

Existe otro estudio realizado por Captura Consulting, encargado por la fundación Fautapo y el BID-FOMIN. En la nota de prensa parafraseando al documento explican que “la cerveza es por mucho la bebida alcohólica más industrializada, masiva y popular, por lo que opaca el desempeño de otras bebidas”²⁹

Según el estudio, en Bolivia se consumen 339 litros de bebidas alcohólicas que llegan en precios de mercado a 740 millones de dólares. De estos datos podemos ver un desagregado por tipo de bebidas que suman más de un millón de litros:

**CUADRO N°4
CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN BOLIVIA POR TIPO**

Tipo de bebida	Cantidad en millones de litros
Cerveza	343.5
Chicha	17,9

²⁷ “En las Américas, la prevalencia de los ECE es alta: uno de cada cinco consumidores actuales (22%) protagoniza un ECE por lo menos una vez al mes, por encima del promedio mundial del 16%. Tanto el Paraguay como Saint Kitts y Nevis tienen prevalencias de ECE superiores al 50%. Chile, por otro lado, tiene la prevalencia más baja, a pesar de que el consumo de APC es relativamente alto, lo cual quizá sea un reflejo de la cultura de acompañar con vino las comidas en lugar de las borracheras en los bares o en las fiestas (aunque en las tendencias entre los jóvenes de ese país se aprecian cambios en dicha costumbre)” (OPS, 2015: 16).

²⁸ https://www.eldia.com.bo/index.php?cat=1&pla=3&id_articulo=74604

²⁹ Periodico digital Página Siete.

Vino	11,2
Singani	6.4
Cuba Libre	6
Ron	4.3
Sidra	3.4
Mixers	2,6
Whisky	1,7

Fuente: Cuadro realizado en base a Datos hecho por estudio de Mercado Captura Consulting³⁰.

Podemos observar que el 69% de las bebidas alcohólicas consumidas es cerveza.

Datos de la alcaldía sobre Gran Poder

El Gobierno Autónomo Municipal de la ciudad de La Paz realizó el año 2012 a través de la Oficialía Mayor de Promoción Económica un análisis de la economía en torno al Gran Poder. Se utilizaron técnicas de investigación cualitativa y se dirigió tanto a organizadores como a comerciantes de los diferentes rubros de la fiesta. Se agrupó a la fiesta en un escenario de 8 meses de actividades y se dividieron los rubros de gasto en 6:

CUADRO N°5 DETALLE DE GASTOS EN LA FESTIVIDAD DEL GRAN PODER

Detalle de gastos
En dólares americanos y bolivianos

Gastos	\$us	Bs
Fiestas	578.212	4.024.355
Orfebrería	15.794.432	109.929.250
Bebidas y cerveza	21.580.943	150.203.360
Trajes y distintivos	13.450.148	93.613.033
Música y bandas	1.365.299	9.502.481
Otros	232.255	1.616.495
Total	53.001.289	368.888.974

Fuente: Análisis económico Festividad del Señor Jesús del Gran Poder 2012 Boletín Final.

En estos datos podemos observar que el consumo de bebidas alcohólicas representa el mayor rubro de gasto que se hace en la festividad con más de 150 millones de bolivianos que en porcentaje sería:

³⁰ <http://www.paginasiete.bo/economia/2016/2/7/cerveza-bebida-alcoholica-consumen-bolivianos-85988.html>. El alcohol de caña no se encuentra en los datos del artículo.

CUADRO N°6
DETALLE DE GASTOS EN PORCENTAJES DE LA FESTIVIDAD DEL GRAN PODER

Participación de gastos
En porcentaje

Gastos	Participación
Fiestas	1,09%
Orfebrería	29,80%
Bebidas y cerveza	40,72%
Trajes y distintivos	25,38%
Música y bandas	2,58%
Otros	0,43%
Total	100,00%

Fuente: Análisis Económico Festividad del Señor Jesús del Gran Poder 2012 Boletín Final.

El Informe además muestra tendencialmente algunas pautas de consumo por fraternidades según el tipo de danza. Ellos proponen que:

CUADRO N°7
DETALLE DE CONSUMO POR TIPO DE DANZA

Tipo de danza	Consumo de bebidas alcohólicas
Pesada	10 cajas de cerveza, 120 botellas costo unitario de 10 bs. Una botella de whisky, una de ron y una de singani por cada 10 personas. Todo esto por fiesta.
Liviana	4 cajas de cerveza, 48 botellas. Una botella de ron y una de singani por cada 10 personas. Por fiesta, por lo menos 3 fiestas.
Autóctona	1 caja de cerveza, 12 botellas. Después de la entrada.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis económico Festividad del Señor Jesús del Gran Poder 2012 Boletín Final.

Esta cantidad de bebidas alcohólicas estaría distribuida en aproximadamente 26.456 bailarines de los cuales 16.798 participan en la danza de la morenada.

Ya en 2016 el G.A.M.L.P., a través de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, actualizó los datos de dicho estudio basándose en del 2012 y en las estimaciones del año 2013 y 2014. Su metodología se basa en “un proceso de actualización de los valores de variables cuantitativas y cualitativas en base a entrevistas a miembros de las fraternidades y personas clave, además de la recolección de datos en los mercados de los diferentes rubros de gastos determinados por el estudio de 2012” (Medrano y Calle, 2016: s/p).

En esta actualización aún el rubro de gasto en bebidas alcohólicas ocupa el primer lugar con 303.827.277 bolivianos que serían el 46% del total gastado en los 8 meses de actividades relacionadas con el Gran Poder. Lamentablemente en este boletín no se toma en cuenta el tipo de consumo por tipo de danza.

Ahora bien, como ya vimos, el consumo de bebidas alcohólicas es el gasto más importante de la fiesta del Gran Poder. La CBN regala a cada fraternidad de morenada grande 100 cajas de cerveza y también tienen una cantidad destinada a las demás fraternidades. Estas cajas de cerveza son administradas por los pasantes de la gestión. Lamentablemente no pude acceder a un registro detallado de los gastos en cerveza de la Fraternidad Intocables, pero pude hacer una reconstrucción aproximada en base a entrevistas a una ex pasante de la gestión 2015. Cabe resaltar que hay varios detalles que pueden hacer variar estos datos dependiendo de la situación específica de cada actividad, por lo que debemos entenderlo como una aproximación.

CUADRO N°8
APROXIMACIÓN AL CONSUMO DE CERVEZA DE LA FRATERNIDAD
VERDADEROS INTOCABLES

Actividad	Distribución de la cerveza	Cantidad aproximada de cajas de cerveza repartida por pasantes	Consumo total de la fiesta
Velada previa a la recepción social	5 Cajas para la banda (una banda) 4 Cajas por orquesta musical o grupo folklórico 20 a 30 cajas distribuidas entre los asistentes	60 cajas de cerveza	300 a 400 cajas de cerveza vendidas en el local de fiestas ³¹
Recepción Social	5 cajas para las bandas (dos bandas) 4 a 5 cajas por orquesta musical o grupo folklórico (5 o 6 grupos) ³²	70 cajas de cerveza	3.500 cajas fueron pedidas de la cervecería 700 cajas a la venta por pareja de pasante Aproximadamente vendieron 500 por pareja pasante. Total: 2.000 a 2.500 cajas consumidas
Práctica de	5 cajas para la banda de	60 cajas de cerveza	200 a 300 consumidas

³¹ Las actividades de la gestión 2015 fueron realizadas en el local Monserrat por lo que la expasante sabe más o menos la cantidad de cajas vendidas en conversación con el dueño del local.

³² Cabe resaltar en este lugar que las orquestas musicales o grupos de música folklórica en varios casos tienen una lista en la que se especifica las bebidas alcohólicas que van a beber y que se incluyen en el contrato.

pasos (3 por año)	música 4 a 5 cajas por orquesta musical o grupo folklórico 20 a 30 cajas distribuidas entre los asistentes		en el local de fiestas
Ensayos (2 por año)	5 cajas para la banda de música (2 bandas) 4 a 5 cajas por orquesta musical o grupo folklórico 30 a 40 cajas distribuidas entre los asistentes	80 cajas de cerveza	300 a 400 consumidas en el local
Promesa Gran Poder	5 cajas para la banda de música (2 bandas) 4 a 5 cajas por orquesta musical o grupo folklórico 30 a 40 cajas distribuidas entre los asistentes	80 cajas de cerveza	300 a 400 consumidas en el local
Entrada folklórica ³³	5 cajas para la banda de música (2 bandas) 20 a 30 cajas distribuidas entre los asistentes	40 cajas de cerveza	
Diana ³⁴	5 cajas para la banda de música (2 bandas) 4 a 5 cajas por orquesta musical o grupo folklórico 30 a 40 cajas distribuidas entre los asistentes	80 cajas de cerveza	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de campo

2. La Fraternidad Verdaderos Intocables en el Gran Poder

La entrada del Gran Poder es la fiesta más importante de la ciudad de La Paz y una de las más importantes de Bolivia. Desde la segunda mitad del siglo pasado se ha posicionado como una fiesta con alto grado de organización y que mueve mucho dinero. Allí la danza de la morenada es la más importante, sin embargo, los acontecimientos más públicos de la fiesta como ser los ensayos, la pre-entrada, entrada y diana, no son los únicos espacios de socialización que forman parte del conjunto de actividades que las distintas fraternidades de la fiesta hacen a lo largo del año. Hay un conjunto de actividades que realizan los participantes directos, es decir, fraternos o bailarines, en las cuales las interacciones sociales dan como resultado una estructura social organizada y sostenible en el tiempo. Esta estructura social es la que permite la organización y *puesta en escena* de una entrada de tal magnitud.

³³ En la entrada folklórica del Gran Poder 2015 no hubo actividad en local después de baile.

³⁴ La Diana de la gestión 2015 se realizó en las fueras del local de fiestas donde vinieron varias vendedoras de cerveza 'las cheleras' por lo que la expasante no tenía una idea aproximada de la cerveza consumida.

De la fiesta a la fraternidad

Actualmente la festividad del Gran Poder es la fiesta folklórico-religiosa más importante, por movimiento económico y participación social, de la ciudad de La Paz. La actividad principal que es la entrada folklórica se realiza entre los meses de mayo y de junio pero otras actividades menos notables se realizan durante todo el año. En esta fiesta según los últimos datos del 2016 ha generado aproximadamente un movimiento económico de 95 millones de dólares y más de 40 mil participantes solamente tomando en cuenta bailarinxs y músicos³⁵. Sin embargo, alrededor de este evento folklórico-religioso hay un movimiento mucho más amplio de vendedorxs, trabajadorxs en servicios (garzones, seguridades, etc.), y espectadores.

Según datos históricos, la primera vez que el culto a la imagen del Señor del Gran Poder se hizo en forma de “preste” fue el 5 de junio de 1922 (Guerrero, 2011: 40). La fiesta antes de los 50’s no tenía aún trascendencia en la ciudad sino era solamente barrial. Duraba principalmente tres días, en los cuales no existía una entrada como tal y en la que se la usaba también como ocasión para entregar obras en las calles y avenidas. Rossana Barragán explica que “durante toda la mitad del siglo XX no se habla de la Fiesta del Gran Poder sino de la Festividad de la zona de Chijini” (Barragán, 2009: 61). Al pasar los años y con el crecimiento de la festividad, la organización fue aumentando hasta que a la cabeza de Lucio Chuquimia Aguirre se fundó la Asociación de Conjuntos Folklóricos del Gran Poder (ACFGP)³⁶ el año 1974. Se continúa con este tipo de organización hasta esta gestión donde se elige a los directivos por tres años consecutivos, para organizar la totalidad de las actividades de la Fiesta del Gran Poder aunque también otro tipo de actividades como la organización de una liga de fútbol.

Hasta la fecha, la fiesta no sólo se ha expandido espacialmente, es decir, con una distancia más larga de baile, sino que la cantidad de participantes directos e indirectos aumenta cada año “en 1984 ascendieron a 8.000 distribuidos en 58 grupos de las más diversas danzas (...) mientras que hoy [2003] son más de 30.000 distribuidos en más de 50 grupos” (Barragán, 2009: 79). Ya para el año 2013 subió a 61³⁷ fraternidades y para el año 2014 se llegó a 65 fraternidades con más de 35.000 bailarines y 5.000 músicos según datos hemerográficos³⁸.

Las fraternidades son el tipo de unidad de organización característica de la fiesta del Gran Poder. Hay tres tipos de fraternidades según el tipo de danza que representan en la entrada: danza pesada, danza liviana y danza autóctona. En el transcurso del proceso

³⁵ Medrano y Calle (2016: s/p).

³⁶ Esta tenía como cargos “... un Presidente, Vicepresidente, Secretario de Relaciones, de Hacienda, de Organización, de Actas, de Cultura, de Deportes, de Prensa, Fiscal General, Asesores Jurídicos y portaestandartes” Barragán (2009: 64).

³⁷ Fuente: <http://www.fmbolivia.com.bo/noticia116178-orden-de-ingreso-de-fraternidades-en-la-entrada-jesus-del-gran-poder-2013-sabado-25-de-mayo.html>

³⁸ El Diario, junio 2014

histórico de la fiesta hay un interesante cambio en la naturaleza de las fraternidades. Después de analizar este punto, Barragán plantea que en el periodo entre 1984 y 2006 hubo una “...uniformización y homogenización a favor de morenadas, caporales y kullawadas” y que en proporción a esto las actividades económicas que se realizan en relación a la danza también aumentaron, claro es el ejemplo de los artesanos mascareros, bordadores, etc., que para 1995 la mayoría se concentraba en las danzas de caporales y morenada (Barragán, 2009). Es en relación a este criterio que se eligió a una fraternidad de morenada para el presente estudio. Si bien hay varias danzas que se bailan en el Gran Poder, es innegable que la danza de más prestigio es la morenada, además que en términos de cantidad también ha aumentado hasta ser el tipo de danza con más fraternidades. En la gestión 2014 cuando se inició con el trabajo de campo exploratorio participaron 19 fraternidades de morenada en comparación a 10 de kullawada y 9 de caporales³⁹. En la gestión 2016 el número de morenadas ascendió a 21 sobre un total de 67 fraternidades⁴⁰. Haciendo una revisión histórica de los últimos siete años (2010-2016) podemos observar que en la mayoría de los años o bien se mantuvo la cantidad o aumentó por lo menos una morenada. Sólo el año 2013 se redujo una fraternidad pero fue porque se redujo la cantidad total de fraternidades.

**CUADRO N°9
FRATERNIDADES DE MORENADA EN EL GRAN PODER**

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total Fraternidades	59	60	61	60	65	65	67
Fraternidades de morenada	16	17	18	17	19	19	21

Fuente: Elaboración propia en base a blog Entradas folklóricas de Bolivia blog Tradiciones Bolivianas, periódico *La Razón*, Página www.boliviapopular.com y blog Gran Poder.

Los Verdaderos Intocables del Gran Poder

Fundación y estructura organizativa

La Fraternidad Morenada Verdaderos Intocables del Gran Poder se fundó oficialmente el 20 de Octubre de 1994 en la ciudad de La Paz⁴¹ después de separarse de la fraternidad “Morenada Juventud Achachis Rebeldes Extraños de pelo largo en Gran Poder” donde participaban como bloque. La estructura organizativa de la Fraternidad es la siguiente: hay un Presidente Honorario que es Pedro Arenas y su esposa Sara Mayta de Arenas, que participan cada año apoyando principalmente o guiando a los pasantes en las actividades de la fiesta.

³⁹Fuente: <http://fiestagranpoder.blogspot.com/2014/06/rol-de-ingreso-del-gran-poder.html>

⁴⁰ Fuente: http://www.laprensa.com.bo/diario/entretendencias/cultura/20150529/al-menos-cuatro-morenadas-buscan-sumarse-al-gran_67273_112309.html

⁴¹ En conversación personal con Don Hugo Riveros, garzón que atiende varias fiestas del Gran Poder y varios años en fiestas de los Intocables me dijo que la verdadera fundación de esta fraternidad se realizó en la localidad de Guaqui.

Luego está el grupo de los Fundadores que tienen la mayor influencia en la Fraternidad y está compuesta por cinco miembros y sus esposas: Edy Callejas y Martha Mamani, Sergio Calle y Julieta López, Santiago Velasquez e Hilda Aquize, Genaro Yujra y Guadalupe Maydana, Froilan Flores y Petrona Ordoñez, y por último Adolfo Tintaya⁴².

Luego el directorio compuesto por 12 miembros que se eligen cada 2 años y finalmente los pasantes de la gestión.

La junta de pasantes se conforma por parejas y eligen un lema⁴³ por año. El número de parejas por año puede variar como podemos ver en el siguiente ejemplo de dos gestiones:

**CUADRO N°10
PASANTES DE LA FRATERNIDAD VERDADEROS INTOCABLES**

2015	2017
<p><i>Triunfadores de corazón brillando ante el mundo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sra. Bárbara Calcina – Sr. Emilio López • Sra. Palmira Vasquez – Sr. Raúl Honorio • Sra. Lidia Alejo – Sr. Darío Quispe • Sra. Hida Mamani – Sr. Julio Quispe • Sra. Martha Arce – Sr. Cristobal Ajata 	<p><i>Intocables sin límites, marcando senda con distinción</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Hugo Quispe Nina y Norah Flores de Quispe • Felix Antonio Quispe Choque y Maria Eugenia Collao Infante • Gregorio Patty Ramos y Maria Luz Cachaca Espinoza • Omar Rolando Aliaga Quisbert y Claudia Margot Rojas Llano
5 parejas de pasantes	4 parejas de pasantes

Fuente: Invitación Intocables 2015 e Invitación intocables 2017⁴⁴.

Las parejas de pasantes de Los Intocables en la gestión 2015 fueron cinco, pero como vimos en el cuadro anterior esto varía de acuerdo a los años. Las parejas actuales, junto a los ex pasantes y a los fundadores, representan una elite que la autora denomina como *qamiris* (Quilali, 2015), que se diferencian de los no *qamiris* por poseer un alto capital económico que les permite costear los gastos de la fraternidad y reinvertirlo en capital simbólico, es decir, prestigio. Sin embargo, también es clave entender que una de las formas en que se eleva el prestigio de los pasantes es a través de la organización del evento y una buena atención que a veces puede sin embargo superar su planificación⁴⁵. Si bien es claro que los pasantes en todo momento intentan crear un espacio de supuesta

⁴² No se menciona pareja o esposa en las invitaciones de la Fraternidad.

⁴³ Cada año eligen un lema que les caracteriza e identifica en cada actividad.

⁴⁴ El orden en que se citan las parejas está en base a como fueron escritos en las invitaciones.

⁴⁵ Tal el caso del incidente que sucedió en la puerta del local Gran Shade en la recepción social (2015) donde debido a la gran cantidad de personas en la puerta para ver al conjunto Ráfaga de Argentina una avalancha de personas cayó al piso saliendo muchas personas lastimadas y habiendo perdido muchos objetos personales. Se culpó a las parejas de pasantes por la mala organización y, según los hermanos, varios se desanimaron de bailar.

horizontalidad las diferencias se representan en sus estrategias de distinción respecto a los fraternos. Las parejas de pasantes deben organizar la mejor fiesta posible pues de otra forma corren el riesgo de perder capital simbólico. Es común escuchar comentarios sobre las ganancias económicas de los pasantes. A la vez se hace referencia al origen de su capital, su rubro de actividad o la cantidad de negocios que puede tener. Es clave entender en este sentido el rol de servicio que realizan los pasantes que, si bien recuperan el dinero invertido y pueden sacar ganancias, invierten mucho tiempo en la organización. Además de participar en todas las actividades relacionadas al Gran Poder, deben participar en otras fiestas para así poder atraer a nuevos bailarines, hacerse conocer y por supuesto invertir dinero en bebidas alcohólicas, que es considerado un consumo necesario al momento de dialogar. Aparte, deben realizar los contratos con los conjuntos musicales, las bandas de música, el servicio gastronómico y las indumentarias.

Organización por bloques

La Fraternidad Intocables cuenta con más de 1.000 componentes entre varones y mujeres. Esta cantidad de personas está dividida en bloques. Si bien en el pasado las mismas fraternidades se diferenciaban por rubros laborales, en la actualidad la entrada a la fraternidad no requiere otro requisito que las ganas de participar y poder costear los gastos del baile. La fraternidad tiene varios bloques y algunos están tan bien organizados y cuentan con tantos miembros que realizan aniversario del bloque⁴⁶, se diseñan trajes personalizados e incluso tienen *banners* con el nombre, logo y lema del bloque. En los recorridos de baile por las calles se organizan para bailar juntos y distinguirse de los demás. Este distintivo pueden ser los lemas que adecuan a las letras de las morenadas de la fraternidad o pueden estar bordados en la ropa de los integrantes. Se crea un estrecho vínculo de pertenencia a un bloque que generalmente está compuesto por parejas de personas casadas, familiares y compadres y comadres.

En el interior de la fraternidad la organización se da por bloques, algo que no es exclusivo de la Fraternidad Intocables. Según los datos que pude recabar, la función de los bloques es la organización y confraternización de los miembros. Es por esta razón que cada bloque tiene *otra* estructura interna organizativa distinta de la fraternidad aunque varía de acuerdo a los bloques. Cada bloque está compuesto por hombres y mujeres, en la mayoría de los casos parejas de matrimonios o noviazgos; por lo tanto la mayoría de los bloques tiene un porcentaje muy cercano al de 50% de mujeres y 50% de varones. Sin embargo, la diferencia entre mujeres y hombres es el primer criterio de diferenciación en los recorridos folklóricos; por ejemplo todas las cholas van delante de la primera banda, al centro van las figuras (chinas, achachis, etc., en que hombres y mujeres van separados en líneas de bailarines- no hay líneas mixtas) y al final, después de la segunda banda, van los morenos. Todos los morenos y cholas bailan con los mismos pasos que mandan sus guías, sólo las figuras hacen pasos diferentes. La estructura de organización de cada bloque tiene diferentes carteras con las que hacen diversas actividades, principalmente deportivas, y tienen una fecha especial de aniversario donde se hace “todo un preste con pasantes y todo” en un local con grupos en vivo. A esta fiesta de aniversario invitan a los demás bloques y a

⁴⁶ El aniversario es la organización de una fiesta en la fecha de fundación del bloque. Tienen pasantes que organizan la fiesta en un local de fiestas invitando a todos los bloques y la junta de pasantes y fundadores.

la estructura organizativa de la fraternidad. Los bloques que participaron esta gestión fueron:

**CUADRO N°11
BLOQUES DE LA FRATERNIDAD VERDADEROS INTOCABLES**

Nombre del Bloque	Tipo de Bloque
Caballeros Intocables Señoras luciérnagas Dick Tracy Canitas Generación X Años 20 Inquietos Tocuyeros Compadres Joviales Juventus Elegidos Nuevo renacer Valeno Inquietos 100 x 100 Los +busK2 Rico Pone – amigos por siempre	Tropa de morenos y cholas
Padrinos Bichos de Corazón Los de oro Sopranos Esito Sería La nueva dinastía Juma Layku Renacer Los Elegidos⁴⁷	Bloques especiales
Independiente	Tropa de morenos y cholas
	Bloques Invitados ⁴⁸

Fuente: Invitación 2015 e Invitación 2017.

Las actividades de los Intocables

La actividad más visible para la población en general es lo que se conoce como la ‘entrada’ que representa el espacio amplio y generalizado que atrae a turistas nacionales e internacionales, en cuya organización participan no sólo los miembros de la Asociación de Conjuntos Folklóricos del Gran Poder y todas las fraternidades, sino que además la apoyan

⁴⁷ Los bloques puestos en negrita son los recientemente creados entre la gestión 2016 y 2017.

⁴⁸ Los bloques invitados cambian de año de año a año dependiendo de otros espacios folklóricos donde participen lxs pasantes.

el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz y algunas instituciones estatales como el Ministerio de Culturas y la Policía Boliviana Nacional. El gran despliegue de un día tiene jurados e invitados especiales que van desde figuras políticas importantes como el presidente o vicepresidente del Estado Plurinacional. Sin embargo, cada fraternidad del Gran Poder tiene un tipo específico de calendario anual. Según el G.A.M.L.P., las actividades del Gran Poder principalmente de las danzas pesadas se realizan según el siguiente esquema:

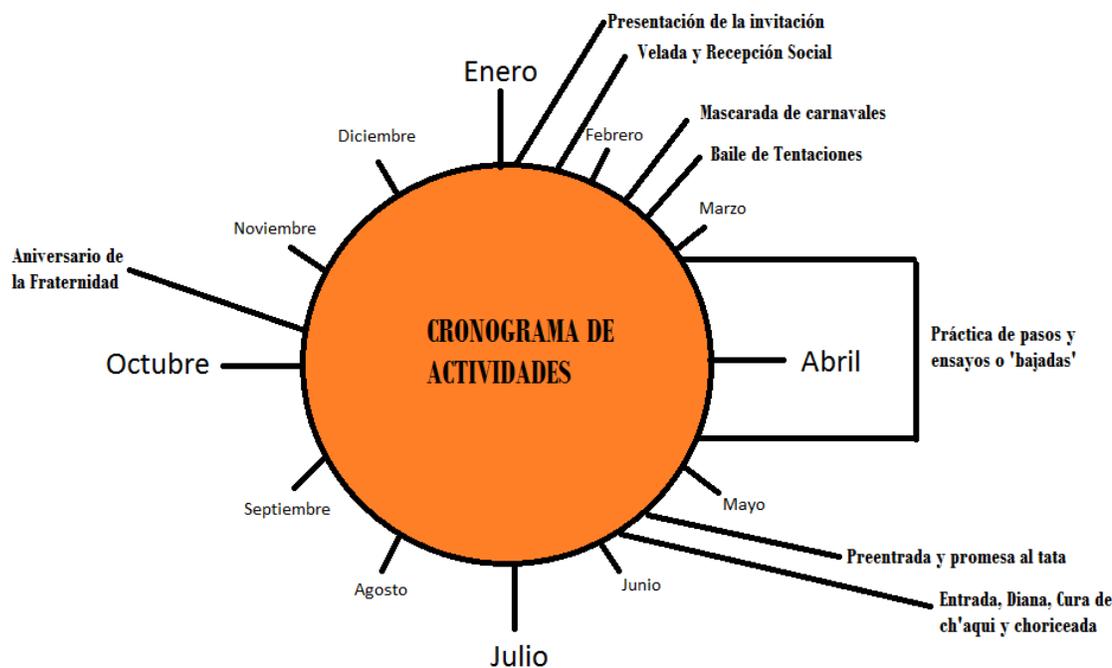
DIAGRAMA N° 1
ACTIVIDADES DE LAS FRATERNIDADES DE MORENADA



Fuente: Análisis económico Festividad del Señor Jesús del Gran Poder 2012 Boletín Final.

Sin embargo, en base al trabajo de campo pude constatar que hay más actividades de la Fraternidad Intocables:

DIAGRAMA N° 2
ACTIVIDADES DE LA FRATERNIDAD VERDADEROS INTOCABLES



FUENTE: Elaboración propia en base a datos de campo

Las actividades se detallan a continuación:

La presentación de la invitación

El acto de presentación de invitaciones es la actividad con la que se inaugura cada nueva gestión. A diferencia de las otras actividades (ensayos, veladas, etc.) es un acto protocolar que tiende a hacerse en un lugar céntrico al que invitan a los programas televisivos, revistas, etc., que se dedican a promocionar las actividades folklóricas y se lo hace en la noche⁴⁹. Es una actividad que no tiene participación directa de la Iglesia. El año 2015 se llevó a cabo en el Club Social 16 de Julio ubicado en la avenida del mismo nombre⁵⁰.

Es un acto sin componentes religiosos relacionados al Jesús del Gran Poder. Hay uno o varios maestros de ceremonias que conducen todo el acto. En el acto del 2015 pude observar que la estructura del acto es la siguiente: llaman una a una a las parejas de pasantes de la gestión, que se acomodan en un lugar vistoso como el palco principal. Las mujeres al lado izquierdo respecto a sus esposos. Se canta el himno nacional y después hay

⁴⁹ El año 2015 empezó a las 20:40.

⁵⁰ Es la única actividad que se hace en este lugar céntrico, las demás actividades se hacen en la Zona de Ch'ijini.

palabras de circunstancia por parte de uno de los fundadores. El año 2015 lo dio el señor Adolfo Tintaya. Fue muy interesante que se invite a autoridades. como el año 2015 al ex asambleista nacional Alejandro Zapata⁵¹ y al asambleista nacional Luis Flores para entregar a las parejas de pasantes certificados y medallas con el título de “Gestores Culturales de Bolivia”⁵². Uno de los pasantes dió un discurso a nombre de la junta de pasantes. En esta actividad se presentó el video promocional de la gestión en pantalla gigante⁵³ que incluye la presentación de los pasantes, el nombre de la gestión y los grupos invitados para el año, especialmente para la recepción social⁵⁴.

Allí es donde se destapan las invitaciones con implementos para el acto de la *ch'alla*: flores de color blanco y naranja, mixtura, azúcar, canela molida, un *tari*⁵⁵, botellas de alcohol puro. Primero se muestran las invitaciones detallando cada una de las páginas para luego iniciar el rito: mezclar las flores con el azúcar y canela molida y rociarlas encima de las invitaciones y pasar el alcohol para echarles unas cuantas gotas encima. A la vez los pasantes se abrazaron y las flores que sobraron se esparcían encima entre ellxs. En este acto sólo participan activamente los fundadores, directiva y pasantes mientras lxs fraternxs están sentados en sus mesas. Este día se entregan las invitaciones a fundadores (una por pareja), a los ex pasantes (una por pareja también), a los guías y a los medios de comunicación: televisión, radio y prensa escrita.

Pasado el acto tocan grupos en vivo: folklóricos y tropicales. Luego todxs lxs asistentes se ponen a beber agrupados en grupos.

Entrega de invitaciones

Las invitaciones a lxs fraternxs se entrega en un local específico. Generalmente se asignan dos o tres días y dependiendo de los pasantes ponen horarios para recogerlas. Se hace una fila, varones y mujeres indistintamente, y los pasantes habilitan una mesa con un cuaderno donde anotan: nombre completo, nombre de bloque, número de celular y número de carnet.⁵⁶ A algunxs fraternxs antiguxs les entregaban las invitaciones para todo su bloque, principalmente de los bloques especiales.

⁵¹ Es interesante resaltar el énfasis que hicieron en su persona como el *Comandante general de la fuerzas folklóricas de Bolivia*.

⁵² Los certificados los entregó a las mujeres y las medallas las puso sólo a los hombres que luego posaron para las fotos de la prensa.

⁵³ Aproximadamente 2 x 4 m.

⁵⁴ Este video es entregado en la invitación también; además de las composiciones propias por grupos folklóricos para el año y muestras de las canciones de los grupos invitados.

⁵⁵ Pequeño aguayo de aproximadamente 50 cm²

⁵⁶ Cuando yo me acerqué saludé directo a la única pasante que se acordó de mi Doña Palmira y me dieron la invitación anotándome como “independiente”. Directo me trataron de “compadrito” y me invitaron el viernes para la velada.

Las veladas/prácticas de pasos

Las veladas giran en torno al Jesús del Gran Poder. Se tiene a la imagen del Gran Poder en un lugar visible, generalmente sobre una mesa como si se hiciera un altar. Las personas que van llegando se acercan a la figura y tocan su ropa, o el mismo altar y en varios casos también se persignan y oran. La primera velada generalmente se diferencia de las demás porque se realiza en dos lugares consistiendo en lo siguiente: los prestes de la gestión pasada tienen a la imagen del señor Jesús del Gran Poder en una casa o local e inician a velarlo, es decir, hacer acto de presencia ‘acompañar’ a lxs organizadorxs. Al llegar, saludan a los presentes y se dirigen a sus bloques o grupos de referencia. A veces se sirve un plato de comida pero siempre lxs pasantes distribuyen cervezas u otras bebidas calientes entre los asistentes. Algunxs fraternxs fuman cigarro y muy pocos mascan coca.

Hay una banda de músicos que al inicio toca las morenadas de la fraternidad mientras se bebe cerveza. El acto principal de esta velada es la caravana folklórica que se hace detrás de la imagen de una casa o local a un nuevo local. La imagen del Señor del Gran Poder lidera la fraternidad cargada principalmente por los pasantes. Algunos de ellos la llevan en hombros intercambiando constantemente. Otros, generalmente las mujeres pasantes, llevan las flores que adornan al *Tata* o braseros a los que van poniendo incienso en toda la caravana. Esto se hace por unas cuadras mientras los músicos tocan melodías religiosas. Detrás de ellxs se acomodan los fundadores. Tras una parte del trayecto se cambia de música a ritmo morenada. Inmediatamente las mujeres de la tropa de cholitas se acomodan al inicio, seguidas de los bloques especiales. Finalmente la tropa de morenos. Se llega al local bailando y las personas se agrupan con sus bloques o grupos de referencia. Allí se consumen bebidas alcohólicas y tocan grupos de música folklórica y tropical.

Las otras veladas se realizan en un solo lugar donde se espera a los fraternxs con alguna bebida como té con té u otra, dependiendo de la organización de los pasantes. Generalmente, la primera velada se hace después de carnavales, la segunda tras un mes y la tercera y última el viernes antes de la pre-entrada. Hay una banda de músicos que tocan ritmo de morenada casi cada hora. Allí las guías de la tropa de cholitas y los guías de la tropa de morenos bailan para que lxs nuevxs miembrxs de la fraternidad o gente interesada en bailar practique los pasos. Mientras tanto, los demás consumen bebidas alcohólicas. Se realiza un recorrido folklórico generalmente dando una vuelta alrededor del local, en el mismo orden presentado en la primera velada. Se llega al local bailando donde empieza a tocar un grupo de música folklórica y otro tropical.

La Recepción Social

La recepción es el evento más importante de las fraternidades, especialmente de las morenadas por la capacidad de la organización de los pasantes de traer grupos internacionales que permiten publicitar a la fraternidad.

La recepción es la invitación a la gente para que baile, digamos nosotros somos de los Intocables ¿no? Otros serán de los Vacunos y así otros de Viajeros Charaña entonces se muestra a la fraternidad, se hace conocer, de la misa vas, luego allí esperas, yo ahí me encuentro con amistades, te haces a veces lindas amistades, otras no tanto y sí y hay que

hacerlo con los mejores grupos, por ejemplo este año trajeron a Ráfaga de Argentina (Doña Marcelina, Entrevista personal, 13 de marzo de 2015).

Es un evento que inicia con una misa en la iglesia del Gran Poder de la calle Gallardo los domingos. Puede haber varias misas de fraternidades un mismo domingo. Inician muy temprano en la mañana. A la misa generalmente entran lxs pasantes, fundadores y fraternxs interesados pero la mayoría espera afuera de la iglesia. Es un acto protocolar católico donde los pasantes también entregan víveres para la iglesia (azúcar, fideo, arroz, aceite, etc.)⁵⁷.

Pasada la misa, en la iglesia generalmente hay personas de la A.C.F.G.P. que ordenan a las fraternidades acomodarse en una calle contigua. En ese momento inicia otro acto. Las parejas de pasantes se paran en una línea mientras las bandas de música tocan sus repertorios musicales. Pasan a saludarles primero los fundadores que luego se acomodan también a su lado en la misma fila. De allí en adelante pasan todxs lxs fraternxs a saludarles, rociándoles mixtura o flores y en algunos casos poniéndoles adornos/reconocimientos. Mientras tanto se encienden unos armados de fuegos artificiales con los nombres de la fraternidad y la junta de pasantes generalmente entregados por pollerías o mantilleras que se harán cargo de la ropa del año. Finalizado el acto, los pasantes y fundadores se ponen a la cabeza de la fraternidad y dirigen el recorrido folklórico hasta el local. En años previos a la promulgación de la ley N° 259⁵⁸ que prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas esta actividad se realizaba en alguna calle del centro del macrodistrito Max Paredes. Actualmente se han habilitado locales para albergar a mayor cantidad de personas que se realizan fuera de ese macrodistrito que es comercial. En las afueras del local varias personas arman puestos de venta, principalmente de cerveza y comida. Encargados de seguridad controlan la entrada al local chequeando la vestimenta característica de la fraternidad, en los últimos años comenzaron a colocar manillas para el ingreso. Desde la entrada al local empiezan a tocar los distintos grupos que se encuentran en la cartelera del año, en la mayoría de los casos intercambiando entre ritmos folklóricos y tropicales. En el horario estelar se encuentra el grupo de más renombre. Lxs pasantes suelen dar discursos de agradecimiento en el medio del evento antes de presentar al grupo internacional y se quedan bailando en el escenario.

La mascarada

Esta actividad ha iniciado en los últimos años. Se realiza el domingo de carnaval por la noche. La organización de este evento no corre por cuenta de lxs pasantes de la gestión, sino, que tiene una pareja de pasantes distinta. Los asistentes se disfrazan por bloques o individualmente para un concurso que elige al mejor que es el acto principal. También tienen una cartelera de grupos de música folklórica y tropical.

Tentaciones

⁵⁷ Los pasantes ingresan bailando al ritmo de sus morenadas (propias de cada fraternidad) cargados de los víveres que se entregan a la iglesia.

⁵⁸ Ley de control al expendio y consumo de bebidas alcohólicas (2012).

La entrada de tentaciones se realiza el domingo que termina el carnaval, cuando se hace un acto de entierro del pepino en el cementerio general de la ciudad de La Paz. Hay que recalcar que esta actividad se realiza casi en cada zona de la ciudad y en las provincias del departamento de La Paz, pero la más importante es en la zona del Cementerio General de La Paz. Allí participan varias fraternidades de morenada del Gran Poder.

En esta actividad los pasantes son diferentes a los de la fiesta del Gran Poder y se hace una cartelera propia con grupo nacionales folklóricos y de cumbia. La danza que se baila en esta actividad es la de *ch'uta*. Los hombres se visten del personaje *ch'uta* o de pepino y bailan con una o dos mujeres vestidas con trajes de chola con el color de la fraternidad. El recorrido empieza en la plaza Garita de Lima y concluye en la puerta del cementerio. Después se retiran a un local cercano para la fiesta con los grupos musicales.

Los ensayos o bajadas

Estas actividades se realizan dos veces en el año los días domingos después de los viernes de velada/práctica de pasos. La actividad consiste en un recorrido folklórico que se comparte con varias fraternidades, por turnos que les asigna la A.C.F.G.P. Este recorrido generalmente inicia en la zona del Puente Topater a la altura del inicio de la avenida Abaroa. Esta actividad se realiza con el traje que se usó en la pre-entrada del año anterior. Después de terminado el recorrido la fraternidad se dirige bailando hacia un local destinado para la fiesta. En el local se encuentra un grupo musical folklórica y otro de música tropical.

La pre-entrada o promesa

La pre-entrada se realiza el último domingo antes de la entrada del Gran Poder. En esta fecha la organización es más fuerte por lo que el viernes de práctica de pasos se hacen varias recomendaciones para el recorrido folklórico. La pre-entrada empieza en el parque Ben Hur que se encuentra dos cuadras arriba de la plaza Garita de Lima. En esta ocasión es donde se estrena el traje con la tela del presente año, con la camisa y corbata pertinente, aparte del sombrero de ala ancha y la gabardina distintiva de la fraternidad. Las mujeres de la misma manera están con la indumentaria completa de la *primera parada* específica para esta actividad. Los bloques de figuras también renuevan su vestimenta de acuerdo a su elección. En esta actividad se participa con todas las fraternidades que participaran en la entrada. Después del recorrido hacia la iglesia se dispone de un local para la fiesta con sus respectivos grupos de música en vivo.

La entrada

La entrada es la actividad principal de la fiesta y la más representativa a nivel mediático. Un día antes se entregan los trajes de la fraternidad y los implementos⁵⁹ para las mujeres en el local de fiestas. Uno puede dejar el traje de moreno en el local o llevarselo a su casa. Los pasantes citan a una hora asignada por la A.C.F.G.P. En el lugar generalmente

⁵⁹ Ver último apartado del presente capítulo *Lxs participantes*.

las personas se van acomodando intentando mantenerse en sus bloques respectivos. Al inicio de la fraternidad se encuentra el estandarte de la gestión. Después se ordenan lxs pasantes seguidos de lxs fundadorxs. Seguidamente las guías mujeres, delante la tropa de cholos. Luego se acomodan los bloques especiales en el medio para finalmente dar lugar a los guías varones, delante de la tropa de morenos. El recorrido de los últimos años no ha variado significativamente del presentado en el siguiente mapa:

IMAGEN N° 3 RECORRIDO DE LA ENTRADA DEL GRAN PODER



Fuente: <http://www.boliviapopular.com/2015/05/ruta-del-recorrido-entrada-gran-poder.html> 25 de Septiembre de 2015

Al finalizar el recorrido folklórico, los morenos entregan los trajes a los bordadores que se encuentran en alguna calle adyacente recogiénolos. Finalmente, el destino de lxs fraternxs es variado pero se pudo observar que algunxs se quedan a ver la entrada y consumir bebidas alcohólicas.

La Diana

Esta actividad se hace el día domingo después de la entrada. En esta fecha se cita a lxs fraternxs muy temprano en la mañana para la cura de *ch'aki* (resaca) en la que sirven fricasé y cerveza a los asistentes. Lxs fraternxs se agrupan con sus bloques y consumen bebidas alcohólicas mientras esperan el inicio del recorrido folklórico. No existe horario establecido por parte de la A.C.F.G.P. para el recorrido, pero la ruta es la misma de los ensayos o bajadas.

En esta actividad es donde se nombra a los pasantes del siguiente año. Cada pasante elige una nueva pareja para que se haga cargo de la organización de la fiesta el siguiente año. En varios casos este nombramiento ya está hablado o puede que en ese momento surja

y se sorprenda a alguien⁶⁰. Cuando se nombra a una nueva pareja la banda toca dos o más piezas de cueca que lxs pasantes y lxs nuevxs pasantes bailan intercambiando parejas. En la mitad de cada cueca la banda para y los garzones traen una bebida para que los cuatro participantes tomen. Si pertenecen a algún bloque generalmente bailan a su alrededor. En el descanso de la cueca final los garzones traen adornos en unas bandejas cubiertas con mixtura con los colores de la fraternidad; éstos se cuelgan a cada nuevo pasante. Además los garzones entregan una cantidad de cajas de cerveza (generalmente más de cuatro) y a veces alguna bebida encima de las cajas (Whisky Johnnie Walker o alguna botella de alguna bebida alcohólica cara) a los denominados *recibientes*. Finalmente se echan mixtura mutuamente y terminan de bailar la cueca. Esto pasa con las cuatro o cinco parejas pasantes de la gestión.

Tras el recorrido folklórico, en el local esperan los pasantes para repartir una cerveza a cada fraterno y ofrecer grupos musicales para que bailen.

Recojo de los pasantes

Esta actividad se realiza el día lunes que sigue a la diana. La cantidad de participantes en esta actividad baja mucho pues solo van los allegados a lxs pasantes. La actividad inicia por medio día en la puerta del local de fiestas. Cada pareja de pasantes se organiza independiente de las otras. Se contratan uno o dos buses en los que se lleva a lxs acompañantes fraternxs y una parte de la banda de músicos (15 a 20 integrantes) y garzones (2 o 3). Cada pasante se dirige a la casa o un local contratado por los *recibientes*. Unas cuabras previas al destino se inicia un recorrido folklórico hasta el lugar que prepararon la pareja de *recibientes*. Allí se saludan, bailan la cueca descrita anteriormente y se entrega de nuevo un *ayni* en cerveza. La pareja de *recibientes* tiene a sus propios invitados que reciben a los que llegaron con los ex pasantes con diversas bebidas. Se sirve un plato de comida y luego se baila y bebe al ritmo de los grupos en vivo. Después se regresa al local de inicio junto con los *recibientes* y sus acompañantes donde esperan grupos en vivo.

Choriceada

Esta actividad se realiza el martes siguiente y consiste en invitar algún platillo de comida generalmente a la parrilla y consumir de nuevo bebidas alcohólicas.

Aniversario de la fraternidad

Cada año en fechas cercanas al 20 de Octubre, se celebra el aniversario de la fraternidad. En esta actividad cada bloque se organiza internamente con una danza distinta a la morenada: llamerada, *tinku*, caporales, etc., y se organiza una pequeña entrada. El recorrido varía de acuerdo a la organización de cada año. Se reserva un local donde tocan grupos en vivo.

⁶⁰ En la gestión 2015 observé los casos más variados: como varias personas antiguas de la fraternidad literalmente se ocultaron ese día hasta que se nombraron ya a todxs los pasantes de la siguiente gestión o cómo se negaban argumentando algún motivo y escapando de la fiesta por un lapso de tiempo para no ser convencidos. Para un caso anecdótico ver Quilali (2015).

Aniversario de los bloques

Estos aniversarios se realizan a lo largo del año. Generalmente los bloques que tienen más integrantes arman una estructura organizativa propia y también sus pasantes para cada gestión. A esta actividad se invitan a todos los bloques de la fraternidad, pasantes, directorio y fundadores además de otras fraternidades dependiendo de los organizadores. Se alquila un local y se contrata grupos de música en vivo.

Lxs participantes

El ingreso a la *Fraternidad Intocables* es abierto al público en general y oficialmente no es necesaria invitación personal o recomendación de algún fraterno. Sin embargo, como se verá en los siguientes capítulos, la mayoría de los participantes provienen de relaciones familiares, afines o rituales previas. En la gestión 2015 bailaron aproximadamente 400 mujeres en la tropa de cholas y 450 varones en la tropa de morenos. En los bloques especiales participaron alrededor de 150 personas. Esto nos da un total de alrededor de 1.000 participantes en la fraternidad⁶¹.

A continuación presentamos un estimado de los costos en base a la gestión 2015 y 2016⁶²:

Varón solo tropa de morenos

Cuota fraternidad (incluye el alquiler del traje de moreno para el día de la entrada, un deportivo del cual se utiliza el buzo para bailar con el traje de moreno, el “babero” con los colores de la fraternidad y el distintivo de la gestión y la matraca): 1.000 Bs

Costo de 2,5m. de tela para el traje: 500 Bs

Costo sastre para el traje: 600 Bs (aproximado)

Costo Gabardina: 700 Bs

Costo Sombrero: 50 Bs

Costo camisa y corbata de la fraternidad: 160 Bs

Costo botas para baile: 60 Bs

Otros costos para baile (Bolas de lana para botas, cintillos, plantillas, hombrera, etc): 50 Bs

Gasto aproximado 3.120 Bs

Gastos mujer tropa de chola

Cuota fraternidad: 500 Bs⁶³

Costo de una parada⁶⁴

⁶¹ Datos obtenidos en base a entrevistas a pasante de la gestión 2015.

⁶³ Las parejas pagan una cuota única.

Costo sombrero. 400 Bs
Costo de manta: 600Bs
Costo pollera y centros: 1.000 Bs
Costo zapatillas: 150 Bs

Gasto básico aproximado: 2.650 Bs
Gasto básico aproximado por dos paradas: 5.300 Bs

Adicionalmente, las mujeres requieren un juego de joyas que consta de un ramillete (adorno para el sombrero), un topo (adorno para la mantilla) y aretes. Los precios de este juego en plata en la calle Max Paredes para inicios del 2016 bordeaban los 4.000 bolivianos. Valga la aclaración que este juego puede ser fletado o comprado en fantasía con un costo mucho menor.

⁶⁴ En el baile hay dos paradas. Una parada es un traje completo desde las zapatillas hasta el sombrero con colores combinados.

CAPÍTULO III

EL CONSUMO DE BEBIDAS EN EL ESPACIO-TIEMPO DE LA FIESTA

Las bebidas alcohólicas están presentes en prácticamente todas las actividades y eventos relacionados al ámbito folklórico del Gran Poder. Es el elemento más identificable de estos eventos por personas que no participan en la festividad. En periódicos y televisión salen noticias relacionadas a su consumo, excesos, accidentes atribuidos a su causa y a los escenarios de violencia que puede desatar. Sobre este consumo he oído tantas veces alarmantes comentarios negativos de personas sobre el consumo en la fiesta. Esto tanto antes de iniciar esta investigación como en el transcurso de la misma. Alguna vez un amigo me aseguró ver cómo en el ingreso de un local estaban ‘regalando’ una caja de cerveza a cada persona que ingresaba; claro escenario que puede generar la idea del derroche irracional. Esta idea que presenta a un consumo vacío de coherencia es lo que muchas personas denominan ‘toman por tomar nomás’, ‘pura borrachera’, ‘gastan su plata en cerveza nomás’, etc. Esto crea escenarios bastante pintorescos e imaginativos que no dejan entrever las especificidades del comportamiento social en relación al alcohol; incluso, me atrevo a decir, pueden contribuir a su mitificación. Cabe resaltar que la figura de ‘regalo’ se relativiza bastante pues en varios casos corresponde más a una obligación que se desprende de alguna interacción previa o que en el mismo acto del beber se entrecruzan y negocian varios significados relacionados a la vida social de las personas.

Este capítulo presenta los resultados de la sistematización de los datos obtenidos en el trabajo de campo etnográfico que tiene que ver específicamente con el consumo de bebidas alcohólicas dentro del espacio-tiempo de la fiesta. Es decir, un análisis de las prácticas relacionadas a la bebida de lxs bailarinxs de la fraternidad en su relacionamiento específico al momento de bailar en los trayectos folklóricos, en los locales de fiesta, en las calles adyacentes a un local o evento relacionado a la fraternidad o directamente en alguna casa particular donde se realiza una velada o recojo de pasantes. Con los datos y análisis presentado, en este segmento se pretende mostrar algunas características y dinámicas específicas sobre el alcohol que nos acerquen al fenómeno. El capítulo se divide en dos partes. La primera parte se refiere al análisis de las prácticas de consumo de los diferentes participantes dentro de la fiesta con la dinámica de obtención, distribución y consumo. Primero se analiza el comportamiento de lxs pasantes denominados como *qamiris* por Quilali (2015) pues este varía en relación a los demás participantes por una diferenciación económica y de prestigio. Adicionalmente, en la dinámica de las bebidas alcohólicas también están los otros participantes de la fraternidad pero que se encuentran en su calidad de ‘trabajadores’, es decir, las bandas y las orquestas en esta parte también. Son tratadas las interacciones sociales realizadas por lxs fraternxs principalmente de la tropa de morenos y sus esposas que son la mayoría de la fraternidad. La segunda parte es un análisis de los significados de la bebida en las interacciones de los individuos participantes de la fraternidad. En este sentido, analizamos el servir y el beber, los significados atribuidos a los *estados* de la borrachera, los episodios de violencia, entre otros casos.

Cabe resaltar la predominancia casi absoluta de la cerveza en la dinámica de las bebidas alcohólicas en las fraternidades de morenada en todos los espacios que contempla

el capítulo. Hay algunas otras bebidas alcohólicas (té con té, whisky, singani, etc.) que se utilizan en las interacciones pero su importancia y cantidad es mínima en comparación a la cerveza.

1. La dinámica de la obtención, distribución y consumo de bebidas alcohólicas

Este apartado se divide en dos partes. La primera se refiere exclusivamente a la dinámica de las bebidas alcohólicas desde el grupo que denominamos como *qamiris* (Quilali 2015) que se refiere a lxs pasantes de la gestión. Este grupo de organizadores de la fiesta se hace cargo a la vez de una dinámica propia en tanto se refiere a las bebidas alcohólicas y que sirve como medio de relacionamiento con los demás participantes en el espacio-tiempo de la fiesta. Hay un distanciamiento claro en base a su posición diferenciada de los demás pasantes que merece un espacio de análisis específico. El segundo apartado de este acápite se ocupa de la dinámica del alcohol en relación a lxs fraternxs que son los que movilizan la mayor cantidad de bebidas alcohólicas.

Lxs pasantes *qamiris*

En los eventos relacionados al Gran Poder no se ve que la comida tenga mucha influencia pues no se prepara para todas las actividades y generalmente su consumo depende de una decisión personal de las personas⁶⁵. En cambio, alrededor de las bebidas alcohólicas hay un bagaje importante de intercambios y significados sociales que permiten la creación de un espacio social. Los pasantes organizan toda una estructura festiva que requiere bastante tiempo de planificación y su participación constante en escenarios relacionados a las bebidas alcohólicas. Para realizar los gastos de la fiesta, cada pareja de pasantes depositan en un banco una cuota que bordea los 40 000 dólares⁶⁶; a partir de esa base económica se destina el dinero para los distintos gastos de la fiesta: contrato de orquestas internacionales y nacionales, contrato con las bandas de música, contrato de servicios gastronómicos, contrato de telas para los trajes de varones, contrato con importadoras de telas para las mantas, etc⁶⁷, y por supuesto para la compra de cerveza que

⁶⁵ Es necesario recalcar que en las únicas actividades en las que se dispuso platos de comida desde la organización de pasantes fue en la diana un plato de fricasé (sopa con diferentes condimentos y con maíz, chuño, chanco básicamente) y en la choriceada una porción de chorizo a la parrilla con aderezos. Aparte de esto no se vende comida dentro de los locales de fiestas; lo máximo que puede conseguirse adentro son algunos dulces o galletas que vende el dueño del local. Afuera de los locales se ponen a vender la mayoría veces anticucho (Corazón de res con papas cocidas y aderezo de una salsa de maní molido picante). Después se puede decir que hay variedad de oferta de comida en los eventos grandes como la entrada folklórica con 'comideras' de distintos platos y precios acomodadas en todo el trayecto. Aparte de estas posibilidades es la suerte del lugar donde es la fiesta que haya algún restaurant cerca. En todo caso se pude mencionar algunos efectos de la comida relacionado al alcohol: La mayoría de las personas prefiere comer antes del inicio de la actividad o una vez fuera del local de fiestas o terminado el evento antes de irse a sus casas. En el trabajo de campo salimos a comer en grupo sólo un par de veces con varias personas del bloque. La comida en un caso la pago una pareja y en el otro cada uno pagó su plato. Muchas personas me confesaron que no es bueno comer mientras uno bebe por que les pude hacer 'daño' y terminar vomitando. Sin embargo, considero que es un espacio de socialización menor en relación a la bebida del que no se pude extraer mucho análisis.

⁶⁶ Este dato salió en conversación con una pasante de la gestión 2015.

⁶⁷ Para ver los gastos de dos fraternidad del Gran Poder en detalle ver Quilali (2015:57-64).

va ser distribuida en los distintos eventos de la fiesta. Si bien un objetivo importante de lxs pasantes es aplicar estrategias para mantener a lxs bailarinxs antiguxs, también tienen que buscar maneras de atraer otrxs bailarinxs y así recuperar el dinero invertido y tal vez incluso obtener alguna ganancia económica. Las bebidas alcohólicas son el consumo indispensable para lograr una buena gestión y la dinámica será detallada a continuación.

Obtención/adquisición

DIAGRAMA N° 3
OBTENCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR LXS PASANTES



Fuente: Elaboración propia en base a datos de campo.

Lxs pasantes obtienen la cerveza en distintos lugares y situaciones. Una primera es a partir de la entrega que realiza la Cervecería Boliviana Nacional de 100 cajas de cerveza que se realiza mediante pedido directo de la fraternidad⁶⁸. Es interesante notar que esta entrega es directa de la Cervecería Boliviana Nacional (CBN) sin ningún tipo de intermediarios como las distribuidoras de cerveza. La CBN es la auspiciadora principal de la Festividad del Gran Poder. Esta empresa intenta establecer un monopolio pues no permite a otra empresa ingresar ni a los locales de fiesta aunque pueden verse otras marcas de cerveza en la entrada folklórica en menor medida. Este tipo de auspicio directo a las fraternidades podría interpretarse como un *don de compromiso* que sella una relación de fidelidad con la empresa. Si bien lxs pasantes son los organizadores de la fiesta y se definen como una figura que permite la socialización de las personas también ellxs coadyuvan a establecer el consumo específico que va a permitir el mencionado espacio.

Luego, hay algunas entradas de cajas de cerveza que vienen con los contratos con las pollerías o la importadora de telas para varones, pero que dependen de un contrato privado firmado entre la junta de pasantes y los ofertantes de estos servicios⁶⁹. Estos contratos establecen básicamente la exclusividad de la compra de telas para traje, mantas o

⁶⁸ El pedido se realiza a través de una carta oficial de la fraternidad dirigida a la CBN.

⁶⁹ Lxs pasantes son bastante cuidadosos de mostrar en qué consisten estos contratos para no generar comentarios negativos por las personas participantes. Se pueden observar otras formas en que apoyan estos ofertantes de servicios como llevar los fuegos artificiales en la recepción social (Ver fotografías en anexos).

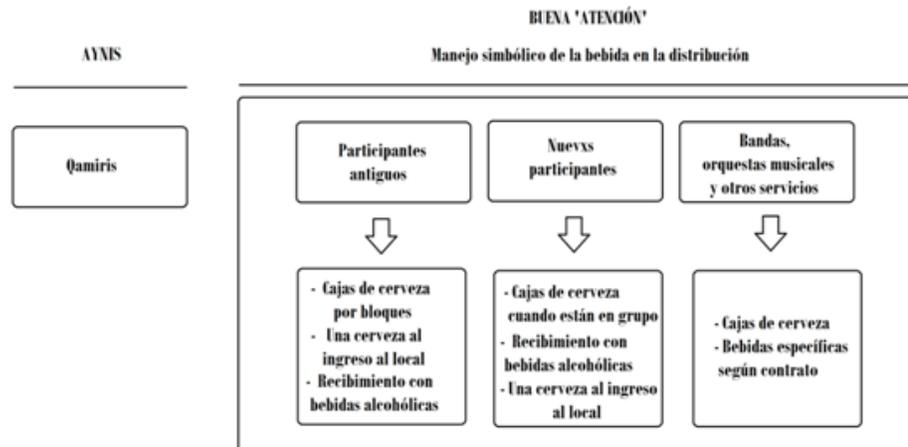
polleras de un determinado lugar. Esto se controla dando fichas a las personas que participan en la tropa de cholos y morenos con las que se puede ir recién a adquirir los insumos⁷⁰. Las importadoras de telas dan a lxs pasantes una cantidad de dinero por cada moreno o chola que compra los insumos. Además de este porcentaje por compra dirigido a la junta de pasantes en bolivianos, se entrega una cantidad de cajas de cerveza también. Es bastante interesante como un contrato económico se mezcla con un consumo como el de cerveza.

Sin embargo, la principal manera en que se obtienen bebidas alcohólicas es a través de la compra con dinero que invierten las parejas de pasantes. Este es un gasto de todas las parejas y se destina tanto para la banda y las orquestas como para la distribución en la fiesta a los bloques y participantes.

Es necesario también aclarar la forma de obtención *por aynis*. Esos son dones que están siendo devueltos (la pareja de pasantes fue a alguna fiesta en el pasado y entregó cajas de cerveza) o son nuevos (alguna pareja o persona individual decidió iniciar un *ayni* e ingresa con un *ayni* en cajas de cerveza); por lo tanto no es un ingreso. Podemos distinguir dos tipos: el que se destina para la junta de pasantes y el que se destina específicamente para una pareja de pasantes. El que se destina para la junta de pasantes generalmente es un don que se devuelve inmediatamente en una forma ritual como veremos en el primer caso en el siguiente apartado de la distribución: un intercambio entre pasantes y ex pasantes. El segundo tipo está enmarcado en un intercambio privado que puede ser una devolución de *ayni* previa o un nuevo don iniciado. Este don generalmente se lo recibe en la diana, al día siguiente de la entrada folklórica.

Distribución

DIAGRAMA N° 4
DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR LXS PASANTES



⁷⁰ El control de esta parte es muy estricto. Sin cancelar una parte inicial de 200 Bs. o más las fichas no se entregan.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de campo.

En primer lugar vamos a mencionar los espacios de distribución de cerveza que se dan entre el grupo de *qamiris* en este caso específico de ex pasantes y pasantes. Ellxs están relacionados más directamente en un círculo de parentesco ritual (Son compadres/comadres) en la fiesta. Con lxs otrxs fraternxs pueden tener vínculos también pero no se demuestran tan simbólicamente como entre ellxs. Si bien ya estaban emparentados previamente, al realizar el acto de traspaso de cargo de pasantes salen emparentados mediante el intercambio de dones de los cuales, los más visibles, son cajas de cerveza. El grado de parentesco entre ex pasantes y pasantes se mantiene con relaciones de reciprocidad que se da de manera ritual entre ellos. Tal el caso que se observó en la última velada previa al domingo de la Recepción social en el domicilio de uno de los ex pasantes.

Los pasantes de la gestión 2015, antes de salir a la calle con la imagen del Jesús de Gran Poder, trajeron diez cajas de cerveza que apilaron en la puerta del cuarto donde se realizaba la velada, a lo que denominaron *el cariño de los pasantes*. Los hombres se acomodaron a la derecha, empezando una media luna atrás de las cajas de cerveza viendo de frente desde la puerta y las mujeres a la izquierda. Esperaron allí unos minutos hasta que los pasantes de la gestión 2014 se acercaron y se situaron de frente a los otros pasantes. Los pasantes varones de la gestión 2015 empezaron una fila de saludos a los otros pasantes junto con mixtura que se echaban a los otros. Al terminar los saludos, un joven de chaleco azul y polera negra llegó con una bandeja de vasos de cerveza y les dio un vaso a todxs. Alzaron los vasos y dijeron frases cortas como “nos serviremos compadritos”, “salud compadres, comadres”, procediendo después a echar un poco de cerveza en el piso o en las cajas de cerveza para recién tomar el contenido. Terminado esto, de nuevo los pasantes del año 2014, igual empezando con los varones, pasaron a saludar a los nuevos pasantes agradeciendo por la cerveza.

Esto se repitió después de unos minutos sólo que ahora llevaron la cerveza los de la gestión 2014 siendo ellos los que dieron su cariño a través de la cerveza. Acabado el acto ritual, los pasantes de la gestión 2015 repartieron una botella de cerveza a cada uno de los asistentes. Dieron a la banda dos cajas de cerveza también (Extraído del cuaderno de campo, 23 de enero de 2015).

Este es un hecho ritual que completa la relación entre los ex pasantes y pasantes en relación al cambio de gestión. Después de esta actividad, lxs ex pasantes no tuvieron participación protagónica en referencia a las actividades de la fraternidad. Este *ayni* representa una relación de compadrazgo entre ellos. La cerveza se usa entonces en dos sentidos: para demostrar la capacidad económica de ex pasantes y pasantes hacia los demás asistentes y como un medio de reciprocidad en la relación de compadres/comadres entre ex pasantes y pasantes. La cerveza recibida por los pasantes se redistribuyó en la misma actividad entre asistentes y músicos de la banda.

Por otro lado, las bebidas alcohólicas son importantes en el momento de ‘hacerse conocer’ con lxs fraternxs y expresar el ‘cariño’ de las parejas de pasantes. Es claro que lo que se expresa como cariño o expresión desinteresada de los pasantes representa en realidad una obligación que tienen los pasantes por la cuota que pagan los fraternos, es decir, no es un regalo/don puro; sin embargo, en todo momento se trata como si lo fuera. Esto lo saben lxs pasantes y lo saben lxs fraternos.

Es común escuchar en las fiestas anécdotas sobre una fiesta pasada. Más bien se podría hablar de una *construcción del pasado* en cada nuevo escenario festivo a través de los

relatos de cada persona⁷¹. Acá se resalta el término *atención* que refiere el trato que dan lxs pasantes a los fraternxs. Cuando se expresa una *buena atención* lxs fraternxs se refieren a que lxs pasantes dotaron de buena comida, música, ambiente y por supuesto bebidas alcohólicas. La *atención* genera buenos o malos comentarios sobre una determinada fiesta y, en ese sentido, da o quita prestigio a lxs pasantes; además puede llegar a ser la razón porque los participantes se quedan o no en la fraternidad. Las bebidas alcohólicas son un medio por el cual se demuestra el *cariño* a lxs nuevxs bailarinxs para que bailen en la presente gestión, se busca recompensar la asistencia de parientes e invitados que los *acompañan* en la gestión y por supuesto acrecentar el capital simbólico que poseen. Además también generan interacciones con los músicos de la banda y la orquesta.

La cerveza que se distribuye entre los asistentes se puede distinguir en dos planos: brindar una buena atención a lxs participantes antiguxs y asegurar la permanencia de las nuevas personas invitadas o interesadas en participar. En el primer caso las parejas de pasantes suelen dar cajas de cerveza por bloques en la mayoría de las actividades. Hay que resaltar que cuando una pareja de pasantes da mejor atención en bebidas alcohólicas a sus bloques de referencia, es un orgullo colectivo del bloque y sirve como respaldo para el pasante. A cambio la pareja de pasantes se encarga que la cerveza no les falte. No participé en la gestión 2016 y fue muy interesante el relato que me hacían algunas personas de mi bloque cuando me contaban sobre la gestión en que no estuve presente:

... mala atención año pasado, nada que ver [...] el anterior año cuando hemos bailado ¿nove? estaba el Raúl [Pasante 2015 miembro del bloque Inquietos] pues estaba mejor, ahora este año [2017] bien está linda atención, los pasantes buena gente nos tratan bien, nos da cervecita han salido de nuestro bloque pues (entrevista personal, Boris Tapia, enero 2017).

En todo caso, los pasantes si bien pueden tener preferencia con su bloque de origen buscan ‘atender’ a todxs lxs participantes para que se queden a bailar en la fraternidad. Al ingresar al local después de los ensayos en la calle entregan a una botella por persona y se intenta dar otras bebidas como *té con té* o *coctel* como se observó en las prácticas de pasos. En estas actividades están todxs los pasantes cerca de la puerta atentos a los que llegan. Así cuando alguien llega se acercan y saludan. La manera más común de dirigirse a los demás es con el título de “comadre” y “compadre”. Los garzones están atentos también y se acercan llevando una bandeja en la mano con vasos de plástico llenos de lo que llaman *té con té* o *ponche*⁷². En la mayoría de los casos dicen frases como “sírvanse compadres para el frío”, “sírvanse”, “salud”, etc. Se observó que muchos dejan sus vasos con té con té muy rápido sin tomarlos argumentando principalmente que eso los emborracharía muy rápido y prefieren tomar cerveza.

En relación al segundo caso, las parejas de pasantes dan mucha importancia al recibimiento de lxs nuevxs fraternxs. Esto se da principalmente en las primeras actividades llevadas a cabo durante el año después de la recepción social, como en las prácticas de pasos y ensayos o bajadas, aunque se puede dar en cualquier actividad relacionada al Gran

⁷¹ Ver segunda parte de este mismo capítulo.

⁷² En conversación con uno de los garzones Don Macario, parte del Sindicato de Servicio Gastronómicos Garita, me indicó que hacen el ponche o té con té haciendo hervir canela, clavo de olor, *k’isa* (manzanas secas), anís, chancaca (jugo de caña de azúcar seco), sultana (cáscara de café) mezclada con alcohol caimán de 96%.

Poder. Allí llegan posibles integrantes de la fraternidad invitados por algún(a) familiar o conocido que baila en la fraternidad o por interés propio. Se presentan los nuevos fraternxs con los pasantes que generalmente les invitan con algunas palabras y les dan prioridad a la hora de invitar cerveza. Por ejemplo, si llegan en grupos de más de dos personas se ha podido observar que se les entrega una caja de cerveza. Después del ensayo es generalmente cuando los pasantes se dirigen a los distintos grupos para saludar a las personas y a invitarlos cordialmente a bailar. Allí reciben vasos de cerveza de lxs fraternxs. Pero también se dirigen a invitar con cervezas. Tal el caso de un grupo de jóvenes que estaban cerca mío en el segundo ensayo a los cuales les invitaron una caja (12 botellas) al enterarse que estaban pensando en bailar. “Están invitados” les dijeron Doña Palmira y Don Raúl, pareja de pasantes de la fraternidad. Cuando el interesado o interesada es sólo uno generalmente también se le invita grandes cantidades de cerveza al momento de servir de la botella. La cerveza en este caso sirve como medio para comprometerlos al baile.

En este mismo sentido, las bebidas alcohólicas en forma de cajas de cerveza se utilizan como forma de agradecimiento hacia invitados directos de alguna pareja de pasantes. Tal el caso en que una pasante llevó una caja de cerveza a su cuñado.

Él es pues mi cuñado [Don Manuel – hermano de su pareja] y es buena gente, viene siempre cuando le invitamos a nuestros acontecimientos, en El Alto es su casa en esta zona de las pescaderas entrando, final Los Andes camino Río Seco. Lejos es también pues, cervecita le daremos he dicho sino puede decir que mal le hemos atendido, por eso ese día ¿nove? le hemos dado una caja con mi marido (entrevista personal, Doña Palmira pasante Fraternidad Intocables, mayo 2015).

Esa necesidad de atender a los invitados cercanos principalmente de la parentela más cercana con cerveza, es decir por intermedio de una bebida alcohólica, es el caso que describe Enrique Mayer en una comunidad quechua en Perú:

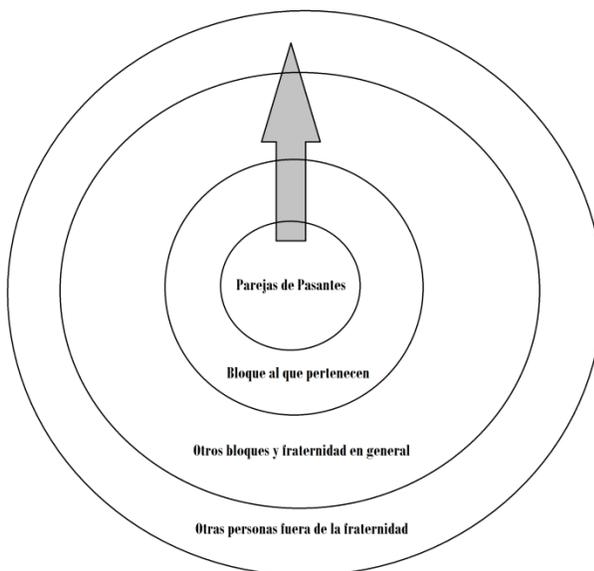
Para el día de la llanta takay, que generalmente es un domingo, el funcionario recluta a parientes y amigos que lo ayudan a cortar leña, mediante las formas recíprocas de manay y voluntad. Va de casa en casa y, para formalizar el compromiso, les hace tomar una copa de aguardiente. A este proceso de reclutamiento los tangerinos llaman ‘dar vuelta con la botella’. Los parientes tienen la obligación de ayudar, pero esperan hasta que se les venga a pedir ‘con la botella’ (Alberti y Mayer, 1974: 50).

En ambos casos se puede observar un *manejo simbólico de la cerveza en la distribución*. Es interesante prestar atención a la importancia ritual que se da a la cerveza, es decir, que existe una necesidad de demostrar lo que se da por tal motivo siempre que se distribuye/entrega algún consumo son lxs pasantes que acompañan a quien sirve el consumo o ellxs mismos lo sirven. Pese a que existe, por ejemplo, el servicio gastronómico⁷³, que podría dar directamente el servicio, son los pasantes que se hacen

⁷³ Las personas del servicio gastronómico son las que más se relacionan con las bebidas alcohólicas. Ellxs preparan los cocteles además que administran la cerveza que los pasantes compran. Ellxs abren las botellas de cerveza además de recoger las botellas. Su trabajo empieza en la mañana al ordenar el local esperando a lxs fraternxs hasta que todas las botellas vacías están ordenadas en cajas de cerveza y están contabilizadas para saber la cantidad de rotas. Ellxs no comparten bebidas alcohólicas en la fiesta o lo hacen a ocultas. Pese que en su contrato no se especifica, es bastante mal visto por los pasantes que les incitan a trabajar a todo rato y no perder el tiempo bebiendo. Sin embargo, la gente es la que muchas veces les invita cerveza para caerles bien. Al tener los garzones cerveza que es comprada por los pasantes o manejar algún otro tipo de cerveza, los invitados suelen tratar de comprar bebidas de los garzones a menor precio. Esta situación es

presentes para distribuir/entregar lo que hace mucho más personal la relación y representa un ritual de entrega enmarcado en una relación de reciprocidad. En tal sentido, se observó los siguientes casos que varía de acuerdo a la cantidad de lo entregado. En caso de entregarse una cerveza por fraternx, generalmente son los del personal gastronómico que lo hacen acompañadxs por lxs pasantes quienes pueden decir algunas palabras o frases cortas como “sírvanse” ó “gracias por venir” pasando muy rápidamente a otro grupo. O cuando se llega después de un ensayo al local en la puerta principal los del personal gastronómico entregan a cada fraternx una cerveza y los pasantes no tienen mucha participación. En caso de entregarse una caja o más a un bloque los pasantes, con ayuda de los garzones, o sin ella, se dirigen donde el grupo y ponen la caja al centro de la mesa (si contaban con una) o al centro del grupo para decir a continuación unas palabras como “sírvanse” o “sírvanse compadritos”. Los de la mesa agradecen con algunos aplausos o alguna persona se acerca y le agradece recibiendo/aceptando el don. Dependiendo del grupo algunos encontraban a lxs pasantes y les invitaban un vaso de cerveza.

**DIAGRAMA N° 5
CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR LXS PASANTES**



Fuente: Elaboración propia en base a datos de campo.

El consumo de cerveza por parte de los músicos de las bandas se observó en todas las actividades del Gran Poder en que participan. Éste es costeadado principalmente por los pasantes, es decir, aparte del costo total del pago de la banda que va a cubrir los honorarios de cada músico, se entregan también cajas de cerveza. Generalmente la Fraternidad Intocables trabaja con las bandas Operación Intocables y Señorial Intocables⁷⁴. Las cajas de

mal vista por las personas pero implica un camino de ida y vuelta. La personas quieren comprar cerveza a menor precio y lxs del personal gastronómico tener un ingreso extra.

⁷⁴ En la gestión 2017 se pudo observar que se contrató a la banda el embrujo de mi tierra “Poopó de Oruro” Fundadores Sr. Omar Calizaya y Sr. Abel Gonzales.

cerveza se entregan principalmente al director de la banda al terminar un ensayo en el local o en un descanso que se da en el recorrido por las calles y al finalizar la actividad. Se pudo observar que se entregan las cajas de dos en dos principalmente. Después de recibir las cajas de cerveza generalmente la banda toca una diana⁷⁵. Es el director quien se encarga de la distribución interna de la bebida.

Sin embargo, aparte de estas entregas institucionalizadas incluso al nivel de lxs bailarinxs⁷⁶ se recurre varias veces al cariño de lxs pasantes si los músicos quieren beber más. Hay que recalcar también que los músicos invierten sus ganancias en compra de cerveza. Sin embargo, podemos ver lo siguiente: Cuando pasan caminando lxs pasantes cerca de la banda, los⁷⁷ músicos apelan a su ‘cariño’ que es implícitamente la entrega de alguna cantidad de cerveza. En varios casos su pedido resulta satisfecho. Al entregarse las cervezas de nuevo se recurre a aplausos o a la tradicional diana. Este medio de consagración de lxs pasantes con los músicos suele continuar en otras actividades donde se reconoce a los ex pasantes y se precede a pedirles cerveza de nuevo a cambio de tocar unas piecitas musicales especiales o exaltando su prestigio⁷⁸. Un testimonio de un músico lo ejemplifica la situación:

Por ejemplo si yo gano 250, le entrego 200 a mi señora (esposa o cónyuge) y lo demás hago circular (me muestra las cervezas), así nos compramos nuestras cervecitas pero ya los pasantes saben... ellos nos dan nomás o a veces ya les pedimos y nos dan... (entrevista personal, Renato-músico de percusión, Mayo de 2015).

Las ‘orquestas’ de música, en otro caso, sean nacionales e internacionales suelen presentar una lista de requerimientos que les dan a los pasantes que suelen incluir no sólo cerveza, sino también whiskys y otros tragos destilados de precios relativamente altos. En caso que no se especifiquen estos insumos en el contrato los directores solicitan las bebidas a lxs pasantes. Estas bebidas suelen ser otorgadas fácilmente dependiendo del prestigio de los grupos musicales. Sin embargo, estas orquestas en su mayoría no tienen mucha interacción con las personas de la fiesta. En las fiestas de los Intocables el grupo Hiru Hichu es el más conocido. El vocalista principal se refiere a los pasantes como ‘compadres y comadres’ y varias veces he visto interacción con los miembros de la fiesta. Considero que este es un caso aislado.

El mercado de la cerveza

Los “marcadores” de un bien de consumo se negocian socialmente con un grupo de invitados en los llamados rituales. A la vez hay personas cuyas marcas son más importantes

⁷⁵ Pequeña pieza musical de unos 30 segundos de duración que se toca en momentos especiales.

⁷⁶ He escuchado quejas de algunos fraternos a la hora de los descansos que reclamaban por qué no se les daba cerveza a la banda de músicos atribuyendo que ellos se cansan al ‘soplar’.

⁷⁷ Las bandas están compuesta casi exclusivamente por varones. Una o dos mujeres se suele ver en los platillos o el saxofón pero no en todas las actividades.

⁷⁸ La dinámica de consumo de bebidas alcohólicas por parte de los músicos de las fiestas requiere un detenimiento especial. Su dinámica laboral está estrechamente relacionada al consumo de alcohol aprobado socialmente. Tienen un calendario anual regido por fiestas y estrategias específicas. Me comentaba un ex pasante de la morenada de bordadores que las bandas bajan mucho sus precios para Gran Poder porque esta fecha les sirve para mostrarse y ganar contratos para todo el resto del año. En estas actividades los contratos muchas veces son sellados con entregas de cerveza por los contratistas.

que otras. En el caso de la fraternidad Intocables, considero que hay personas que legitiman el consumo de bebidas alcohólicas. Lxs fundadorxs son personas con alto capital simbólico (sumatoria de capital económico y social) en base a una construida trayectoria folklórica. Ellxs son figuras importantes dentro de la fraternidad que legitiman el conjunto de consumo que componen el espacio folklórico con su presencia; sin embargo, no he notado una importancia marcada en el consumo específico de las bebidas alcohólicas. Un caso similar son otras figuras públicas que con su mera presencia dan legitimidad al espacio folklórico-festivo. Tal el caso del ex asambleísta Alejandro Zapata, identificado como el General de las Fuerza Folklóricas de Bolivia, que en la presentación de la invitación del año 2015 entregó certificados a los pasantes y llegó en una comitiva con un actual asambleísta y sus allegados (dos mujeres y un varón). El dio un discurso al entregar las certificaciones y se quedó a compartir bebidas alcohólicas, principalmente con los pasantes y fundadores, es decir, el grupo de *qamiris*. Ambas figuras: lxs fundadores y el ex asambleísta tuvieron protagonismo en el acto central en el que el consumo de bebidas se hace a un ritmo lento.

Me parece digno de resaltar el caso de las agrupaciones musicales en tanto marcan, legitiman y dan prestigio a las bebidas alcohólicas. Aquí también se puede observar una jerarquía. Las agrupaciones nacionales tienen menor importancia porque tocan en la mayoría de las actividades, mientras que las internacionales son la primicia para eventos principales como la recepción social. En general, las agrupaciones musicales nacionales presentan comentarios sobre la cerveza y su consumo como “¿Dónde está su cerveza?” “Salud, salud con la rubia que nunca engaña” o incluso tienen letras con relación al consumo de bebidas.

Los grupos internacionales, como Boney M. que llegó para la recepción social de este año (2017), también legitiman y marcan el consumo, porque su actuación coincide con un segundo momento de la fiesta donde el ritmo de consumo es rápido y la algarabía es mayor. Cuando el grupo hacía su presentación, soltaba frases en inglés a las que el público respondía con gritos y porras. En cierto momento de la presentación uno de los cantantes recibió una lata de cerveza paceña que alzó y causo de nuevo gritos y euforia en el público. Este tipo de acciones evidencian el lugar central de la bebida y de esa forma le otorgan prestigio.

La participación en una fraternidad de morenada aumenta el capital social de los fraternos, este es un hecho ya demostrado por investigaciones previas como la de Guaygua (2001) y Quilali (2015). Al mismo tiempo, el relacionamiento con lxs prestes o pasantes es una búsqueda continua de lxs fraternxs. Este puede variar de acuerdo a la actividad o acontecimiento. Generalmente los pasantes andan muy ocupados en el primer momento de la fiesta que es un acto o actividad principal que requiere toda su atención. Básicamente evitan ponerse en contacto con las bebidas alcohólicas y se excusan constantemente caminando rápido o expresando que van a volver aunque en realidad no lo hacen. En este primer momento, el relacionamiento se limita a la entrega de cerveza o a cortas conversaciones con lxs fraternxs. Dependiendo de la situación como en los recorridos folklóricos por las calles, lugar en que los pasantes bailan en una posición privilegiada

delante de la comparsa, suelen consumir botellas de cerveza Heineken de menor contenido alcohólico que la cerveza Paceña. La interacción entre ellxs y las bebidas no es intensa. Si bien hay algunxs intercambios de “salud” que implican tomar un sorbo de la lata o del vaso no es continuo.

Sin embargo, en la segunda parte donde ha pasado el acto principal o actividad de baile el consumo está concentrado en los grupos organizados por bloques. Así cada pasante se dirige al bloque al que pertenece a *compartir* con su bloque. En este momento es cuando lxs fraternxs establecen relaciones sociales con lxs pasantes, y los *qamiris*, de la misma manera interactúan con su grupo de referencia. Las interacciones pueden ser duraderas o cortas dependiendo de las circunstancias y tipo de intercambios que se den entre ellxs.

El consumo entre lxs fraternxs

Si bien es bastante importante el consumo que se origina en la parte organizativa como son lxs pasantes, la circulación más intensa de cerveza se realiza entre los participantes-bailarinxs de la fraternidad. En este sentido, vamos a iniciar con el detalle de la obtención de las bebidas alcohólicas por lxs fraternos, seguido por las cadenas de distribución de las bebidas y finalmente quien consume la bebida.

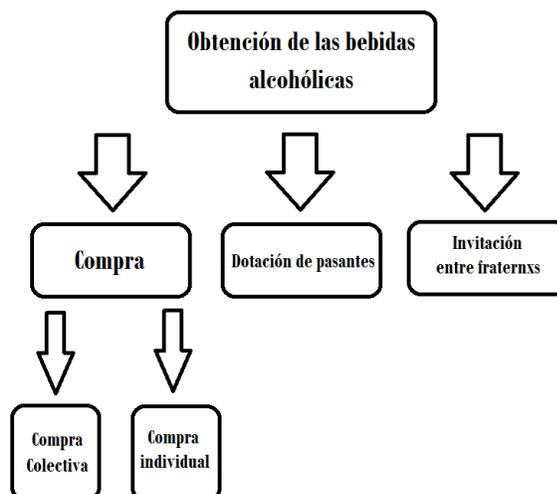
Obtención/Adquisición de las bebidas alcohólicas

Las bebidas alcohólicas se obtienen por tres vías: la compra, la dotación por lxs pasantes de la fiesta y la invitación entre fraternxs. La compra a la vez puede ser por medio de dos vías: la compra individual y la compra en grupo. Es interesante además resaltar que en las entrevistas, al referirnos a los costes del baile, la cuota del baile, la compra de la ropa, joyas, etc., lxs fraternxs también reservan un monto económico para el gasto en cerveza.

Unos 7000 bolivianos debe ser Daniel que se gasta siempre entre los gastos, 2 paradas de la mujer ponte unos 4500, el hombre nomás con el traje unos 2500 [...] ahora vas ¿nove? No puedes ir con la boca seca, *invitas y te invitan también pues*, 170 la caja, es plata pues ¿y acaso es una nomás? A veces aprieta... (entrevista personal, Boris Tapia- Bloque Inquietos Octubre de 2016, cursivas mías).

Este gasto no fácil de planificar pues depende mucho de cada fiesta y las interacciones que se den allí. La importancia del comportamiento de lxs otrxs participantes en relación a la cerveza se resalta claramente pues eso determina la menor o mayor adquisición de bebida.

DIAGRAMA N° 6
OBTENCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR LXS FRATERNXS



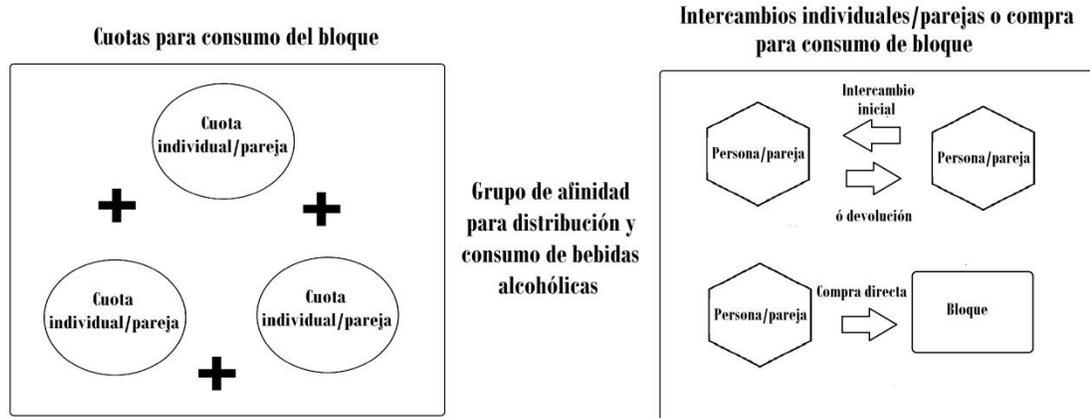
Fuente: Elaboración propia en base a datos de campo.

La compra individual hace referencia tanto a la compra de una persona o una pareja, generalmente de casados, que comparten un mismo gasto en la fiesta⁷⁹. Esta compra, sin embargo, no es para el consumo propio sino que es destinada de dos formas: un intercambio inicial o una devolución de un don previo ó la invitación al bloque. Es importante resaltar la participación de los miembros más antiguos o fundadores del bloque en la invitación de bebidas entre fraternos. Generalmente por su antigüedad y para mantener su posición y consagrarse con el bloque invitan cerveza a todo el grupo. Es decir, es una compra individual destinada al bloque. En todos los eventos en el bloque Inquietos, pude observar pasado el acto principal u actividad, compraba una caja el miembro más antiguo del bloque: Don Javier. Así también, otra fraterna antigua del bloque Doña Pasesa también compró una caja en algunos de los ensayos.

La compra colectiva es la situación en que se junta el dinero de una cantidad de fraternxs para realizar la compra de las bebidas alcohólicas. Se piden 10, 20 o 50 bolivianos y luego una persona se dirige a comprar las cervezas. Estas se compran para el consumo del bloque. En la mayoría de los casos observados en el trabajo de campo esta situación surgía a partir de los miembros antiguos del bloque.

⁷⁹ Esta referencia fue obtenida mediante las entrevistas donde sólo las personas solas administran su propio dinero. En cambio en los matrimonios que bailan juntos es generalmente la mujer la que guarda el dinero. Sin embargo, son los hombres los que en la mayoría de las veces realizan la compra y la entrega de las cervezas.

DIAGRAMA N° 7
DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR LXS FRATERNXS



Fuente: Elaboración propia en base a datos de campo.

Ambas formas, tanto la compra colectiva como la compra individual, se destinan al consumo del bloque. Es por esta razón que incluso en la organización del espacio los bloques se agrupan específicamente en un lugar para allí cerrarse concéntricamente. En este primer escenario de organización en un local cerrado, no sólo sirve como una forma de distinción de la identidad de afiliación de los fraternxs sino que se convierte en un *grupo de afinidad para distribución y posterior consumo de bebidas alcohólicas*. Si bien es cierto que la mayoría tiene relaciones sociales estrechas con varios componentes de la fraternidad que están dispersos en los distintos bloques y por tanto al encontrarse comparten algunos vasos de cerveza y conversaciones el grupo de referencia principal es el bloque al que pertenecen. Es por esta razón que los bloques coordinan su llegada: se citan en un lugar y hora especificados previamente. Además, en el tramo de un recorrido folklórico se agrupan en las filas de baile cuidando estar cerca. Esto permite la circulación de latas de cerveza y los intercambios de cerveza entre personas del mismo grupo de referencia.

El establecimiento de un grupo de afinidad se da en los bloques a los que se suman lxs nuevxs fraternxs que llegan cada año. Este será el punto de inicio para una explicación detallada. La base organizativa de la fraternidad son los bloques y cada bloque está compuesto en su mayoría por hombres y mujeres y básicamente hay dos tipos: Bloques de la tropa de morenos y cholos y los bloques especiales. Estos grupos se arman en torno una afinidad personal. Generalmente resultan de relaciones sociales previas: consanguíneas, afines, rituales o laborales pero básicamente cada persona elige el bloque al que va a pertenecer. Se puede constatar que hay dos formas en que se llega a la fraternidad y que determinan también cómo se van a consumir las bebidas alcohólicas. Estos serían: la invitación y la 'intención de participar'. En la primera forma, uno llega destinado directamente al bloque al que pertenece la persona que hizo la invitación aunque en el transcurso de la participación puede cambiar de bloque o en todo caso fundar uno nuevo. En el segundo caso, las personas se acercan a los pasantes y son invitados a su bloque de

referencia. Tal es mi caso como investigador, que al dirigirme a una pasante me invitó directamente a su bloque y es al que actualmente pertenezco. He observado algo parecido en la primera actividad de la gestión cuando una pareja que se identificaba como ‘admiradores de los Intocables’ llegó a través de un pasante igualmente del bloque Inquietos.

Esta situación direcciona el consumo de bebidas alcohólicas en la fiesta pues hay una relación de las personas que invitan y que fueron invitadas que tienden a tener intercambios de cerveza más intensos que a continuación son consumidos dentro del bloque. En tal caso las personas que llegan a la fraternidad como invitados son las personas que tienen intercambios mayores/dones mayores al momento de beber las bebidas alcohólicas. A diferencia de estos, las personas que llegan sin invitación directa son los que tienden a tener intercambios más directos con los pasantes o miembros antiguos de los bloques, pues éstos les entregan cerveza para que permanezcan en el bloque o la fraternidad. Ambos casos tienen la misma estructura de intercambio o *ayni*:

Eran 12 personas, 7 varones y 5 mujeres. Uno de los señores Don Pedro se dirigió a la señora que vendía y *trajo seis botellas de cerveza que hizo agarrar a Don Marcelino con las palabras “compadre” y se dieron la mano.* Don Marcelino pasó dos cervezas a las señoras que estaban cerradas en otro círculo empezó a servir una botella pero luego dejó a su sobrino Don Carlos para que termine de servir. *Acabadas las cervezas él [Don Marcelino] pidió 6 cervezas y de la misma manera las entregó a Don Pedro con las palabras “servíte compadre”.* Don Pedro estaba sirviendo las cervezas hasta que una señora se quejó de que ya no había cerveza. Riendo Don Pedro les pasó dos cervezas de nuevo (Extraído del diario de campo 25 de enero de 2015, cursivas mías).

El intercambio de cerveza o *ayni* es cuando una persona o pareja decide invitar cerveza a otra persona o pareja. El *ayni* es un don que se entrega y que se tiene la obligación de devolver. El tiempo de devolución no es específico pero puede ser casi inmediato. En el caso arriba descrito, la cerveza fue devuelta inmediatamente a la finalización de su consumo. En la mayoría de los casos observados en el trabajo de campo, la devolución se hizo al finalizar el consumo de las bebidas entregadas. Este tipo de *ayni* es característico en el espacio-tiempo de la fiesta y se enmarca en múltiplos del dos, es decir, se entregan como don dos, cuatro, seis, etc., botellas de cerveza. En caso de entregarse una caja esta contiene doce botellas que mantienen la idea del múltiplo de dos. En el trabajo de campo no se observó que los fraternxs de la tropa de cholos y morenos entregaran más de una caja como don a otrx fraternx o pareja. La entrega de más cajas sólo se observó en la diana en los *aynis* que se entregan a las parejas de pasantes.

Otro hecho relacionado al consumo de bebidas alcohólicas en el espacio de consumo de la fiesta es la división entre varones y mujeres que podemos rescatar también de la narración del diario de campo previa. En varias actividades de Los Intocables en los bloques de la tropa he observado esta división que más o menos implica lo siguiente: cuando llega una pareja (hombre-mujer) se saluda a todos los presentes; el saludo varía entre un apretón de manos o apretón y beso dependiendo de la persona. Luego los varones se dirigen hacia los varones y las mujeres hacia las mujeres. El círculo de conversaciones y consumo se cierra hacia mujeres u hombres respectivamente. A la hora del consumo inicial esta división es marcada pues las mujeres administran sus propias botellas y los hombres también. Sin embargo, después del acto oficial principal o cuando las señales de la borrachera se generalizan este esquema se rompe porque las personas se dirigen a distintos

lugares, ya sea sirviendo las cervezas o participando en el baile. Este punto será analizado en detalle en la siguiente parte del capítulo.

Cerveza en latita

El consumo de latas de cerveza merece una descripción especial. Este es el tipo de consumo característico de los recorridos folklóricos porque se puede consumir mientras se va bailando. Hay gran cantidad de *cheleras*⁸⁰ que siguen principalmente a lxs bailarinxs de las fraternidades de morenada ofreciendo latas de cerveza Paceña⁸¹ de 355 ml, al precio de 10 bolivianos⁸². Las *cheleras* llevan la caja de latas en su delante o dentro de una mochila colgada delante a la altura del pecho, se mueven a lo largo de la fraternidad ofreciendo cerveza a cada fraternx, metiéndose entre líneas y acercando la lata muy cerca a la cara de las personas. En una actividad⁸³ conté 74 veces que me ofrecieron cerveza en un recorrido de 10 cuadras.

La obtención de estas cervezas no se da por cuotas en grupo sino que una persona las compra individualmente. Luego hay otra dinámica en la distribución principalmente en dos casos: en la mayoría de los casos registrados la persona compra más de una lata que pasa o hace distribuir a la vendedora en la línea que está bailando (4 a 6 personas) o incluso a más de una línea; es decir, que ofrece un don de cerveza con su grupo de afinidad con el que baila cercano en el recorrido. Sin embargo, se puede observar también que se invita latas a personas que no se conoce por evitar el consumo solitario. Estos dones de latas de cerveza entre desconocidxs suelen ser devueltos apenas terminadas las latas y generan pláticas amistosas y presentaciones.

La dinámica del consumo también es colectiva porque se pasan latas entre el grupo de afinidad constantemente bebiendo la cerveza a sorbos. También se comparte el contenido de las latas con bailarinxs desconocidxs. La dinámica de invitar un sorbo de la lata consiste en recibir la lata, decir “salud” o simplemente alzar a la altura de la cara la lata y beber un sorbo; finalmente devolver la lata a quién la invitó. Al realizarse el recorrido folklórico es donde se bebe a un ritmo más rápido por la exigencia física del baile que cansa y da sed a la mayoría.

Tanto desde el sitio de organización como las parejas de pasantes o en los espacios de afinidad de distribución y consumo que son los bloques, el alcohol intermedia la *socialización* entre los miembros de la fraternidad. Podríamos decir que el sentido de su consumo implica un afán de entrar en contacto con otras personas. La dinámica de la obtención es principalmente mediante la compra, es decir, una transacción económica directa de un proveedor externo. Si bien se puede obtener bebidas como *aynis*, esta inicia ya el camino de la distribución. La dinámica de la distribución es muy importante porque

⁸⁰ Propongo el genérico femenino *cheleras* porque la gran mayoría de vendedoras son mujeres.

⁸¹ No se observó la venta de latas de otras marcas como Cordillera, aunque sí de Bock que también vende la CBN en las actividades relacionadas al Gran Poder.

⁸² La misma lata en las tiendas de barrio en el mes de junio de 2017 costaba 8 bolivianos.

⁸³ La primer práctica de pasos/velada del 2015 donde se hace un corto recorrido folklórico por algunas calles alrededor del local.

más que sólo dar una bebida se la entrega direccionada a una persona/pareja o grupo específicamente. En la dinámica de los qamiris es menos explícita porque *la atención* a una fraternidad se la hace en general a todos por igual; aunque pudimos observar que también el bloque de referencia de los pasantes y sus invitados estarán *mejor atendidos*. El resultado de las esferas de la obtención y la distribución desembocan en que el consumo de bebidas tiene una característica *colectiva*. Nos referimos con esto a que la ingestión de las bebidas va ser entre un mínimo de dos personas. Principalmente, el grupo de referencia como son los bloques o en general el consumo con otros fraternos. Entre los efectos positivos del alcohol se puede resaltar la mediación como lubricante social que tiene dando la posibilidad de abrir el espacio al diálogo con otras personas.

3.2 Las interacciones en el consumo de la bebida

En este acápite voy a referirme al consumo de cerveza principalmente y en caso de tocar un tema relacionado a otra bebida lo especificaré en el momento de su explicación.

Como se mencionó previamente, muchas veces se critica a los prestes por la forma indiscriminada de beber o *tomar por tomar*. Sin embargo, hay cambios en el ritmo de la ingestión de alcohol que se marcan claramente en la fiesta. Este punto ya ha sido tratado por Harvey:

Las ocasiones en que se toma se dividen en dos etapas básicas. No existe un momento preciso en que se pasa de una a la otra pero hay un cambio cualitativo en el propósito de tomar y en el ritmo del consumo. Al inicio la gente toma para “animarse” [...] La idea de tomar para “animarse” implica un refuerzo interior que le ayuda a uno a realizar algo fuera de lo normal [...] Una vez que el aspecto técnico de la tarea específica ha sido satisfecho, como el llevar a cabo un ritual, el techado de una casa o el comer un plato de fiesta, el ritmo en que se ingiere la bebida cambia y la gente empieza a tomar para emborracharse celebrando el cumplimiento de la obligación social [...] se espera que la gente tome hasta perder la conciencia o ser llevados a casa por un hijo o esposa preocupados. Es también en esta última fase que la gente establece el contacto más íntimo con la fuerzas del paisaje animado y los difuntos” (Harvey, 1993: 120-121).

En las actividades de *los Intocables* observamos algo parecido. Al inicio de cada actividad (acto oficial de la presentación de la invitación, velada siguiendo a la imagen del Jesús del Gran Poder, misa previa a la recepción social, recorridos folklóricos, etc.) el ritmo de consumo de bebidas alcohólicas es lento y en general el ambiente es apagado. El *animarse* mencionado por Harvey puede estar relacionado con *el tomar fuerza* expresado por las personas de la fraternidad: “para bailar con alegría hay que echarle siempre unos cuantos, así decimos, tomaremos fuerza con dos cervecitas” (Entrevista personal Don Javier, noviembre 2016). En esta primera etapa los intercambios de cerveza son menores o medios, es decir, se invitan vasos de cerveza o botellas (dos, cuatro, seis) y es poco probable que se entreguen cajas de cerveza. Ya en una segunda etapa, cuando el ritmo del consumo de las bebidas es más rápido, se realizan intercambios mayores en cajas de cerveza. En esta primera etapa hay un tipo de conversación característico: *la anterior fiesta*. Mientras las personas van llegando y se agrupan en bloques se puede dialogar de distintos temas, pero en todas las actividades en que se realizó observación participante se pudo escuchar conversaciones sobre los eventos anteriores. De cómo fue la atención, quiénes participaron, cómo se *recogieron*⁸⁴, qué peleas hubo, cómo estuvieron los grupos

⁸⁴ Término utilizado para referirse a como una persona se fue para su casa.

musicales, cuánta cerveza hubo, quién se emborrachó primero, etc. Es remarcable que se *reconstruye esa actividad pasada* de forma colectiva porque la mayoría de los presentes, por efecto de la borrachera, no recuerdan todo lo que pasó.

A medida que las bebidas se van consumiendo el ambiente cambia, el ritmo de bebida se vuelve más rápido y la actividad principal termina. En ese punto generalmente asociado a las actividades en los locales de fiestas con grupos folklóricos y orquestas tropicales el consumo es más intenso. En esta segunda parte se entregan dones mayores en cajas de cerveza.

Este cambio de ritmo en el consumo de bebidas alcohólicas de una primera a una segunda etapa mencionada analizada por Harvey (1993) coincide con el cambio de grupos formales divididos en hombres y mujeres, típico del paralelismo de género andino, a grupos mixtos.

Cada actividad de la fraternidad Intocables tiene un esquema parecido:

- Espera inicial
- Acto central (misa, velada, *ch'alla* de invitaciones)
- Recorrido folklórico/práctica folklórica
- Recepción social/fiesta

Al inicio de cada actividad hay una espera inicial en que se reúnen los bloques o grupos de referencia y se inicia el consumo de bebidas alcohólicas. Al estar compuestos los bloques por una mayoría de parejas generalmente tienen parecida cantidad de hombres y mujeres, que están separados y cada cual administra el alcohol que consume. El ritmo de consumo es lento en este punto. Esta división se extiende mientras pasa el acto central (si lo hay) hasta el recorrido folklórico. Según los datos recolectados, el punto de cambio hacia un ritmo más rápido de consumo coincide con el inicio del recorrido folklórico o la práctica folklórica (práctica de pasos en el local). Al finalizar el acto central, la mayoría ha adquirido algunas bebidas alcohólicas, principalmente en botellas de vidrio que deben ser devueltas a las *cheleras* o dejadas en el local. Por lo tanto, se ingieren las bebidas lo más rápido posible para seguir a la fraternidad. En el recorrido folklórico es donde el consumo de bebidas aumenta su ritmo en un consumo de latas de cerveza o sobaqueras⁸⁵ principalmente por el esfuerzo físico que implica el baile (que provoca sed) y la búsqueda de *animarse* (alegrarse para bailar con el efecto embriagante del alcohol). Al finalizar el recorrido folklórico se llega al local donde el consumo de bebidas ya empieza a un ritmo alto.

Al local siempre llegan primero las mujeres que bailan de cholas y las figuras. Generalmente ellas ocupan sillas y mesas (si hay), o un espacio para todo el bloque. Los hombres llegan después y el grupo inicia el consumo de bebidas alcohólicas a un ritmo rápido, generalmente con más de una persona sirviendo. Los grupos en este punto se hacen mixtos. Según los datos recolectados puedo afirmar que la composición mixta, al menos en el bloque Inquietos, se completa con la primera tanda de música tropical (cumbia) y las

⁸⁵ Botellas de whisky o ron de máximo de 15cm de alto x 15cm de ancho.

parejas salen a bailar a alguna parte habilitada como pista o se acomodan alrededor de las cajas de cerveza. Los parajas casadas bailan casi exclusivamente entre ellos y raras veces he visto que intercambien parejas al bailar.

El servir y el beber

Los platos de comida se distribuyen en las fiestas de los eventos folklórico-religiosos servidos en vajilla o platos desechables, dependiendo de lxs organizadores/pasantes. Lxs garzones se encargan de entregar un plato a cada persona con cantidades parecidas⁸⁶. Cada persona come ayudadx por una cuchara (el uso de tenedor y cuchillo es poco común) y las manos. En el lapso de tiempo en que se reparten los platos y las personas comen, se genera un ambiente calmado amenizado por música tranquila. La interacción de los participantes al comer es mínima, cada persona come como quiere o como puede (dependiendo del estado alcohólico en que se encuentre). Se entrega como máximo una comida en el transcurso de una fiesta relacionada a una actividad folklórico-religiosa⁸⁷. Por el contrario, las bebidas alcohólicas están presentes de principio a fin de cada actividad y en todas las actividades relacionadas al Gran Poder. El acto de servir y beber se repite constante e ininterrumpidamente en las interacciones de lxs asistentes. El servir la bebida, recibirla, y beberla está enmarcado en ciertas pautas y protocolos que incentivan a una continua *igualación* de los participantes en el efecto embriagador.

El consumo de bebidas alcohólicas no es individual. A pesar que algunas botellas sobaqueras, latas o botellines hayan sido diseñadas para consumo individual, se comparten. Las botellas de 620 ml. siempre se toman entre dos o más personas. Incluso se comparte el vaso; en muy pocas ocasiones se observa que cada persona tenga un vaso propio para el consumo de cerveza⁸⁸. Por lo tanto, la mayoría de las veces hay una persona encargada de servir en cada grupos. El acto de servir no demuestra un estatus mayor, al contrario, es una actividad poco buscada y evitada. Esta actividad en varios casos es delegada a un consanguíneo menor (como hijo o sobrino) o a un ahijado. Cuando se consume en forma grupal cualquier persona puede hacerse cargo de servir aunque se observa la presión hacia los más jóvenes. Lxs fraternxs se incitan entre ellxs a servir con comentarios como “hazte sentir pues”, “hazte cargo” o también comentarios relacionados al trabajo como “labura pues”. En otros casos, la persona que recibió un *ayni* en botellas o cajas de cerveza se hacía cargo de servir lo recibido si no tenía a otra persona a quién hacer servir. En una primera

⁸⁶ Por ejemplo: En caso de ser chanco al horno el orden en la mayoría de los casos es poner el arroz como base, la ensalada a un costado, unas papas a otro costado y encima del arroz el pedazo de carne de chanco condimentada y cocida al horno. En caso de ají de racacha se colocan como base tuntas y una o más papas, encima la racacha picada y mezclada con ají amarillo picante y otras especias en una salsa un poco aguanosa y encima el pedazo de chanco frito. Esto en el caso de platos secos o semi secos porque cuando es un caldo no hay tal orden. La llajua (salsa hecha de locotos, tomates y alguna hierba aromática como quirquiña, licuados o molidos) o locotos picados son aderezos que se colocan en los costados del plato.

⁸⁷ En otros eventos religioso-festivos como las bodas generalmente se reparten dos platos de comida. Un plato frío consistente en escabeche (cebollas, zanahorias, vainitas y locotos remojados en vinagre por varios días), pollo cocido y un pedazo de pan o caldo de pollo (pollo, arroz, verduras) al llegar al local de fiestas después del acto en la iglesia mientras lxs novixs va a dar su paseo por diversos puentes de la ciudad; y un segundo plato que puede ser, chanco al horno, ají de racacha, fritanga, etc.

⁸⁸ En el caso de otras bebidas como el té con té o el coctel, lxs garzones se hacen cargo de servir. En el caso del whisky, singani o ron, sirven lxs mismxs fraternxs pero con menor protocolo.

etapa una mujer sirve a las mujeres y un hombre sirve a los hombres. En el trabajo de campo me tocó servir en la mayoría de las actividades con el argumento de mi juventud.

En la primera etapa, el acto de servir sigue el siguiente esquema: una persona sostiene un vaso de plástico o vidrio⁸⁹ y sirve a todos los del grupo al que pertenece⁹⁰. Esta persona empieza por su derecha y puede simplemente pasar el vaso desde su asiento o lugar si están cerca, pero si es un grupo más amplio va dando la vuelta por todo el grupo invitando a cada uno. El vaso no se cambia, todos toman del mismo vaso. El/la que sirve suele decir algunas palabras a la persona que sirve, iniciar una conversación corta o incluirse en la conversación de la persona que sirve. Usualmente hay presión del grupo para que quien sirve no se distraiga.

El acto de servir sigue el esquema descrito a continuación:

En el vaso se sirve de un 40% a 60 % de la capacidad⁹¹. La botella de cerveza se sostiene principalmente con la mano derecha y en la izquierda el vaso; sin embargo, al momento de entregar el vaso se cambia de mano y se lo entrega con la mano derecha. No obstante, esto es algo que se cumple con precisión en la primera etapa de las actividades. Recién en una segunda etapa donde se disuelven los grupos y se convierten en mixtos es cuando la gran mayoría agarra botellas de cerveza y las sirve. La importancia del vaso (material) es menor porque incluso se pudo observar alzar vasos de otras mesas en caso que falte o limpiar alguno que se encuentre caído en el piso. El esquema ritual se hace menos riguroso.

La persona que sirve también puede ser invitada por una contra-invitación debido a que las personas piensan que esta no se está sirviendo y sólo quiere emborrachar a los demás. Esto funciona de la siguiente manera:

Me dirigí a servirle a Doña Pasesa y me dijo “invítame”, en ese momento ella me quitó la botella de cerveza y el vaso y me sirvió. Yo agarré el vaso y lo bebí. Entonces me devolvió la botella y me dijo ahora sí invítame. Le invité la misma cantidad y me dirigí a la siguiente persona (Diario de campo, 22 de mayo de 2015).

Esto puede variar pero funciona con las palabras *invítame*. También ocurre cuando las personas ven que el vaso está muy lleno, suponen que es mucha cantidad e increpan al servidor a que también beba. Se escuchan varios comentarios en este sentido como “no estás tomando”. Considero que es una forma de controlar la igualación del efecto embriagador en los demás. Este recurso puede ser una forma de controlar la borrachera, es decir, que el efecto de la bebida sea compartido por todas las personas con las que se interactúa. En este sentido, también las personas del grupo pueden enviar vasos direccionados a quién piensan que no está bebiendo. Esta invitación va acompañada de un “con vos” o “contigo” alzando el vaso para que la persona vea como bebe. En tal situación

⁸⁹ Hay una clara preferencia por el uso de vasos de cristal. Cuando se los consume en las señoras que se acomodan en las calles “cheleras” siempre se pide vaso de cristal. Aunque en el salón Monserrat (palacio de los intocables) en todas las actividades se repartió sólo vasos de plástico.

⁹⁰ Principalmente la organización por bloques y la diferenciación entre varones y mujeres descrita en la primera parte. Sin embargo, puede haber variaciones por ejemplo cuando se consume fuera del local y se van encontrando conocidos y beben juntos previa la actividad.

⁹¹ Hay variaciones de esto, en algunos casos se intenta servir lo más lleno posible el vaso.

la persona que sirve debe dirigirse hasta la otra persona e invitarle un vaso con cantidad similar y luego recién volver a su orden habitual. No embriagarse es bastante difícil, tanto para la persona que sirve como para los que están siendo servidos.

Una de las pocas maneras en que se puede evitar beber estando en el grupo de referencia es argumentando que uno *no bebe*⁹², *no está bebiendo*⁹³ o, en último caso, saliendo de la fiesta⁹⁴. En este sentido, hay un control estricto en la igualación en el efecto de la bebida.

El beber, es decir, el acto de ingestión de la cerveza está acompañado con varios elementos rituales. También podemos ver esto con la necesidad de demostrar que uno bebe. Las personas, previo a cada sorbo o consumo completo de un vaso, se dirigen al grupo o a la persona que sirve con algunas palabras o mostrando el vaso un poco más alto. El uso de la palabra *¡salud!* o la búsqueda con la mirada a otras personas se hace previo a la mayoría de los sorbos. Con esto se impulsa a los demás a beber con quien dijo *salud*. La ingestión de la bebida se hace de un sorbo completo, lo que se llama *seco*, o en varios sorbos. Sin embargo, mantener la bebida por mucho tiempo no está bien visto: hay una presión del grupo cuando una persona mantiene mucho tiempo el vaso en su mano. Se dicen comentarios como “no es café” para que se apresure a tomar.

El control de la borrachera por parte de lxs fraternxs se puede hacer con la *ch’alla* que se realiza previo a cada bebida. Esta acción en ambientes rurales puede tener contenidos muy ricos y protocolos compuestos de varios pasos para un grupo social, como en el caso descrito por Abercrombie (1993), pero en la fiesta del Gran Poder consiste en hacer caer un poco del contenido del vaso en el piso o a veces tomando algunas gotas con los dedos y haciéndolas salpicar al piso. En la primera etapa de la fiesta este acto se hace con mayor ritualidad y lentitud. A esta acción se la acompaña con algunas palabras o murmuraciones como “que vaya bien”, “que no pase nada malo” entre otros. Esto se realiza en el lugar que elige la persona; en una esquina o incluso en un lugar a unos pasos de allí⁹⁵. Muy pocas veces se relacionó este acto con el Jesús del Gran Poder, es decir, como una actividad relacionada con la devoción a la imagen. En una segunda etapa de la fiesta la *ch’alla* sirve como estrategia para no beber demasiado. Se puede echar incluso la mitad del vaso (o más, en caso que la persona que sirvió no esté mirando) sin ningún tipo de reproche.

Otra forma de controlar la borrachera es desechando lo sobrante del vaso. Después de beber parte del contenido del vaso, las personas generalmente botan el resto hacia atrás o a un costado. Bajando el brazo hacia el piso y con un movimiento fuerte deshacerse de la espuma. Cabe resaltar que muchas personas no terminan el contenido y botan una gran

⁹² Suele pasar con las personas jóvenes, generalmente hijxs o sobrinxs, que vienen acompañando a lxs fraternxs que se les consultan sobre si beben o no. Con una negativa generalmente ya no se les vuelve a increpar al respecto.

⁹³ Por estar consumiendo algún tipo de medicamento que no va permitir el consumo de bebidas.

⁹⁴ Muchas veces las personas se “escapan” porque prefieren evitar el consumo de bebidas alcohólicas. En relación a las reacciones frente a este comportamiento hubo de las más diversas. Varias personas lo tomaban con normalidad como también algunas presentaban alguna señal de disgusto.

⁹⁵ Se observó que la demostración que uno va a beber y la *ch’alla* pueden intercalarse de acuerdo al que bebe.

cantidad de contenido en el piso⁹⁶. Esto se observó mayormente en mujeres que no quieren beber mucho; echan bastante cerveza entre la *ch'alla* y el desecho⁹⁷. Cuando las personas descubren que una persona está eliminando harta cantidad de cerveza suelen obligarle a beber de nuevo, incluso sirviéndole mayor cantidad. Cuando descubren que uno está echando mucho puede generarse desconfianza y enojo en las demás personas porque no se cumple el sentido de la igualación esperado entre todos los del grupo.

Los estados de embriaguez

El consumo de cerveza o cualquier otra bebida alcohólica genera diferentes efectos en las personas. Hay de todo tipo y nivel. En general, desde el inicio de la investigación surgió el problema en la sistematización de efectos que cada persona presenta y explica. Estos efectos físicos que se presentan cuando se consume el alcohol como pérdida del equilibrio, dificultad de gesticular palabras, enrojecimiento de ojos, pérdida de la conciencia etc., varían de persona a persona pero pueden reconstruirse socialmente.

No siempre se considera exactamente la cantidad de alcohol (cerveza u otras bebidas) ingerido; es decir, no es proporcional haber ingerido 5 botellas de cerveza a estar completamente ebrio. Esto por dos razones: al no ser personal la cerveza y ser consumida en grupo no se sabe bien cuánta cerveza se ha consumido. Algunas veces se intenta cuantificar: “Hemos tomado una caja entre 3 personas”. La división exacta serían 3 botellas por persona; sin embargo, en las invitaciones y contra-invitaciones, la *ch'alla* y el desecho de lo sobrante de cada vaso se torna muy ambigua la cantidad realmente ingerida. En relación al trabajo de campo propongo la siguiente división de efectos que se construye en las conversaciones posteriores al día de embriaguez. Es decir, los efectos también se construyen socialmente.

Estar *bien o sanx*. Es importante para la mayoría de las personas demostrar que están sanos ante los demás. Esto se identifica con el estar *bien* o *sano* que implica no haber hecho escándalo y haber tenido un comportamiento aceptado por los demás y que los efectos del alcohol no sean percibidos. Esto en la mayoría de los casos implica no haber peleado si sucedió alguna trifulca o al menos haber peleado por una causa justa. Esta causa *justa* implica haber defendido a una mujer u hombre del bloque o grupo de referencia, haber reaccionado ante un insulto de otras personas que no era merecido ni válido. También este efecto implica haberse retirado a su casa sin ningún problema. Las personas se refieren a este estado también cuando pasa un incidente, accidente o pelea que sorprende a la mayoría diciendo “Sano he aparecido” después del acto.

Estar *mareadx*. Este estado se atribuye cuando hay señal marcado de algunos efectos de la borrachera principalmente relacionado a la pérdida del equilibrio o la falta de coherencia al hablar. Las personas aceptan este estado cuando se caen al no ver alguna grada, o se resbalan mucho en los locales que están con el piso mojado. “Ya estaba mareada y me he

⁹⁶ Por esta situación los locales de fiestas o las calles donde se realizan los eventos festivo-religiosos termina con el piso muy mojado de cerveza.

⁹⁷ No falta la ocasión que estás caminando entre lxs fraternxs hacia tu grupo de afinidad y de repente eres mojado en el pantalón o los zapatos por alguien que está desechando cerveza sin que su grupo de afinidad se de cuenta.

caído con mi marido, luego nos hemos ido nomás” (entrevista personal, Doña Esmeralda, Miembro del bloque Inquietos, Marzo de 2017).

Estar *mal*. Este estado se caracteriza cuando las personas argumentan perder la conciencia con el “no me acuerdo” o “me he borrado”. También acá entra la situación en que las personas se duermen en el local de fiestas. Generalmente las personas se atribuyen ese estado cuando hay trifulcas que no pueden ser justificadas o rompen con los esquemas socialmente aceptados. Por ejemplo, cuando se falta el respeto a una persona mayor o a un consanguíneo mayor o cualquier persona que debería respetar, o cuando se nota un cambio radical en la personalidad de un fraternx. Si bien, la mayoría de las personas cambian de un comportamiento apagado y silencioso a risas y movimientos más rápidos a medida que consumen bebidas alcohólicas (en general se habla más fuerte y se baila), hay personas que cambian completamente su comportamiento. A este estado se le atribuye también el perder cosas o ser víctimas de robos.

Estos tres estados no dependen de la afirmación de la propia persona sino que son puestas en debate con las demás personas. Alguien puede afirmar haber estado sanx o mal, pero este argumento debe ser complementado con el relato de otras personas, creando así un consenso. Esto se nota en el siguiente caso:

Al conversar sobre lo que había pasado en la presentación de la invitación 2017 en el primer ensayo/velada del Gran Poder, Don Mario afirmaba haber estado solamente *mareado* y haberse retirado a su casa tranquilo sin ningún problema. Sin embargo, su esposa en ese momento le increpó que se durmió en el taxi y si ella no lo despertaba él se quedaba con el taxista. Luego iniciamos a atar cabos sobre por qué pasó afirmando que había salido bien del local. Argumentó sobre el posible cambio de ambiente de un lugar caliente al frío. Luego, otro fraterno le dijo que le había estado hablando incoherencias sobre la recepción del año pasado. Otro fraterno adjuntó allí que le vio “tambalearse” al bajar las gradas del local. Entonces, Don Mario concluyó “entonces estaba mal, no me acuerdo esa parte”.

Hay, en este sentido, una *construcción social del estado de embriaguez* porque no es directamente proporcional a la cantidad consumida de alcohol y por otro lado se negocia con las demás personas.

Hay también una relajación de las consecuencias relacionadas a las actitudes o acciones en esta última etapa. Si bien, uno se puede *rayar*, es decir, hacer actos chistosos o violentos que no son apropiados, estos son aceptados o perdonados por las demás personas cuando una persona se disculpa. En este sentido veremos a continuación los escenarios de la violencia.

Los episodios de violencia

Si bien el alcohol es un medio que facilita la socialización de las personas y genera espacios de convivencia también puede generar espacios de violencia en varios sentidos. En el trabajo de campo se pudo observar diversos sucesos violentos que se desencadenaron por distintas personas de la fraternidad. Estos episodios se pueden dar en dos niveles: entre parejas y peleas entre personas con otros vínculos (consanguíneos, amistad o ninguno; dos o más personas).

Las peleas entre personas de vínculos afines se repiten varias veces. En el bloque que participé sólo vi dos escenas de violencia. En la primera parte el señor empezó a dar empujones que hicieron retroceder a su esposa, mientras ella le decía cosas intentando acercarse a su oreja. Ante esta situación, se acercó sólo la pareja de ahijados de matrimonio que participaba en la fiesta; el varón se llevó al agresor y la mujer se llevó a la agredida. Los hicieron sentar separados a cada extremo de una mesa y continuamos bebiendo y después de unas horas se retiraron juntas las dos parejas.

En un segundo episodio yo vi directamente llorando a una señora que se acercó al grupo después de ausentarse un rato con su esposo. Todos estábamos bebiendo cerveza ya en una segunda etapa donde había muchas personas que sirven botellas. Su marido se sentó al medio de un grupo de tres hombres y nos dijo” yo no le he dicho nada, estoy tranquilo”. En el grupo nadie mencionó nada del suceso, más bien, le invitaron un vaso de cerveza. El señor encendió un cigarrillo, mirando constantemente lado opuesto donde se sentó su esposa. La señora se encontraba al frente hablando y bebiendo cerveza con la tía del señor y otras dos señoras más del grupo con las que no tiene relación consanguínea. El tío del señor le recomendó al posible agresor que estaba a mi lado después de que unos vasos servidos que no peleen, que estén tranquilos. “háganse todo en la cama, pero no peleen en la calle”. Al final de la noche la pareja habló un rato y se fueron juntos.

En ambos casos al final las parejas se fueron juntas y en siguientes ocasiones el acto no fue mencionado explícitamente. Escuché al protagonista del primer caso argumentar después sobre ese día que estaba *mal* y que disculpemos su comportamiento cuando afloró el tema en otra borrachera. Pero luego el tema no saltó a la vista. En ambos casos, las personas que intervinieron tenían parentesco consanguíneo y ritual, es decir, que conocían bien a las parejas en cuestión, y no dudaron en meterse. Las demás personas sólo hicieron algún comentario pero no se metieron al conflicto. Las parejas aparentaban no tener problemas luego en posteriores actividades. En general, los **problemas** entre parejas relacionados al consumo de bebidas alcohólicas parecen ser resueltos entre ellos y con la participación de gente muy apegada a ellos.

También he observado escenarios de violencia física, tanto fuera como dentro de los locales de fiestas, que implicaban discusiones verbales, jalones, golpes (tanto de hombres hacia mujeres como al revés) que no reparaban los demás transeúntes. Es claro que pocas personas intervienen en este tipo de conflicto. Considero que esto responde a la presión social fuerte a tener pareja en las fraternidades folklóricas pero que al momento de los conflictos se considera algo que las parejas deben resolver solas y es mejor no “meterse” a menos que tengas un parentesco cercano por posibles consecuencias. Un amigo garzón⁹⁸ me explicó que una vez hubo una pelea de una pareja que terminó con la mujer con la nariz doblada y los ojos de quien se acercó para socorrer a la mujer. Al final fue a la policía como testigo donde, me explicó, perdió mucho tiempo y tuvo que volver en otras ocasiones también para que al final siga viendo tiempo después a la pareja junta en un evento folklórico-festivo. Por eso me recomendó también no meterme en esas situaciones.

⁹⁸ 49 años, garzón perteneciente al Sindicato de Gastrónomos Garita Junio 2017, prefirió que no se mencione su nombre.

En otro sentido se pudo observar también peleas entre bandos de personas en los recorridos folklóricos por acercarse a la banda. Los morenos bailan sin un puesto fijo en la entrada después de la segunda banda ordenándose como pueden. Los que se quedan al final apenas escuchan la banda así que se mueven en bloques intentando acercarse a la banda. En el trabajo de campo se observaron tres trifulcas relacionadas con esto: una en la 1era bajada del 2015, en la diana del 2015 y en la recepción del año 2017. Las tres fueron conflictos iniciados con gritos e insultos que luego se llevaron a puños y patadas. Fueron unos pocos los incitadores iniciales y sus grupos de afinidad se metieron a la pelea. Uno que otro utilizó su matraca también. Al parecer no hubo consecuencias mayores pues la noticia no causó mayor revuelo, más que en la fiesta de la pre-entrada del 2015, cuando uno de los fundadores recalcó que en la entrada no debe haber problemas ni debe haber identificativos de bloques, porque todos son parte de la *gran familia intocable*.

Pero no sólo los hombres pelean. También en la presentación de la invitación de la fraternidad del 2017 pude observar un conflicto en mi bloque entre dos mujeres a raíz de la distribución de la cerveza. Había dos cajas en la mesa que habían sido compradas grupalmente. La señora 1 se acercó a la señora 2 y le dijo que ella nomás sacaba la cerveza y le empezó a dar empujones llevándola hacia la pared. La señora 2 explotó en rabia y empezó a gritarle que tenía mucho dinero y que las cervezas no eran un problema para ella. Yo me acerqué a retener a la señora 1 (que renegaba y no dejaba de criticar a la otra señora) mientras la señora 2 fue alejada a una esquina de la mesa por su hermana para que no peleen a golpes; desde ese lugar, de rato en rato, se paraba de la silla a la que le obligaron a sentarse e intentaba correr donde la señora 1. Dos veces intentó botar botellas de cerveza llenas que por suerte solo cayeron al piso. El esposo de la señora 1 se acercó riñendo a la señora para que se calle y deje de gritar. En ese momento el hijo de la señora 2 regresó del baño y al enterarse de la situación y ver a su mamá llorando, empezó a avivar de nuevo la pelea insultando a la señora y a su esposo. El esposo de la señora 1 también respondía a los insultos. La tensión duró aproximadamente 20 minutos, pero luego siguieron tomando en lugares separados de una misma mesa hasta que la señora 1 se retiró con su esposo. Aproximadamente una hora después se retiró la señora 2 con su hijo y hermana. En este bloque bailan con la señora 2: dos hermanas (con sus esposos), un primo (solo) y su suegra. De la señora 1 bailan una pareja de ahijados, una prima hermana (y esposo) y una sobrina (y esposo). Sin embargo, los grupos de parentesco consanguíneo o ritual de cada señora no azuzaron la pelea y más bien se dedicaron a contener a las dos señoras para que no peleen. Al estar yo también como intermediario hablé en ese momento calmando al esposo de la pareja 1 que me dijo que no se podía dejar pasar, porque luego le pueden querer tratar mal en otras situaciones si se deja. El hijo de la señora 2 me dijo que no podía dejar que le insulten a su mamá porque el tenía plata y no estaba mendigando por cerveza. Un comentario del primo de la señora 1 que no se metió a la trifulca es que su prima es *jodida*. En la recepción social del mismo año las dos señoras participaron y luego compartieron bebidas alcohólicas sin que haya ninguna pelea.

En todas las situaciones parece primar una mayor permisividad a las peleas o conflictos que surgen en las borracheras. Estos sucesos no destruyen el eje central de la organización por parejas o en bloques ni son motivaciones suficientes para desestructurar el espacio folklórico.

CAPÍTULO IV

LAS RELACIONES SOCIALES FUERA DEL ESPACIO-TIEMPO DE LA FIESTA

Las bebidas alcohólicas en el ámbito folklórico-religioso se ven como un medio que conduce a la borrachera y de malgasto económico irresponsable por las personas ajenas a su participación. Uno, en un caso hipotético, tranquilamente podría embriagarse, es decir, conseguir el efecto del alcohol sin necesidad de la participación abierta de consumo y sin tanta inversión de dinero en cerveza y en el baile que representa. En este sentido, es necesario acercarnos al punto de encuentro que hace que estas actividades se sigan manteniendo y vayan creciendo en magnitud. C. Wright Mills propone la idea de pensar extremo en su introducción denominada *Sobre artesanía intelectual*⁹⁹ que nos podría ayudar a ver el otro lado del ambiente que tocamos para este estudio. Es decir, pensar comparativamente con el otro extremo de la primera persona que busca el trago más barato y de alto porcentaje de alcohol para embriagarse en un lugar privado como su casa o una cantina y en una segunda persona que compra cerveza (bebida cara de bajo porcentaje de alcohol) y la consume en un espacio público como una calle en un recorrido folklórico. La primera coloca una canción en mp3 de una banda, se viste con un traje elegante, gabardina y sombrero e incluso se fleta un traje de moreno para bailar. Al son de su matraca y el ritmo de las bandas podría bailar y satisfacer su gusto por la morenada y a la vez está más seguro contra asaltos y el gasto económico total bajaría bastante. En el otro caso, la segunda persona debe pagar una cuota y comprar la mayoría de los implementos de baile de los pasantes. La parte esencial de esta situación es que en nuestro primer ejemplo se reduce la socialización al mínimo. Por el contrario, en el otro extremo lxs bailarinxs de morenada se encuentran en un espacio de socialización constante. Desde el inicio que se sale a la calle con cierta vestimenta identificable del ámbito folklórico genera en las personas otra especie de reacciones por la especie de puesta en escena (Goffman, 1981). Y en la actividad si bien sus principales interacciones son con un grupo de afinidad más o menos de pocas personas, continuamente se relaciona con otras estableciendo vínculos de distintos grados. Las interacciones relacionadas a las bebidas alcohólicas, por tanto, determinan el grado de borrachera que uno tendrá; es en extremo una forma social de la borrachera que evita casi completamente el consumo individual que caracteriza al denominado alcoholismo¹⁰⁰.

Si bien se pudo observar en el anterior capítulo cómo el consumo de bebidas alcohólicas se realiza en el interior de la fiesta dando una descripción de la dinámica interna del consumo, en este capítulo se hace un análisis de las relaciones sociales y vínculos que unen a lxs integrantes de la fraternidad fuera de la fiesta. En este sentido, se observó a los grupos de confianza que se encuentran o surgen en la fiesta que se relacionan o intermedian sus relaciones primordialmente por intercambios de dones relacionados a las bebidas alcohólicas. Se divide el capítulo en dos apartados: el afianzamiento de relaciones previas que pueden ser de tipo consanguíneo o de tipo ritual y el surgimiento o la creación de

⁹⁹ C Wright Mills, *La imaginación sociológica*

¹⁰⁰ También es necesario tomar en cuenta los datos presentados en el capítulo II sobre el consumo de bebidas alcohólicas que demuestran que en Bolivia no es el más alto ni a nivel latinoamericano. Dato aproximado pero que nos puede dar luces de la dimensión del fenómeno.

nuevas relaciones sociales a partir de la fiesta. En cada apartado se detalla con los ejemplos que surgieron en las entrevistas durante el trabajo de campo y que nos conducen a establecer una característica principal de este espacio mediado por bebidas con lo que propongo el establecimiento de un *continuum folklórico*.

Las relaciones del don-reciprocidad se han estudiado en la mayoría de los casos en la comunidad tradicional, es decir, en el ámbito rural. Esto lo podemos ver por ejemplo, en el trabajo de análisis que hace Nuñez del Prado, argumentando que la razón para que la economía del don-reciprocidad no se promueva como modelo económico es que:

Siendo la economía del don-reciprocidad una pervivencia atípica, pero finalmente una modalidad de intercambio mercantil, a medida que se complejizaba la organización social, política y las dimensiones demográficas y geográficas, e interactuaban nuevos protagonistas y se complicaba la red de actores, se fue diluyendo y desnaturalizando en medio de condiciones mercantiles clásicas cada vez mayores, como economía vernácula utilizada ya no con la pretensión de movilizar a toda esa gigantesca economía, sino para solventar requerimientos de subsistencia familiar como unidad doméstica, afincada en el medio comunal y local, alimentando sociabilidad y vida cultural de los miembros y con cada vez menos expectativa para convertirse en la única referencia económica, sino de manera subalternizada (Nuñez del Prado, 2009: 369 *Cursivas mías*).

En el caso del grupo social de esta investigación, una generación ya asentada en el área urbana, las relaciones de don-reciprocidad representan la base de las interacciones en el ámbito folklórico-danzario. Si bien esto en el área rural implicaba apoyo en cuestiones relacionadas al trabajo y al ámbito festivo, en las ciudades el énfasis pareciera concentrarse en este último. A medida que la comunidad migraba a las ciudades y se dedicaban a otros rubros distintos de la producción agraria, las personas preferían entablar relaciones sociales con personas ajenas al pueblo para invertir más fuera de su comunidad (Gastón, 2004). Un grupo de migrantes en la ciudad construyeron desde abajo estrategias propias de una economía popular (Tassi y otros, 2015) que resultaron exitosas y que ahora los posicionan en un espacio económico privilegiado. Este grupo al que hacemos referencia están conectados principalmente por el parentesco tanto familiar como afín, ritual como el compadrazgo. Puede ser una de éstas las razones por las cuales en las ciudades asistimos a un incremento de las fiestas populares de base religiosa (Barragán 2009), aunque vemos también que las fiestas de pueblo se potencian con la inversión de migrantes internacionales en otras fiestas que se han denominado transnacionales (Hinojosa y Guaygua 2015).

1. El afianzamiento de relaciones sociales previas

La llegada a la fraternidad se realiza en la mayoría de los casos por invitación de algún familiar, amigx o padrino/madrina. Los bloques intentan acrecentar el número de integrantes con gente de confianza, miembros de la parentela sanguínea, afín, ritual o simplemente amigos cercanos. Podríamos empezar diciendo que formalmente no se piden requisitos para ingresar a la fraternidad, es decir, que en términos institucionales/formales no se necesita ningún tipo de requisito previo ni tampoco se hace una inscripción en la que se detalle los datos personales de las personas. Básicamente uno puede acceder a la invitación y a varias de las actividades con un registro básico del nombre, el número de celular y el bloque al que pertenece o quiere pertenecer. Suelen pedir la fotocopia de carnet

al momento de entregar el traje de baile para la entrada¹⁰¹. Aparte de esta situación no se pide ningún tipo de documento oficial o invitación directa. Más bien la invitación es abierta al público en general y se la recalca en todos los eventos e incluso en los medios de comunicación dedicados al ámbito folklórico. Sin embargo, en términos sociales se podría decir que hay un control estricto de las personas que asisten a las actividades relacionados por la desconfianza en personas ajenas que podrían ser por ejemplo ladrones. Es por esto que, al comenzar a bailar en una fraternidad y casi en cada presentación de las personas nuevas la relación con las personas del entorno es importante para la presentación de las personas¹⁰².

Por lo tanto, la gran mayoría que llega a bailar en la fraternidad está emparentada aunque sea mínimamente con unx de lxs bailarinxs. En base al trabajo de campo observé dos niveles de relaciones: el que compone el parentesco consanguíneo, relacionado directamente con el afín (matrimonio), y el ritual. El primero con las relaciones que son reconocidas por los mismos actores como importantes y se componen por familiares cercanos o lejanos que es el grupo principal con el que se relacionan en el espacio de la fiesta. Si bien en este nivel las personas ya comparten un vínculo previo reconocido por ellos puede que este no haya estado activo o el nivel de interacción haya sido muy reducido. Hay también otros vínculos que pueden haber estado activos en varios tipos de relaciones e intercambios previos y que encuentran en la fraternidad un espacio más para mantener y afianzar sus relaciones sociales a través de una contra-afinidad que puede ser más duradera.

El segundo nivel es el de parentesco ritual y amistades que se compone de personas que no tenían relaciones de parentesco consanguíneo pero que en alguna situación festiva-religiosa se emparentaron en relaciones de compadrazgo mediante intercambios simbólicos en el que lxs ahijadxs también tienen un rol importante. También en este nivel llegan a participar relaciones de amistad que primero vienen de instituciones como el colegio, el barrio, el cuartel, el trabajo, etc., que no necesariamente hayan tenido intercambios que hayan cimentado una relación ritual.

Relaciones Familiares/consanguíneas

Las bases de cada bloque principalmente son varios grupos familiares unidos que pueden tener alguna raíz común, como el bloque Inquietos, que tienen como característica que la mayoría proviene de Carabuco. Pero la base de estos bloques es un grupo de relaciones familiares. Este grupo familiar no está compuesto por todos los miembros de una determinada familia (todos los hermanos o todos los primos), sino que se forma de acuerdo a los miembros que participan activamente en las relaciones de don-reciprocidad y están de acuerdo en entrar en las obligaciones que eso implica. Las características principales de esto es “acompañar” y “compartir”. La primera implica la asistencia a los eventos del

¹⁰¹ Sin embargo, no pareciera que este requisito se pidiera para una base de datos de lxs fraternxs sino mas un requisito de seguridad para lxs bordadorxs.

¹⁰² En el trabajo de campo fue algo muy importante en cada presentación lxs fraternxs generalmente te preguntan sobre cómo llegó uno a la fraternidad o quién te invitó. O en todo caso al verme joven bailando con alguna señora del bloque Inquietos pensaban que eran mi mamá o si estaba mucho tiempo al lado de algún señor que era mi papá.

familiar con el que se tiene una relación de don-reciprocidad y la segunda significa el consumo de bebidas alcohólicas. Veamos los siguientes ejemplos:

Ejemplo 1

En esta red se identificó al centro a Don Marcio y a Doña Esmeralda (PAREJA A) que son miembros antiguos de la fraternidad (8 años) y bailan en el bloque Inquietos. Con esta posición de ‘antiguos’ y ante la situación que su bloque había bajado en los últimos años mucho su cantidad de participantes¹⁰³ decidieron cooperar activamente para acrecentar el número de integrantes invitando a sus familiares. Ellxs tienen un exitoso restaurante en la zona 3 de Mayo cerca de la Av. Buenos Aires.

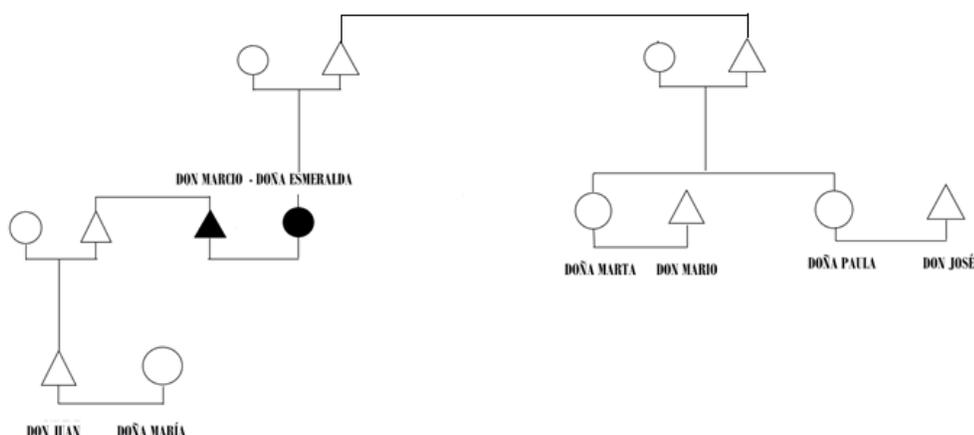
Don José y Doña Paula (PAREJA B): Ahijados de matrimonio, la señora es prima hermana de Doña Esmeralda.

Don Juan y Doña María (PAREJA C): Don Juan es sobrino de Don Marcio.

Don Mario y Doña Marta (PAREJA D): La señora es prima-hermana de Doña Esmeralda también. Además Doña Marta es hermana de Doña Paula, por lo tanto, Don Mario y Don José son concuñados.

Las tres parejas invitadas ya habían tenido participación en danzas livianas en el Gran Poder, en entradas barriales grandes y pequeñas como por ejemplo la entrada de la 16 de Julio en la ciudad de El Alto. Pero de las tres parejas ninguna había bailado morenada en el Gran Poder.

**DIAGRAMA N° 8
PARENTESCO DON MARCIO – DOÑA ESMERALDA**



Fuente: Elaboración Propia.

¹⁰³ El año 2010 se funda la Fraternidad Majestad Bolivia con un bloque de base Inquietos 100 x 100 que salieron de la fraternidad Intocables. El bloque actual Inquietos de los Intocables son las personas que decidieron quedarse en la fraternidad.

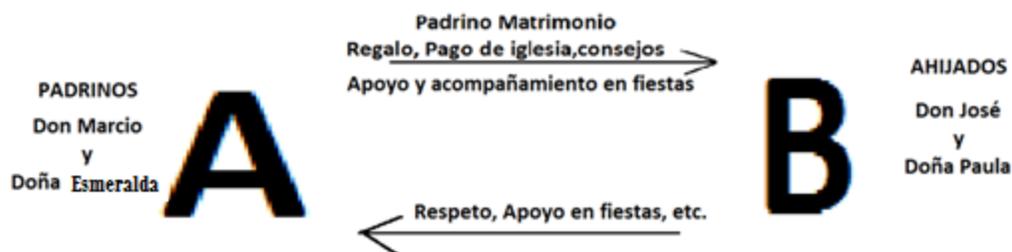
Caso A-B

Don Marcio-Doña Esmeralda/Don José-Doña Paula

Este caso es una mezcla de relaciones familiares y una ritual; Doña Paula es prima-hermana de Doña Esmeralda pero menor por muchos años. También hay una relación de compadrazgo vertical por las características económicas y simbólicas de las parejas. La pareja A son los padrinos (de religión) de matrimonio de la pareja B porque tienen mayores recursos económicos, por lo tanto mayor capital económico y social que sus ahijados. Estos capitales son reconocidos, por lo tanto elevan su capital simbólico. En este caso, las relaciones sociales están enmarcadas en el marco del respeto padrinx-ahijadx.

... mi padrino de matrimonio es pues, él siempre nos acompaña y si nos ha invitado así *compartiendo* vengan... luego a mi casa trajo la invitación y me dejó para dos familiares más pero por la recepción no ya no querían venir... (Don José, entrevista personal, 25 de mayo 2015, cursivas mías).

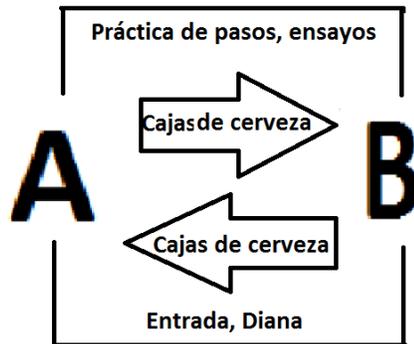
DIAGRAMA N° 9 RELACIONES PAREJA A- PAREJA B



Fuente: Elaboración propia.

La relación entre A y B preexiste por lo que el espacio de la fiesta del Gran Poder sirve para afianzamiento y continuidad de sus relaciones. Al respecto del intercambio de dones en bebidas alcohólicas está enmarcado en una cadena de intercambios sin aparente final. En la fiesta, en cada evento se intercambiaban cajas de cerveza. En los primeros eventos como práctica de pasos, ensayos y diana, Don Marcio invitaba una caja de cerveza a Don José y resaltaba en sus palabras el agradecimiento por acompañarlo en la fraternidad; cabe aclarar que las esposas participan también en este intercambio pero de manera pasiva pues, en general no cargan las cervezas y sólo dan la mano o la reciben después de la entrega. Pero en el día de la entrada y la diana, fue Don José quien entregó las cajas de cerveza haciendo notar el agradecimiento por la invitación a la fraternidad.

DIAGRAMA N° 10
RELACIONES CON CERVEZA PAREJA A- PAREJA B



Fuente: Elaboración Propia.

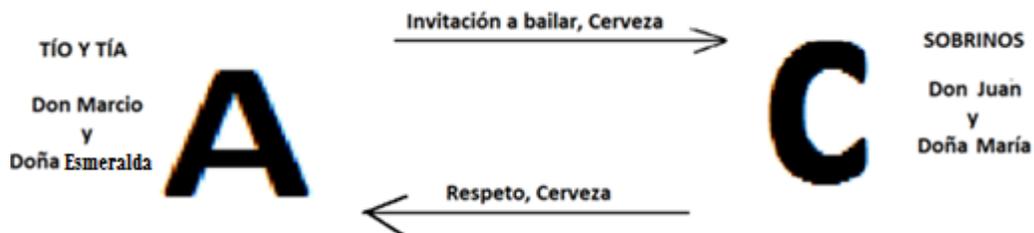
Este intercambio en cajas de cerveza es bastante intenso en los locales pero también en las filas del recorrido folklórico pues allí intercambian también latas de cerveza.

CASO A-C

En el acontecimiento del matrimonio de una de las primas de Doña Esmeralda en el 2014 se encontraron este grupo familiar en donde en medio de bebidas alcohólicas Don Marcio y Doña Esmeralda los invitaron para bailar. Don Juan y su esposa aceptaron la invitación sin muchas dudas. Sus familiares más cercanos como sus padres ya bailaban en el Gran Poder, en la Fraternidad Rebeldes de donde se independizaron los Intocables, pero nunca les habían invitado. En este sentido, la invitación de los Intocables sirvió para que se queden en la fraternidad con muchas ganas:

Mis papás bailaban ya años en el Gran Poder, en los Rebeldes. Mi tío me invitó así en lo de mi prima y yo ya pues, hija [refiriéndose a su esposa] bailaremos le he dicho [...] yo soy folklorista, me gusta, hemos venido a la recepción y así con mi gabardina, mi sombrero todo intocable ¿no ve? (Don Juan, entrevista personal. 5 de Julio 2015).

DIAGRAMA N° 11
RELACIONES PAREJA A- PAREJA C



Fuente: Elaboración Propia.

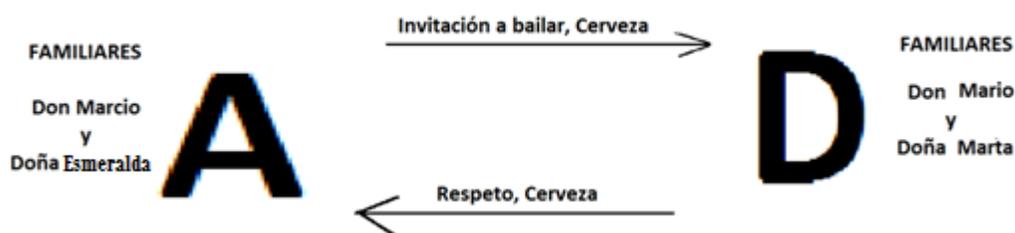
La relación de ambas parejas era previa pues es un vínculo familiar; pero no pasaba de esos lazos consanguíneos. Es decir, saludos, algunas veces bebían juntos en eventos sociales pero no había intercambios de don-reciprocidad. Sin embargo, a partir de la participación en la fraternidad, las relaciones se afianzaron más entre las dos parejas. Ambos comenzaron una cadena de intercambios que se hizo de la misma manera que en el caso A-B con el intercambio de cajas de cerveza en el evento del Gran Poder. Al aceptar bailar en la fraternidad la pareja C sabía la inversión de dinero que debían hacer, no sólo en el gasto de la cuota o del baile sino también del gasto en cerveza:

Yo soy folklorista Daniel, la anterior nomás hemos bailado en Corazón de Jesús kullawa el bloque de mi zona, también ahora voy a bailar después para Tata Santiago, yo soy folklorista aunque a veces la plata falta [...] Gran Poder sale nomás pero ya le he dicho a mi tío ya no podía fallar, igual buena gente es mi tío [...] es familia pues (Don Juan, entrevista personal, 5 de julio de 2015).

CASO A-D y B-D

En este caso también los vínculos no eran tan fuertes; sin embargo, en el mismo matrimonio de la prima de Doña Esmeralda los invitaron a bailar. Los vínculos con la pareja A no pasaban de saludos o algún consumo ocasional en eventos familiares por ser Doña Marta prima hermana de Doña Esmeralda. El nexos familiar más directo en este caso era con la pareja B (Doña Paula y Doña María son hermanas mellizas, por lo tanto sus esposos son con cuñados) y esa relación fue determinante para que acepten participar bailando. En este caso se afianzaron las relaciones con dos parejas: por un lado la relación con la pareja A inició con intercambios en cerveza, cuando Don Marcio les invitó cajas en las primeras actividades a manera de agradecimiento por haber ido a bailar. Y en la entrada y la diana los intercambios fueron devueltos por Don Mario como una forma de respeto por la invitación y el don en cerveza que le fue entregado.

DIAGRAMA N° 12 RELACIONES PAREJA A- PAREJA D

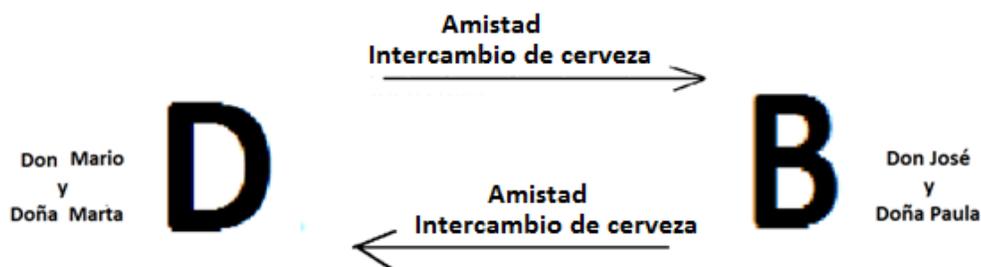


Fuente: Elaboración Propia.

Por el otro lado una relación más horizontal con la pareja B. Su trato en las actividades era juguetón y a veces un poco tenso. Principalmente, Don José presionaba a la pareja de Don Mario para comprar cajas de cerveza. En algunos momentos parecía una relación no amigable pues, se percibían retos entre ellos; pero al final parece ser que esta forma de relación tenía una razón muy interesante. Me cuenta Don José que de donde él viene es común ingresar como *ayni* en eventos religioso-festivo para familiares y compadrazgos rituales con dos o cuatro cajas de cerveza. Ya cuando es 6 o más es una muestra de bastante

potencial económico y que no muchas personas lo hacen. Sin embargo, en su matrimonio con Doña Paula la pareja de Don Mario-Doña Marta ingresó con 20 cajas de cerveza. Él sintió mucha humillación al principio, me dijo, e incluso rabia pues esa cantidad implica mucha ostentación de dinero. Pero agradecía a su conuñado la presión que eso le significó pues él se dedicó a trabajar más para que en la ocasión que tenga que devolverle pueda tener la capacidad económica para su devolución también. Esa relación ahora resaltaba en su trato más ameno y juguetón entre los conuñados. En cambio las hermanas en la mayoría de los casos simplemente se reían de su trato.

DIAGRAMA N° 13
RELACIONES PAREJA D- PAREJA A



Fuente: Elaboración propia.

En este ejemplo se resalta una red de parejas que desemboca principalmente de relaciones familiares previas y una ritual. Si bien se puede observar un caso de parentesco afín previo a la fiesta este igual estaba enmarcado previamente en un lazo familiar. El núcleo de esta red gira en torno a la PAREJA A que logró que participen 3 nuevas parejas en el Gran Poder 2015¹⁰⁴. A través de la invitación que hizo la pareja A, inició una posición activa en una relación familiar potencial. En este sentido, podemos hablar de la *activación de cadenas de reciprocidad* en relaciones socialmente reconocidas como son las familiares consanguíneas. Acá podemos observar que la inversión de la *pareja A* en cerveza y su posterior distribución entre sus invitados funciona como mecanismo de pago por la deuda de aceptar su invitación al baile.

En las entrevistas realizadas a la PAREJA A, se constató que aparte de la cerveza entregada en la fiesta no se apoya a las otras parejas en otros costos del baile (cuota de baile, compra de ropa o accesorios para el baile, pasajes, comida, etc.). Hay algunos gastos menores en llamadas o pasajes para entregar invitaciones pero básicamente todos los gastos son cubiertos por las otras parejas. Las tres parejas invitadas son solventes económicamente: la pareja B es dueña de una tienda mayorista de productos relacionadas a la venesta y cartón prensado, la pareja C es dueña de un taller de serigrafía en la calle Mariscal Santa Cruz y la pareja D son propietarios de un taller de mecánica en la ciudad de El Alto. Las tres parejas nuevas están insertas en la economía popular (Tassi, 2013) que no depende ni del Estado ni de alguna empresa. Su estabilidad económica les permite solventar la exigencia económica para un evento folklórico-danzario como Gran Poder. Por

¹⁰⁴ Se pudo comprobar que dos parejas participaron de nuevo en la gestión 2016 y continuaron participando en las primeras actividades del año 2017.

otra parte, en relación al plano laboral, ninguna de las cuatro parejas se interrelacionan directamente en sus trabajos y sus ámbitos de socialización se limitan al espacio-tiempo de la fiesta.

Relaciones rituales

En este caso, el grupo familiar gira en torno a Don Martín y su esposa Doña Perla (PAREJA E). La pareja tiene una próspera importadora de autopartes en la zona de San Pedro y participan en la fraternidad Intocables desde el año 2003. Doña Mirtha y Doña Perla son primas y por lo tanto tienen una relación consanguínea previa. En la gestión 2009 aceptaron ser *padrinos de promoción*¹⁰⁵ de José por lo que se vuelven compadres con Doña Mirtha y Don Ulises (papás de José). A partir de este nombramiento su *cadena de reciprocidad* se activó y para la gestión 2010 invitaron a su ahijado y a su hermano Carlos a formar parte de la fraternidad Intocables. Ambos participaron ese año aunque luego su participación no fue continua¹⁰⁶. El año 2014 los padres de José y Carlos pasaron el preste de Aurora de la fiesta del pueblo de Charazani para la Virgen de Carmen¹⁰⁷. Allí acudieron sus compadres Doña Perla y Don Martín a los que ‘atendieron’ durante toda la fiesta: dotaron de alojamiento, comida y bebida. A cambio éstos últimos participaron junto a ellos en todas las actividades y el día de la Diana les entregaron diez cajas como *ayni* a sus compadres.

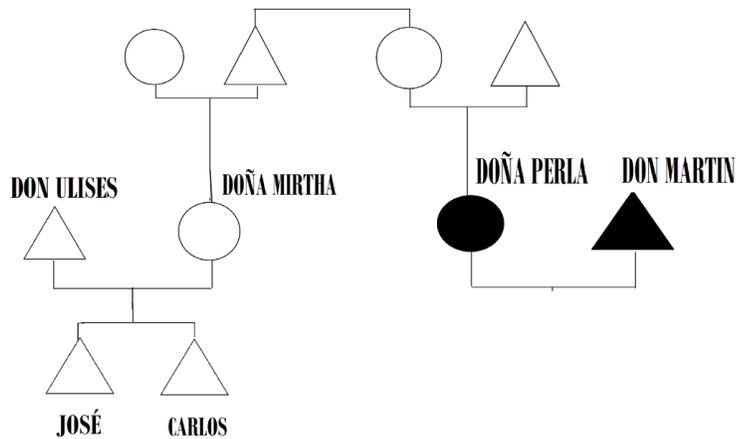
Si bien su relación previa de parentesco (Doña Perla y Doña Mirtha) no les comprometía explícitamente a ninguna obligación; ésta empezó con el inicio de las relaciones de don-reciprocidad, cuando se nombró como ahijado a José. Posteriormente la relación de padrinos/ahijado se afianzó cuando él y su hermano participaron en la fraternidad uniéndose al bloque Generación X. Las relaciones entre ellos continuaron afianzándose entre ellos en la fiesta de Charazani.

¹⁰⁵ El nombramiento de padrinos de promoción básicamente consisten que los padrinos entregan un anillo (generalmente de plata u oro) de un precio más o menos elevado a los que terminan el bachillerato que se denomina como ‘promoción’. Esta entrega se la realiza en el acto de graduación. Después si se realiza una fiesta suelen regalar algún mueble también. A cambio los padres y familia cercada de o la joven graduada dan comida y comparten bebidas alcohólicas con los nuevos parientes rituales. Esta relación no se enmarca en un marco religioso.

¹⁰⁶ Me dijo que participaron de nuevo el año 2011 y luego José dejó de participar atribuyendo falta de tiempo para sus estudios. Sin embargo, seguían acompañando en algunas actividades a Don Martín. El año 2015 acompañé a José y al bloque de su padrino en la velada previa a la recepción y en la recepción social.

¹⁰⁷ Fiesta que se celebra generalmente el 16 de Julio.

DIAGRAMA N° 14
PARENTESCO DON MARTIN-DOÑA PERLA



Fuente: Elaboración Propia.

En este caso podemos ver claramente que existe una relación distinta a la planteada anteriormente. Acá se afianza una relación padrinos/ahijado a través de la participación en la fraternidad de morenada. Sin embargo, hay una desigualdad más marcada de los respectivos capitales: la pareja E tiene alto capital económico y social que es claramente marcado en sus intercambios internos de cerveza en la fraternidad. En este caso el ahijado inició en la fraternidad bastante joven a los diecinueve años de edad. Él era estudiante de contaduría pública en un instituto privado sin solvencia económica aún como la mencionada en los casos anteriores; pues para el pago de los gastos que implica el baile corrió con apoyo de sus padres. Su capital social en la fraternidad eran básicamente sus padrinos.

Si bien el comportamiento en el plano del baile era igual por parte de todos agrupándose para bailar, en las mismas líneas en el recorrido folklórico había un protagonismo claro en el grupo de afinidad para la compra de bebidas alcohólicas de los padrinos. La pareja de padrinos compraba la cerveza y su ahijado en varios casos se encargaba de servirla a pedido de ellos. Además había otras actitudes para con sus padrinos como ‘despacharlos’ cuando estén muy borrachos en taxi a su casa. No he podido observar que haya intercambio recíproco de cervezas entre padrinos y ahijado. Cuando participé acompañando a su bloque en la recepción del año 2015 hicimos cuotas entre José y su hermano para comprar una caja de cerveza dentro del local Gran Shade, previamente habíamos consumido la cerveza que compraban sus padrinos y los otros miembros del bloque Generación X.

En este ejemplo podemos observar cómo se afianzan *relaciones verticales de tipo ritual* que surgen de una relación previa consanguínea de la madre/madrina. Al ser José el ahijado con menor capital simbólico reconocido, sus padrinos se encargan de proveer de cerveza y tienen la opción de hacerle servir la bebida; para José realizar esta actividad es una señal de respeto a sus padrinos. A cambio no se exige tampoco la devolución de *ayni*

en cerveza. Hay una relación de *acompañar* enmarcada en el respeto por la figura de sus padrinos.

También invitaciones por diversión y gusto pueden resultar en afianzamiento de relaciones sociales previas como el caso de Don Salvador. Don Salvador invitó a bailar a su compadre Don Mario. Este último es doctor cardiólogo y no tenía experiencia previa en el ámbito folklórico-religioso. Ellos se conocieron a través de su padre que era atendido por el doctor a causa de unos problemas con el corazón. Se hicieron amigos y lo nombraron padrino de dos de sus hijos menores. Ahora Don Salvador y su esposa son compadres de Don Mario que parecía muy entusiasta en la recepción ante un ambiente nuevo. Este año el doctor fue invitado a la fraternidad y al bloque Generación X de su compadre. Él asistió a la *recepción social* donde vi que no existía intercambio recíproco en bebida. Don Mario se fue bastante borracho y en una entrevista posterior me aviso que no iba poder seguir participando por un viaje de varios meses que tenía planificado y que básicamente participó en la actividad por ‘diversión’. En esta actividad observé cómo varios de los miembros del bloque le invitaron latas de cerveza en el recorrido folklórico y en el local compartían bebidas al saber que era doctor¹⁰⁸. En este caso podemos claramente ver que si hubo un afianzamiento del Don Salvador y su compadre pero la *cadena de reciprocidad* no pudo activarse porque no hubo intercambios recíprocos en cerveza y el doctor ya no participó más.

Se puede decir que el objetivo de invitar a personas es probar las posibilidades económicas de esas personas y afirmar posibles relaciones. Superponer una relación ritual folklórica a una relación consanguínea implica buscar una relación más duradera. Cuando se acepta la invitación a participar en un evento folklórico-festivo se crea un vínculo de *compadres/comadres folklóricos* porque se activan *cadena de reciprocidad* en dones de cerveza. Esto requiere por lo menos dos cosas:

- Las personas que aceptan la invitación deben tener la capacidad económica de costear los gastos de la danza (cuota, indumentaria, etc.) e invertir en dones y contra-dones continuos de cerveza.
- Deben disponer del tiempo necesario para participar en las actividades folklórico-religiosas y soportar los efectos del alcohol del día de fiesta y de días posteriores (resaca). El don en cerveza se consume por el que la entrega y por el que la recibe.

Ambas características hacen que no todas las personas puedan ingresar en la fraternidad. En este espacio no sólo se consume tiempo sino dinero. Este espacio es accesible para todas las personas, es decir, se puede participar eventualmente, pero la permanencia en este espacio folklórico implica, como se mencionó, una serie de obligaciones.

Pese a que en el espacio de la fraternidad se busca una igualación del efecto del consumo colectivo de cerveza, los roles en la fiesta muestran diferencias y jerarquías marcadas en las posiciones de las personas. Por ejemplo, el caso de una persona joven (con capital económico limitado o reducido) que suele ser invitado por parientes rituales, busca un espacio de movilidad social. En el caso de José que fue invitado por sus padrinos, y la

¹⁰⁸ Incluso le prestaron una gabardina y sombrero en el recorrido folklórico para que se quede en los Intocables.

menor cantidad de capital económico de sus padres, hace que sólo el hijo pueda participar. En este sentido, José se integra, bajo la protección de su padrino al ambiente folklórico ayudándolo en actividades como servir o despacharlo a su casa.

Relaciones previas no familiares ni rituales

Una relación laboral o comercial puede afianzarse en la fiesta pues al ingresar a una fraternidad el círculo de confianza se estrecha. En la fraternidad es común llamarse por el título de *compadres* o *comadres* pese a que no ha surgido ningún nombramiento formal o intercambio o referirse al tipo de relación previa con las personas, sino por el simple hecho de participar en la fraternidad. Este título establece básicamente una *relación folklórica de igualdad en la participación* que no necesariamente compromete a nada fuera del espacio-tiempo de la fiesta. Las relaciones previas que no llegaban a familiares ni rituales como relaciones laborales o comerciales o simplemente de amistad (que nacieron en el cuartel, colegio, universidad u otros espacios de socialización más o menos durables) también pueden llegar a afianzarse en este espacio de socialización.

Tal el caso de la PAREJA E del ejemplo anterior que, al tener una importadora de autopartes, siempre está en contacto con clientes con los que llega a tener también muy buenas relaciones de amistad. Al llegar a la fraternidad por la invitación de un compadre suyo se encontró con uno de los fundadores de la fraternidad con el que ya tenían relaciones comerciales, pues es dueño de varias chaperías en la zona de San Pedro muy cerca de su importadora de autopartes. Ambas parejas tenían el trato de compadre y comadre. Al momento de la entrevista que le hice a Don Martín eran trece años que bailaban en la fraternidad (gestión 2015) y la mayoría de éstos habían tenido una relación amena y fraternal. Ambos poseen alto capital social y económico por lo que su relación fue de *compadrazgo horizontal* ya que ellos se encuentran en un mismo status de prestigio en la fraternidad, y afuera una alta capacidad económica. En la fiesta su relacionamiento era bastante amigable con un continuo intercambio de cajas de cerveza. Al principio de cualquier evento uno de los dos comenzaba y entregaba una caja a la otra pareja. Al terminar de consumir la caja el otro compadre le devolvía la caja o en todo caso luego en la siguiente actividad. Sin embargo un par de años atrás el fundador con su esposa visitaron a la PAREJA E para proponerle que se hagan cargo como prestes de la fraternidad. Se negaron rotundamente porque descuidarían su negocio y era mucha inversión de tiempo. “Ya no me habla” me dijo Don Martín, refiriéndose que su relación fraternal no era la misma, aunque continúan sus relaciones comerciales. Sin embargo el espacio de afianzamiento de relaciones se cortó.

En un segundo ejemplo está Jorge Soto. Él bailó en los Intocables el año 2012 a invitación de su jefe en ese tiempo, el empresario alteño Gregorio Cuentas. A través del vínculo laboral con él desde el año 2006, ya en el año 2010¹⁰⁹ empezó a asistir a algunos acontecimientos de los Intocables y también a otros de la fraternidad Unión Comercial¹¹⁰. Sin embargo, su primera participación en la fiesta como bailarín fue en la recepción del año 2012 a los 22 años y continuó durante toda la gestión adhiriéndose al bloque Dick Tracy. En esta situación podemos observar un ejemplo de una relación laboral vertical. Jorge llega

¹⁰⁹ Fue ese año que inició a bailar el señor Gregorio Cuentas en la fraternidad Intocables.

¹¹⁰ Fraternidad fundada por el padre del empresario Gregorio Cuentas, el señor Pablo Cuentas y sus hijos.

a la fraternidad por un vínculo laboral con su jefe que tiene alto capital económico y también social. Jorge llega con menor capital económico y casi nulo capital social dentro de la fraternidad. Sin embargo, a través de la influencia de su jefe, Jorge llega a relacionarse a los fundadores y pasantes de esa gestión; a la vez encuentra en el espacio folklórico más amplio amistades con otras fraternidades como Viajeros La Paz- Charaña . Él compartió el espacio de convivencia ampliada gracias a su jefe de alto capital social entre los *qamiris* de la fraternidad. Sin embargo, los intercambios en las interacciones de la fiesta con él no pasaron a otros ámbitos:

Conmigo no ha pasado tanto porque yo te cuento que era muy joven o sea me veían tan jovencito se alegraba la gente porque la gente mayor siempre se alegra cuando ve juventud pero como no te hacen tanto participe[...] entonces decían este no debe tener ni plata [...] porque algunos te tratan de manguero, porque eres joven, muchas veces yo me hecho tratar así porque te miran de pies a cabeza vos, ¿qué estás haciendo aquí? Manguero, con mi plata te estás tomando, así de frente te dicen (entrevista personal Jorge Soto, febrero 2017).

Si bien el espacio que se dio junto al señor Gregorio Cuentas le sirvió en el ámbito de socialización de interacciones básicas posteriormente no realizó ninguna actividad fuera del espacio-tiempo de las fiestas ajenas al Gran Poder, no hubo continuidad en las relaciones pues la relación no pudo pasar a activar *cadena de reciprocidad* en cerveza. Sin embargo, pese a que poco tiempo después de participar en la fraternidad dejó de trabajar con su jefe aún mantiene un lazo de amistad “le he ido a saludar, hemos compartido dos cervecitas, la relación se ha mantenido pero la relación laboral es lo que se ha cortado” refiriéndose a la recepción del 2016. Él encontró, en todo caso, espacios de confianza en otras fraternidades¹¹¹ que afirma tuvieron mucho que ver con el trato de la gente “te daban dos cervecitas, compartite (sic) con tus amigos” (entrevista personal, Jorge Soto, febrero 2017).

En los tres ejemplos previos se pueden observar básicamente tres tipos de relaciones presentes en las personas participantes de la fiesta del Gran Poder. Si bien se describieron casos específicos fue para demostrar de forma muy esquemática los vínculos previos socialmente aceptados que los bailarines tuvieron al ingreso a la fraternidad. A partir de esto se llegan a crear las mezclas más diversas y complejas. Una persona puede tener los tres tipos de relaciones a la vez, en diferentes grados y con variaciones personales, e ir aumentando estas en relación al tiempo de permanencia en el ámbito folklórico-religioso de la fraternidad o cambiando a otra¹¹². A esta descripción se sumó el hecho factual e inevitable que al aceptar la participación de este tipo de eventos se van a consumir bebidas alcohólicas y se describió el mecanismo principal de cada interacción. Si bien es bastante

¹¹¹ “He llegado a conocer otras fraternidad que me han llegado a gustar mas ¿no? que los Intocables, todo hace la gente, todo depende de la gente, cómo te traten, cómo te sientas... si tienes muchos conocidos entonces ahí te quedas porque te sientes más en confianza ... te trataban como su hijo como su familia ” (entrevista personal, Jorge Soto, febrero 2017).

¹¹² Varias personas cambian de fraternidad por distintas razones que pueden formar parte de las relaciones previas ejemplificadas. El caso del Bloque Inquietos 100x100 que salió de los Intocables en la gestión 2017 regresaron a invitación del pasante Omar Aliaga y su esposa. El espacio de socialización de la Fraternidad es importante pero también se pude ‘migrar’ a otras manteniendo contactos en otras o buscando un nuevo espacio.

complicado determinar el grado de la relación de las personas por criterios tan distintos a la subjetividad personal de cada bailarín, se comprobó que la interacción en el interior de la fiesta está directamente relacionada con los intercambios que se realizan principalmente en cerveza. A más intercambios en cerveza, mayor estrechez en la relación social.

Si bien hay una estrecha afinidad de los vínculos familiares, afines o rituales, éstos no necesariamente representan una obligación directa, sino que la *invitación a acompañar* a un evento folklórico festivo y el posterior intercambio de cervezas y *compartir* bebidas alcohólicas cimienta una relación tangible; pues hay un don y contra-don en cerveza. A veces se habla de una doble relación ‘es mi cuñado y mi compadre también’ que nos habla de una superposición de relaciones. En el caso de las relaciones laborales o comerciales se nota como en este grupo social no se limita a la relación vendedor-comprador o jefe-trabajador, sino que puede incluso generar un espacio más estrecho de relaciones. Podemos distinguir que hay básicamente una *relación horizontal* más intensa de intercambios cuando se demuestra solvencia y capacidad económica muy pocas veces atribuida a los jóvenes.

En el otro caso, cuando se trata de un joven que aparenta no tener esta capacidad y que no está casado se le puede tratar de la anterior manera y depende bastante de la persona que lo invitó, como un padrino en el caso descrito de José o el Señor Gregorio Cuentas en el caso de Jorge Soto, que son los que los intercambios principales de cerveza y los otros están más de acompañamiento. En este caso hablaríamos de formas de relacionamiento pero en menor medida porque no se activan las cadenas de reciprocidad entre ambas personas/pareja.

El *espacio de socialización* que engloba la fraternidad, en diferentes niveles, siempre da apertura a más relaciones sociales. Las bebidas alcohólicas, específicamente la cerveza, funcionarían entonces como una deuda permanente entre las personas o parejas una vez activada la *cadena de reciprocidad*. Esta no tiene reglas específicas de tiempo.

2. Nuevas relaciones a través de la fiesta

En el anterior acápite se pudo observar el afianzamiento de relaciones sociales previas de los bailarines de la fraternidad que llegan a determinar intercambios más constantes en la fiesta; tanto de tipo familiar y afín como de tipo ritual y de amistad. Sin embargo, para contextualizar este subtítulo es necesario resaltar la creación de un ambiente de confianza al interior del ambiente folklórico. Este espacio puede ser denominado como un espacio de convivencia (Machaca, 2015). Este ambiente si bien llega a servir como un lugar ameno para el afianzamiento de relaciones previas, también genera un espacio propicio para la creación de relaciones sociales nuevas cuyas características describiremos más adelante.

Hay espacios de convivencia en la misma festividad del Gran Poder como el de las fraternidades de danzas livianas como la Diablada de Bordadores. En esta fraternidad bailan principalmente miembros de la Asociación Mixta de Artesanos Bordadores Autodidactas (AMABA) y tienen una especie de rotación, incluso en el cambio de organizadores-prestes determinada por su organización sindical. La dinámica social del grupo se enmarca en casi los mismos miembros y la apertura, si bien es para el público en general, no se amplía con nuevas personas de otros ambientes. Estamos hablando de un

máximo de 50 participantes¹¹³. El mismo ambiente no es propicio para entablar nuevas relaciones sociales con personas de diferentes rubros. En cambio, con alrededor de 1000 participantes, más de 20 bloques sin contar los bloques invitados¹¹⁴ y los que se van creando cada año, en la Fraternidad Intocables hay una circulación amplia de personas que vienen desde distintos rubros y situaciones económicas y sociales. Es cierto que es imposible llegar a tener interacciones intensas con todas las personas de la fraternidad, tal vez ni siquiera se alcance interacciones menores con la mayoría. Sin embargo, permite conocer personas de distintos ambientes que sobrepasan el espacio en que se desenvuelve la festividad del Gran Poder¹¹⁵. Así se da lugar a entablar relaciones sociales con distintas personas que sobrepasa el afianzamiento de relaciones previas demostrado en la anterior parte.

Veamos el caso de Don Javier, sastre desde hace 40 años, tiene una tienda de telas para trajes en la calle Nataniel Aguirre llamada Xavier's. Participa en la fraternidad por 14 años hasta el año 2016. Muchas veces han querido nombrarlo pasante de la Fraternidad, pero ha evitado esta situación pues le atribuye mucha inversión de tiempo y dinero. En el bloque Inquietos que participa tiene varias relaciones familiares. Un tío suyo fue pasante de la fraternidad y fue por esta razón que reunió a su familia para participar. El bloque Inquietos se fundó con alrededor de 80 parejas participantes. Sin embargo, por diferencias con los fundadores la mayoría del bloque se fue a la fraternidad Majestad Bolivia como se vió en la descripción del objeto de estudio. Al final, se quedó en la fraternidad con dos de sus primas y sus esposos y de ahí recién el bloque se fue reactivando. A partir de la fiesta me dice Don Xavier tiene varias amistades nuevas aparte de su familia:

Primero he entrado pues ¿no? Casi no conocía a la gente, poco a poco, años tras años van pasando, he conocido más gente, más amistades así como te puedo decir un montón, hasta no sé sus nombres, pero como personas nos conocemos, nos vemos a veces, yo le saludo y también así a veces me presentan a su señora pero más es en la fiesta nomás, de repente también en algún matrimonio nos vemos también... en la Graneros, Huyustus ahí también tienen sus negocios... (Entrevista personal, Don Javier, Noviembre 2016).

Sin embargo, las amistades nuevas no traspasan el espacio-tiempo de la fiesta en nuevas interacciones profundas. En su testimonio entiende que el espacio de la fraternidad si bien permite un espacio de confianza ésta no va más allá si no hay intercambios que cimenten nuevas relaciones como la de compadrazgo. Don Javier llegó a tener nueva relaciones pero sólo con sus familiares “relaciones con mis parientes del bloque si, padrino de bautizo aquí arriba cerca del puente topater, del mercadito, padrino de ch'alla de casa en este otro lado también he ido” pero no con nuevos. Además el espacio folklórico-religioso se amplió también yendo a participar en otras fiestas:

¹¹³ Datos en base a una investigación en la Fraternidad Bordadores en materia Metodologías de la Investigación Cualitativa 2012 de la Carrera de Sociología UMSA.

¹¹⁴ Cada año hay nuevos bloque invitados que se relacionan principalmente con las relaciones de los pasantes en otras festividades (Ver Capítulo II)

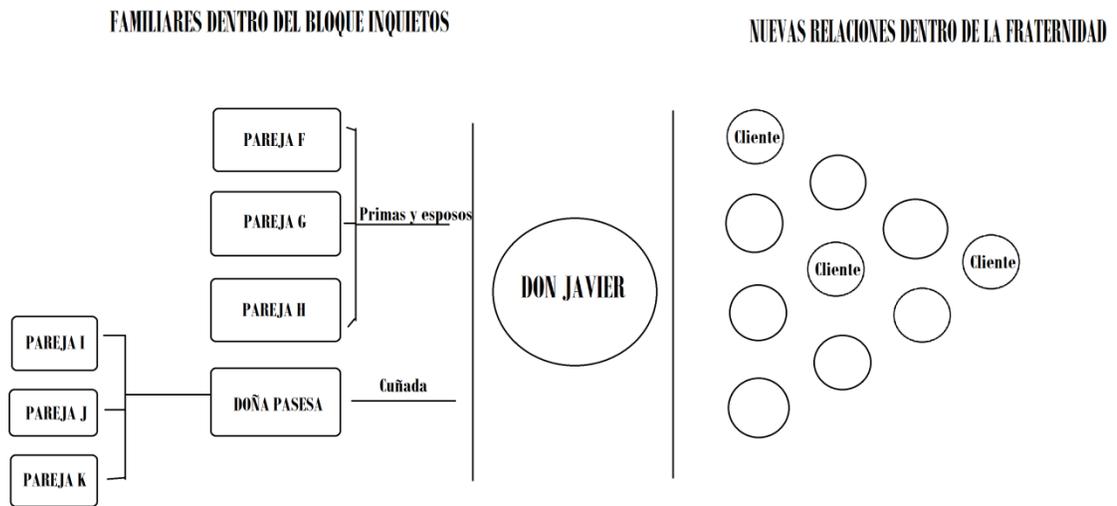
¹¹⁵ Alrededor de 5 personas del bloque Inquietos viven en la ciudad de El Alto y realizan la mayoría de sus actividades allí. De las pocas veces que bajan a la ciudad de La Paz es para las actividades del Gran Poder. De la misma manera en conversaciones cortas he conocido personas que viven y trabajan en Cochabamba o incluso en Argentina.

Depende de las personas, tiene una amistad que allá tiene fiesta y le dices yo bailo en tal lugar, de tal manera que así a las fiestas invitan: Cota Cota, 16 de Julio, Mallasa, a Carabuco hemos ido a bailar como bloque, allá los pasantes tiene su conocido y nos da su cariño, o el que nos lleva puede dar también ¿no?, depende de vos si te animas, tu tiempo, tu actividad ves, el trabajito no se puede dejar así no mas pues, hemos ido a bailar también a Coro Coro (entrevista personal, Don Javier, noviembre de 2016).

Pero es necesario recalcar que se puede encontrar una vinculación con su actividad laboral en las fiestas, sólo que obviamente este espacio trasciende el Gran Poder

... en mi gremio me ayuda harto pues digamos, voy a me invitan a provincias o aquí en la ciudad, zonas voy, la misma gente les digo me conocen estoy tal parte. Vienen mucha gente de esa parte se consigue mas cliente, mas cliente viene, si ya no vas digamos la gente hay otra nueva generación que tienen que conocerte también (entrevista personal, Don Javier, Noviembre 2016).

DIAGRAMA N° 15 PARENTESCO Y RELACIONES NUEVAS DON JAVIER



Fuente: Elaboración propia.

Esta relación entre el ambiente festivo y relaciones económicas es muy interesante pues he encontrado el mismo caso en el bloque especial Los Sopranos, donde uno de los miembros es sastre, con taller en la calle Nataniel Aguirre y realiza los trajes y diseños para todo el bloque, incluso para el exterior como Juliaca-Perú donde se fundó una filial del bloque¹¹⁶. Otro caso fue el de una diseñadora que baila en el bloque especial Los bichos que promociona sus diseños incluso en Intocables Barcelona¹¹⁷.

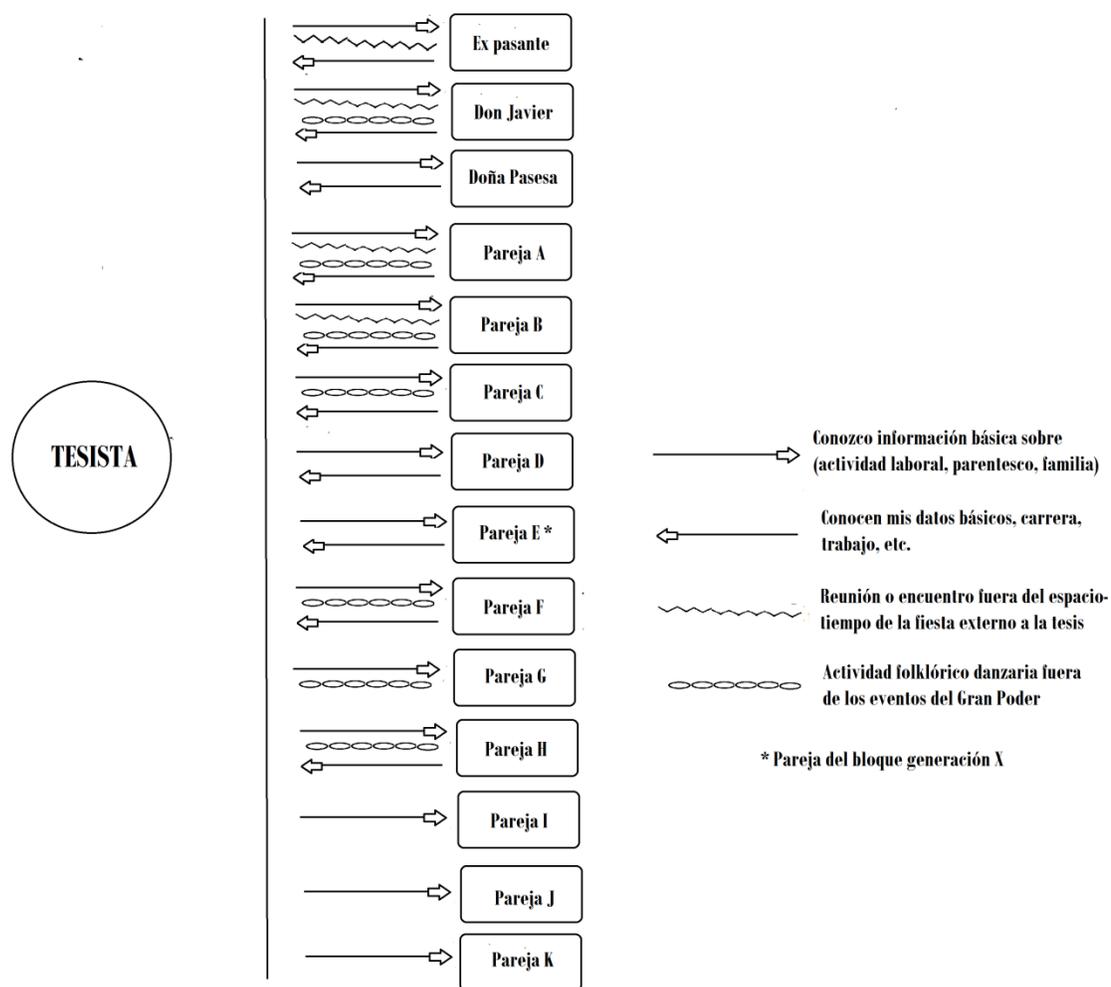
Considero importante mi caso como investigador también. Como se mencionó en la metodología, yo inicié a participar en el ambiente folklórico y festivo recién a mis diecisiete años desde un ambiente laboral, pues mi familia o círculo social más cercano no participa en este ambiente. Sin embargo, al planificar la investigación decidí bailar con la invitación porque contaba con que hace un tiempo un amigo de colegio cercano me invitó.

¹¹⁶ Si bien hay filiales de la fraternidad Intocables en otros países como se detalló en el capítulo II, también se pudo ver el fenómeno de los bloques.

¹¹⁷ Información obtenida en redes sociales.

Al final, él no participo en la festividad del año 2015, sólo en algunas actividades por lo que me quedé sin ninguna relación previa que me pudiese insertar en el ámbito de la fraternidad. Se podría decir que, a partir de este momento, mi capital social era prácticamente cero. Sin embargo, a partir de esa experiencia de baile, he creado muchas nuevas amistades de diversos rubros y ambientes con los posiblemente de otra forma no hubiera logrado amistades tan directas particularmente porque son personas que en su mayoría pasan los 40 años. En muchas de las borracheras uno que otro me ofrecía cordialmente el trato de hijo, al verme con mi pareja en esos momentos se ofrecían a “hacernos casar”, es decir, ser padrinos de matrimonio o se interesaban en darme consejos sobre la vida en general, el ahorro, etc. En base al trabajo de campo no puedo asegurar que todos los tratos u ofrecimientos que se dicen en el estado de ‘borracho’ se toman como palabra seria como diría Quilali (2015) en cambio diría que todo lo acordado en este estado debe ser impulsado por la *participación activa* de una de las partes, es decir, aparte del interés que se puede tomar en la borrachera que se tome acciones como un inicio de dones que conlleven a relacionarse más en el futuro.

**DIAGRAMA N° 16
RELACIONES NUEVAS A TRAVÉS DE LA FIESTA**



Fuente: Elaboración propia.

Aparte de conocer y/o que me conozcan que es un trato simple de saludos y consumo de vasos de cerveza, no he tenido otras interacciones más profundas con otras personas, como nombramientos para padrinazgos de ningún tipo, aunque si he intercambiado cerveza con doña Pasesa y dos parejas del bloque, que ha significado un afianzamiento al interior del bloque. Sin embargo, como se ve en el diagrama en lo que más he tenido interacciones fuera del espacio-tiempo del Gran Poder es en otras fiestas y otras relaciones han sido casuales o producto de buscar entrevistas. En los otros casos podría decir que, igual que Don Javier, tengo muchas amistades que no recuerdo su nombre o a veces tengo número guardados después de una borrachera de personas con que no recuerdo haber interactuado.

Un caso interesante que podría resaltar es el trato que tuve con una de las pasantes que me introdujo a la fraternidad como su invitado. Verbalmente me recalco su agradecimiento por acompañarla en todas las actividades, pues hasta el día del recojo de los pasantes yo estuve presente acompañándolos.

Mira Daniel cuando tengas fiesta me vas a invitar, cualquier cosa me vas a invitar yo voy a ir vos eres mi invitado aquí, ese día si no me hubieras hablado no pues nada, y me has acompañado en casi todo de los Intocables, grande es el cariño Daniel, vos has venido nos has acompañado nosotros vamos a ir (entrevista personal, Doña Palmira, pasante de la fraternidad, Mayo 2015).

En este caso particular no tuve la oportunidad de comprobar si ella asistiría a alguna fiesta que yo organice; sin embargo, al momento que escribo estos párrafos sigo teniendo contacto con Doña Palmira que sobrepasa la búsqueda de informantes claves de la investigación. Seguramente si realizo alguna fiesta será ella una de mis primeras invitadas y podré comprobar el compromiso verbal que me hacía.

La apertura a nuevas fiestas: el bloque y la fraternidad

La fraternidad forma un espacio amplio de confianza pero que no resulta en interacciones con todos los participantes. Sin embargo, poco a poco se van creando nuevos espacios de *compartimiento*¹¹⁸ al interior de la fraternidad en el marco de un *continuum folklórico-festivo*. Tal es el caso de la mascarada, la entrada de tentaciones, la entrada del curso infantil o simplemente los aniversarios de bloques de la fraternidad. Estas actividades no dependen de la organización de los pasantes de la gestión, aunque, varios bloques de los participantes de la fraternidad están presentes también¹¹⁹. Estas actividades se van ampliando cada año generando espacios de afianzamiento de relaciones y compartimiento.

La principal forma de afianzamiento de relaciones es la participación en otras fiestas. Estas invitaciones se realizan generalmente en el momento en que se comparten bebidas alcohólicas cuando las personas ya están más habladoras y desinhibidas. O también, como en el caso de la Mascarada y Tentaciones los pasantes cuelgan las invitaciones a los bailarines en el recorrido folklórico. Generalmente se invita una o varias cajas al bloque (si la invitación es al bloque) y luego se reparte; invitaciones individuales, poniendo el nombre de cada persona/pareja. En otros casos directamente se invita cerveza a la persona/pareja y se entrega la invitación. A continuación describiré dos en las que pude participar:

¹¹⁸ Esta palabra se utiliza en el ámbito festivo para referirse a el espacio de consumo de bebidas alcohólicas.

¹¹⁹ La entrada de tentaciones es generalmente más abierta al público en general.

En el primer caso Don Hugo y su esposa Doña Gladys, pasantes de la fiesta de la virgen del Carmen en la zona El Carmen, valga la redundancia, el año 2015 querían que todo nuestro bloque participe en la fiesta con el traje de la fraternidad Intocables. Durante varios ensayos para el Gran Poder se acercaban a cada fraternx del bloque para invitarles a que les “acompañen” en la fiesta de la Virgen del Carmen e invitaban una o dos cajas de cerveza y se entregaban también invitaciones personales/pareja (ver anexo N°). Pasados todos los eventos del Gran Poder, una semana antes de la fiesta, recibí una llamada invitándome a bailar. Era Don Javier, primo de doña Gladys, que me invitó y me dijo que vayamos a *compartir*. Yo acepté y el día de la fiesta me dirigí al lugar. En el lugar nos dieron un espacio para el bloque en la danza que estaba justo detrás de los pasantes. Fuimos ocho miembros varones y seis miembros mujeres. Las mujeres bailaron delante de los varones.

Después del baile, la pareja de pasantes tenía el local de fiestas “Pista San Pedro” para la recepción social donde había una mesa reservada para el bloque. Al llegar nos entregaron dos cajas de cerveza que Don Javier agradeció y luego repartió a una entre mujeres y otra entre varones. Después de terminar las cajas Don Javier y Don Marcio trajeron una más para el bloque. Así de esta manera se repetía el intercambio recíproco al interior del bloque manteniendo las *cadenas de reciprocidad*. No observé mucha relación con los otros participantes de la fiesta.

El otro caso fue a partir de un fraterno que me hizo la invitación. Don Boris se identifica a sí mismo como folklorista: Participa en varias fiestas a las que lo invitan. Él ha ganado bastante capital social respecto a las fiestas y tiene su taller de serigrafía en la calle Mariscal Santa Cruz y su familia consta de su esposa y cuatro hijos. A partir de ese taller fundó un bloque en su zona denominado los Primos Gallardos. En base a este bloque lo invitaron a participar en la entrada en honor al Tata Santiago en la zona El Carmen cerca a la avenida bueno aires que se celebra en Julio. En una conversación entre bebidas alcohólicas me invitó y yo acepté participar bailando en mencionada fiesta. Bebimos bastante ese día entre anécdotas de la fiesta que era ya su segundo año. Dos semanas antes de la fiesta me llamó para confirmar mi participación y fui a su taller para dejar la cuota del traje y me entregó la invitación. En la actividad en la velada me entregó dos botellas de té con té y en la fiesta después del recorrido folklórico dio una caja al bloque.

Es así que a partir de la fiesta del Gran Poder se abre un abanico de invitaciones para participar en otras fiestas más pequeñas de la ciudad de La Paz o en las provincias¹²⁰ donde los fraternxs participan. Así se amplía el capital social de las personas que bailan porque en cada evento uno se relaciona mejor con su bloque y el espacio de consumo se vuelve propicio para afianzar nuevas amistades y tal vez relaciones que suponen intercambios más intensos como los compadrazgos. Es muy interesante como la idea de bailar tres años en cada festividad intensifica la participación en fiestas. Don Boris me recalca que era su segundo año y que le faltaba un año más para cumplir. O en el caso de los Intocables, después de la entrada el 2016, que ya había cumplido igual dos años y que el 2017 terminaba con su tercer año. Y después su participación dependía de “lo que el tata quiera”.

¹²⁰ Ya en la fiesta del Tata Santiago me invitó a participar al año siguiente en un pueblo camino a Sapahaqui. Me recalcó muchas veces que hay mucha mejor atención en los pueblos.

En ambos casos descritos se ve que claramente la invitación surge en espacios mediados por las bebidas alcohólicas y el posterior intercambio y consumo de bebidas alcohólicas cimienta la invitación. Es claro cómo el *continuum folklórico* se entabla en este ambiente y con la idea de los tres años,- puede acrecentarse exponencialmente a un compromiso tres años más pues sólo una vez al año son las fiestas de cada santo o virgen.

3. El *continuum folklórico* y los beneficios de la *contra-afinidad*

Según Selaya (2009) y Vargas (2000) los eventos folklórico-religiosos son un espacio propicio para crear redes sociales y relaciones laborales/comerciales. Esto es observable en contextos cerrados como fiestas de pueblo vinculados a actividades como el contrabando. El espacio de los prestes y otros de ritos de paso es indispensable para crear un espacio de confianza y cimentar negocios o creación de alianzas. Si bien se menciona en ambos casos a estos espacios como propensos para estas relaciones no se especifican los mecanismos con los que se mantienen.

En base a los datos de campo obtenidos, se puede aseverar que la participación en una fiesta folklórico-religiosa aumenta el nivel de socialización. Lxs fraternxs conocen personas en distintos niveles de interacciones. Una interacción básica que puede ir desde la presentación por otra persona, compartir pequeñas conversaciones (en el baño, en el trayecto de baile, etc.), incluso compartir algún vaso de cerveza. Luego una interacción intermedia, generalmente en el grupo de referencia (bloque), que consiste en compartir el consumo de bebidas. Hasta una interacción mayor que implica un intercambio de cerveza (en cajas) y el *acompañamiento* en otros eventos folklórico-religiosos.

Este último tipo de interacción (mayor) es el que establece *una cadena de reciprocidad en cerveza* que implica una serie de acontecimientos/eventos folklórico-religiosos (fiestas patronales o prestes), religioso-festivos (matrimonios, bautizos, cabos de año) o simplemente festivos relacionados a ritos de crisis vital (licenciamientos, colaciones de grado, promociones, rutucha etc.). La participación en este tipo de eventos tiene como eje de relacionamiento el consumo de bebidas alcohólicas; específicamente cerveza. En términos conceptuales la cerveza es el don otorgado por una persona/pareja hacia otra persona/pareja que llega a comprometer un contra-don devuelto también en cerveza. Este intercambio se denomina como *ayni* por las personas de la fraternidad. En todos los eventos se consume principalmente cerveza¹²¹ y funciona en el espacio-tiempo de la fiesta como un mediador entre las personas y afuera del espacio-tiempo de la fiesta representa un compromiso ‘tangible’ en sus relaciones sociales. La ‘invitación’ es también un don que se da verbalmente y en la mayoría de los casos implica también su versión física con una invitación impresa¹²² y el contra-don sería el ‘acompañar’ a una persona/pareja que dio la invitación. La *cadena de reciprocidad en cerveza* activa un *continuum folklórico*.

¹²¹ También hay otras bebidas alcohólicas que se consumen: Cocteles o ‘tragos’ que prepara el servicio gastronómico o algunas bebidas en botella como singani o whisky ‘tapados’ que se colocan en las mesas en las fiestas de los acontecimientos religioso-festivos.

¹²² El caso de las invitaciones del Gran Poder fue tratado hasta ahora por (Barragán, 2009). Su importancia es resaltable pues he visto en las salas de algunxs participantes cuelgan las invitaciones como una muestra de

El resultado del *continuum folklórico* es la creación de un vínculo de parentesco ritual primero con los miembros del grupo de afinidad o bloque y luego con la fraternidad en general, una gran familia Intocable. Esto crea un espacio donde se superpone un vínculo ritual folklórico a relaciones consanguíneas o relaciones laborales o de amistad previa. Como diría Spedding (1998), esta es una relación opcional, que se elige, y uno debe cumplir con ciertas obligaciones, en este caso el generar cadenas de reciprocidad en cerveza adhiriéndose así al *continuum folklórico* que posteriormente le puede traer otros beneficios: la contra-afinidad. Además, los títulos de compadres/comadres con los que se dirigen en la fraternidad componen un espacio parecido al que se creó con el partido CONDEPA en el que la población popular de migrantes de primera generación reconstruía un universo previo ordenado por el parentesco (Spedding, 1998: 134)

La confianza creada por un vínculo establecido en el espacio del Gran Poder tiende a ser afianzada en otras fiestas. A mayor cantidad de fiestas que se asiste, las relaciones sociales se afianzan más y son nuevos espacios que se van generando poco a poco que hacen ampliar el espacio festivo para los participantes. Si bien, no se puede hablar directamente del establecimiento de relaciones laborales o comerciales fuera del espacio-tiempo de la fiesta no se puede desestimar que existen, porque en el espacio de la fraternidad hay potencial de encontrar personas dedicadas a actividades comerciales, en su mayoría exitosas.

su participación en la fiesta del gran Poder. También se pudo observar otras invitaciones como de la fiesta de la 16 de Julio para la virgen del Carmen.

Conclusiones

En primer lugar, en la Fraternidad Verdaderos Intocables del Gran Poder, la bebida alcohólica más consumida es la cerveza Paceña. Esta bebida, pese a que su precio es elevado, se la consume en todos los eventos de la fraternidad relacionados a la fiesta del Gran Poder. Existen otras bebidas de alto nivel alcohólico como whisky, ron o singani y bebidas alcohólicas preparadas como el *té con té* pero que se consumen en mucha menor cantidad y cuya dimensión social no es tan marcada como la cerveza.

El sentido social del consumo de bebidas alcohólicas en la fraternidad Verdaderos Intocables en el evento folklórico-religioso del Gran Poder es la búsqueda de *socialización*. Ningún(a) participante asiste a las actividades de la fraternidad para beber solx, ni tampoco, por extensión para estar solx. La fraternidad misma es un espacio intensificado de relaciones sociales que a diferencia de otras instituciones sociales como las instituciones educativas (colegio, universidad), militares, o los espacios laborales que tienen objetivos propios dirigidos en actividades específicas; acoge a sus participantes en un espacio de continua creación de relaciones sociales de diferentes ámbitos. Pese a que hay características de otros consumos específicos como la indumentaria, grupos musicales, danza folklórica, etc., el único elemento que entabla directamente relaciones de intercambio, en diferentes niveles, entre lxs bailarinxs son las bebidas alcohólicas. La cerveza, en este sentido, desde la invitación de un vaso hasta la entrega en cajas de doce botellas, se interpreta como un *don* que entabla relaciones estables en el tiempo entre las personas.

Lo que resalta de la interacción con alcohol, a diferencia de otros consumos, es que el don se entrega en un objeto palpable (físicamente) y que es incorporado en el cuerpo de la persona que recibe el don; o colectivamente por el grupo de referencia, en caso que sea un don en botellas o cajas. Entonces, nos referimos a una doble dimensión: actúa como intercambio de un objeto específico y palpable y genera un efecto denominado como borrachera. Ambas dimensiones crean un espacio de alto potencial para la socialización en diferentes esferas.

El alcohol al interior del espacio-tiempo de la fiesta

Hay dos dinámicas del alcohol dentro de la fraternidad: La primera es la dinámica de los *qamiris* (pasantes) y la segunda la dinámica de lxs fraternxs. Los qamiris, al ser los organizadores de la fiesta, usan la bebida como elemento indispensable para relacionarse con lxs fraternxs. Este consumo tiene una dinámica propia de obtención entre transacciones económicas e inversión propia: parte de la inversión que hacen en el gasto total de la fiesta está reservada para la cerveza, los contratos económicos se utiliza a la cerveza como medida adicional de ingresos, reciben aynis de que luego son distribuidos en la fiesta. Además es una muestra simbólica de su estatus y prestigio: Ellxs no son las personas que se hacen ver vendiendo la cerveza, en cambio, ellxs aparecen cuando la cerveza es entregada como muestra de “cariño” para que los fraternxs (antiguuxs y nuevxs) se sientan conformes con una buena atención y participen en la fraternidad. Además, entregan cerveza a los músicos, que puede ser parte de su contrato de trabajo, para que trabajen con más ánimo o entusiasmo. Los qamiris de la fiesta se diferencian en el acto de la distribución/entrega de la cerveza, mientras que evitan o están alejados del ámbito del

consumo. Hay personas en la fraternidad que legitiman el espacio folklórico como lxs fundadorxs (con alto capital simbólico) o figuras política. Sin embargo, hay personas famosas como lxs pertenecientes a las agrupaciones musicales que también hacen que el consumo de bebida alcohólicas sea legitimado para el grupo en cuestión con palabras referidas a su consumo o haciendo visible el consumo de la bebida legitiman este bien de consumo.

A partir de este acercamiento a sentido social del consumo podemos establecer algunos mecanismos principales que genera el consumo de bebidas sociales:

Mecanismo 1

El distribuir/entregar un don en bebidas alcohólicas inicia una *cadena de reciprocidad* en diversos niveles. Puede ser un *don menor* en la entrega de vasos de cerveza que no necesariamente implica la devolución, un *don medio* como una lata de cerveza, dos botellas o cuatro que implican ya una devolución o un *don mayor* que inician con una caja de cerveza (doce botellas) o más que ya implica una relación más intensa.

Mecanismo 2

El recibir/aceptar un don en bebidas alcohólicas acepta una *cadena de reciprocidad* en y entabla una relación duradera en el tiempo de acuerdo a los niveles mencionados anteriormente.

Mecanismo 3

La distribución/entrega de la cerveza no está directamente relacionada con el consumo. Esto se refiere a que la entrega el *ayni*, pese que puede ser directamente entregado a una persona/pareja, no es consumida *exclusivamente* por esa persona/pareja. En cambio el consumo de bebidas es colectivo.

Mecanismo 4

El consumo de bebidas alcohólicas es colectivo. La figura del bebedor solitario no se observa y es prácticamente nula. En todos los casos el consumo se realiza entre dos personas o más personas que componen el grupo de referencia de la persona con la bebida. En consecuencia, el efecto de la borrachera, es generalizado entre los participantes.

La dinámica del alcohol en lxs fraternxs se agrupan en relación a sus grupos de referencia que son los bloques. La obtención/compra de las bebidas alcohólicas es un gasto personal/pareja o colectivo/bloque que se consume en todos los casos de manera colectiva. El consumo entre mujeres y varones es al inicio dividido entre géneros. Después que pasa el acto central y el recorrido folklórico, en la fiesta/recepción social, los grupos rompen el típico paralelismo andino y se volviendose mixtos. Este cambio coincide con un aumento en el ritmo de consumo de bebidas alcohólicas. Al inicio de las actividades el consumo es lento y por lo general una sola persona sirve, además que los rituales asociados a su consumo son más demarcados. En la segunda parte, varias personas sirven y el consumo es más intenso en continuas invitaciones y contra-invitaciones. La distribución en grupos

mixtos coincide con el cambio de intensidad en el consumo en el momento en que las parejas salen a bailar en las tandas musicales en pareja.

El consumo de bebidas alcohólicas genera estados de embriaguez en las personas que afectan las capacidades físicas. Sin embargo, estos efectos del alcohol son construidos socialmente, es decir, que no son directamente proporcionales a la cantidad de bebida consumida ya que igual la cuantificación exacta de la bebida ingerida es siempre relativa por la ch'alla y el desecho de la bebidas sobrante de los vasos (mecanismos para evitar emborracharse). Las personas negocian estos estados con las personas de su grupo de afinidad principalmente en relación a las consecuencias. Varias veces las actitudes o comportamientos en las borracheras causando conflictos entre parejas o entre fraternos que van desde violencia verbal hasta física. Sin embargo, hay una especie de relajamiento a los comportamientos negativos cuando las personas están borrachas consiguiendo así que no rompa la estructura de las parejas o del grupo de afinidad.

Las relaciones sociales fuera el espacio-tiempo de la fiesta

El espacio que crea la fraternidad y el consumo de bebidas alcohólicas se basa en relaciones sociales previas: familiares, afines, rituales, laborales; o también pueden generarse nuevas relaciones sociales. Estas relaciones, se afianzan en el interior de la fraternidad y ya en el exterior tienen más solidez formando parte de nuevas invitaciones a otros acontecimientos. Esto gracias a las *cadena de reciprocidad* que se tejen por el intercambio de bebidas alcohólicas generando deudas sociales continuas entre las personas. Las cadenas de reciprocidad activan un *continuum folklórico* que consiste en la participación en una cadena otros eventos similares folklórico-religiosos y también festivo-religiosos o simplemente festivos.

Si bien es cierto que investigaciones previas han demostrado un espacio folklórico de prestigio expresado en el espacio-vitrina del Gran Poder que genera vínculos y redes sociales, Guaygua (2001), Tassi (2010) Barragán (2009) Machaca (2015) y también Quilali (2015), no se prestó importancia a cuál es el mecanismo que hace posible que estas relaciones sociales sean duraderas en el tiempo. Con la presente investigación se pudo demostrar que el bien de consumo que mantiene las relaciones sociales es la cerveza y enmarca con los mecanismos sociales y rituales relacionados a su consumo.

Las *cadena de reciprocidad* que activan el *continuum folklórico* generan un vínculo de parentesco afín: un compadrazgo folklórico. Se genera, un grupo de pertenencia conformado con personas que no son consanguíneas ni afines, o si lo eran ya previamente, se afianza la relación superponiéndose el parentesco ritual. Siguiendo la línea de análisis de Spedding (1998) sobre la contra-afinidad, podemos afirmar que el parentesco ritual creado en el ambiente folklórico con todos los fraternos genera una *gran familia Intocable* en un parecido a la creación del partido político CONDEPA. Además, este tipo de vínculo persiste en el tiempo porque es elegido, es decir, es un vínculo opcional. Este vínculo sólo se mantiene cuando se cumplen ciertas obligaciones que en el ámbito folklórico principalmente es consumir bebidas alcohólicas enmarcados en cadenas de reciprocidad y bailar en el evento folklórico-religioso. Como también, soportar lo que esto implica en el cuerpo el día de la fiesta (embriaguez) y después (ch'aki). Por lo tanto los fraternos generan vínculos de parentesco ritual con personas/parejas de sus bloques o grupos de

afinidad de acuerdo a sus intereses. Esto crea un espacio potencial de otro tipo de relaciones (laborales, comerciales, etc) que sobrepasan ya el espacio folklórico.

Lxs compadres/comadres folklóricos tienen una tendencia a ser grupos de alto capital económico por los altos costes que implican los implementos de baile y el gasto en cerveza: para poder estar en el grupo uno tiene que pagar su cuota y comprar/fletar ropa distintiva del grupo y cumplir con las *cadena de reciprocidad*.

Bibliografía

- ABERCROMBIE, Thomas
1993 “CAMINOS DE LA MEMORIA EN UN COSMOS COLONIZADO: Poética de la bebida y la conciencia histórica en K’ulta” En *BORRACHERA Y MEMORIA: La experiencia de lo sagrado en los Andes*. La Paz: hisbol/IFEA
- ABSI, Pascale
2005 *Los ministros del diablo: el trabajo y sus representaciones en las minas de Potosí*. La Paz:PIEB
- ALBÓ Xavier y PREISWERK Matías
1986 *Los señores del Gran Poder*. La Paz: Centro de Teología Popular
- BARRAGÁN, Rossana
2009 “La fiesta de poder, el poder de la fiesta”. En *Gran Poder: La morenada*. La Paz: PIEB.
- BECKER, Howard
2010 *Trucos del oficio*. Argentina: Siglo Veintiuno Editores.
- BOURDIEU, Pierre
1991 *El sentido práctico*. Madrid Taurus
1995 *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Ed. Akal Madrid
2000 *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- CAMPBELL, Ysla
s/f ASPECTOS LITERARIOS DEL DISCURSO RELIGIOSO DE NUEVA VIZCAYA: CARTAS ANNUAS DEL SIGLO XVII. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- CELIN-BOLIVIA
2010 *Consumo de drogas en Bolivia 1992-2010*. La Paz: CELIN.
- COPA, Javier
2010 “Aproximaciones teóricas sobre el Consumo de Drogas en Bolivia”. En *Temas Sociales N 30*. La Paz: IDIS
- CRUZ López de Ayala, María
2004 *El análisis sociológico del consumo: una revisión histórica de sus desarrollos teóricos* Universidad da Coruña
- JENNINGS, Justin
s/f *La Chichera y El Patrón: Chicha and the energetics of feasting in the Prehistoric Andes*. University of California.
- FLORES, Saúl
2012 *Retorno al Mundo: abandono de la religiosidad evangélica en El Alto*. Tesis de la Carrera de Sociología. La Paz: UMSA
- Gobierno Autónomo Municipal de la ciudad de La Paz
2012 *Análisis Económico Festividad del Señor Jesús del Gran Poder 2012 Boletín Final*
- Gobierno Autónomo Municipal de la ciudad de La Paz
2016 *Análisis Económico Festividad del Señor Jesús del Gran Poder 2015*
- GASCON, Jorge
2004 *Compadrazgo y cambio en el Altiplano peruano*. Universidad de Barcelona
- GEFFROY,Céline
s/f *Beber con la Pachamama. Los usos simbólicos del alcohol en los Andes*
- GEORGI. Alverti y MEYER, Enrique (Comp)
1971 *Reciprocidad e Intercambio en los Andes peruanos*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos

- GOFFMAN, Erving
1981 La presentación de la persona en la vida diaria.
- GRECO, Orlando
2003 *Diccionario de Sociología*. Valleta ediciones.
- GUAYGUA, Germán y CASTILLO, Beatriz
2008 *Identidades y Religión: Fiesta, culto y ritual en la construcción de redes sociales en la ciudad de El Alto*. La Paz: ISEAT.
- GUAYGUA, Germán
1999 *El mercado de los bienes de salvación: consumo y habitus religioso en la zona del Gran Poder (ciudad de La Paz)* Tesis de la Carrera de Sociología. La Paz: UMSA
2001 *Las estrategias de la diferencia: Construcción de identidades urbanas populares en la festividad del gran poder*. Cuadernos de Investigación 11. La Paz: IDIS.
- GUERRERO, Johnny
2011 *Los tres rostros del Gran Poder: de la festividad a la fiesta*. La Paz: Talleres Gráficos Compaz.
- HARVEY, Penélope
1993 “GENERO, COMUNIDAD Y CONFRONTACIÓN: relaciones de poder en la embriaguez en Ocongate, Perú.” En *BORRACHERA Y MEMORIA: La experiencia de lo sagrado en los Andes*. La Paz: hisbol/IFEA
- HEATH, Dwight
1993 “Borrachera indígena, cambio de concepciones. Comentario en torno a *Borrachera y memoria*. En *BORRACHERA Y MEMORIA: La experiencia de lo sagrado en los Andes*. La Paz: hisbol/IFEA
- LLANQUE, Jorge y VILLCA, Edgar
2011 *Qamiris aymaras: Desplazamiento en inclusión de elites andinas en la ciudad de Oruro*. La Paz. PIEB
- MACHACA, Jesús
2015 *LA CHOLA PACEÑA EN LA GENERACIÓN DE ESPACIOS DE CONVIVENCIA SOCIAL: LA MORENADA INTOCABLES*. Tesis de la Carrera de Sociología. La Paz: UMSA
- MALLARINO, Olga (y otros)
2004 *La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social*. Colombia: Convenio Andrés Bello
- MAUSS, Marcel
2009 *Ensayo sobre el Don*. KATZ Editores:Madrid
- MILLS, C. Wright
2003 *La imaginación sociológica*:FCE:México.
- MULLER, Julianne
2016 “ETNOGRAFÍA DEL ÁREA COMERCIAL ELOY SALMÓN (LA PAZ, BOLIVIA): TRANSFORMACIONES TERRITORIALES, ESTRATEGIAS ECONÓMICAS Y PRÁCTICAS CULTURALES” En: *Temas Sociales N 37*. La Paz: IDIS
- OMS
2014 *Global Status report on alcohol and health 2014*.
- OMS
2013 *ESTADÍSTICAS SANITARIAS MUNDIALES 2013*.
- OMS
2014 *ESTADÍSTICAS SANITARIAS MUNDIALES 2014*

- OPS
2015 *Informe de la situación regional sobre el alcohol y la salud en las Américas*
- QUILALI, Tania
2015 *LA ECONOMÍA PASIONAL DE QAMIRIS Y FRATERNOS. Redes Sociales y reconversión de capitales en el Gran Poder.* Tesis de Licenciatura. Carrera de Sociología: UMSA
- RANDALL, Robert
1993 “LOS DOS VASOS: Cosmovisión y política de la embriaguez desde el inkano hasta la colonia” En *BORRACHERA Y MEMORIA: La experiencia de lo sagrado en los Andes.* La Paz: hisbol/IFEA
- SAIGNES, Thierry (Comp.)
1993 *BORRACHERA Y MEMORIA: La experiencia de lo sagrado en los Andes.* La Paz: hisbol/IFEA
- SALAZAR, Carmen
1993 “Embriaguez y visiones en los Andes. Los jesuitas y las “borracheras” indígenas en el Perú (Siglos XXVI y XVII). En *BORRACHERA Y MEMORIA: La experiencia de lo sagrado en los Andes.* La Paz: hisbol/IFEA
- SIGL, Eveline Y MENDOZA, David
2014 *L@s chol@s de chukiago.* La Paz.
- SUNKEL, Guillermo
2002 “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”. En *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder.* Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.
- SASSONE, María
s/f *MIGRACIÓN, RELIGIOSIDAD POPULAR Y COHESIÓN SOCIAL: BOLIVIANOS EN EL ÁREA METROPOLITANA DE BUENOS AIRES. Documento inédito*
- SELAYA Rodríguez, Rosa
2009 *Contrabando y Redes Sociales: Una aproximación sociológica.* Cuaderno de Tesis N 1. La Paz: IDIS
- SPEDDING, Alison (Comp.)
2004 *Gracias a Dios y los Achachilas: ensayos de la sociología de la religión en los Andes.* La Paz: ISEAT.
- SPEDDING, Alison
1998 Contra-afinidad: algunos comentarios sobre el compadrazgo andino. En *Gente de Carne y Hueso.* ILCA-CIASE
- SPEDDING, Alison
2003 *Breve curso de parentesco*
2008 *Religión en los Andes: Extirpación de idolatrías y modernidad de la fe andina.* La Paz: ISEAT.
- TASSI, Nico
2010 *Cuando el baile mueve montañas. Religión y economía cholo-mestizas.* La Paz: FUNDACION PRAIA
- TASSI y otros
2013 “Hacer plata sin plata” El desborde de los comerciantes populares en Bolivia. La Paz: Fundación PIEB.

- TASSI y otros
 2015 *La economía popular en Bolivia: Tres miradas*. La Paz: CIS- Vicepresidencia del Estado Plurinacional
- TORANZO Roca, Carlos
 2006 *Rostros de la democracia: una mirada mestiza*. La Paz: FES-ILDIS
- VARGAS, María
 2007 *Ritos y fiestas: significados culturales del dinero en un sector de comerciantes exitosos. Estudio de caso. Asociación "Viajeros La Paz-Charaña"*. Tesis de licenciatura de la carrera de Sociología. La Paz: UMSA
- VEBLEN, Thorstein
 2000 *TEORÍA DE LAS CLASES OCIOSAS*. Ediciones elaleph.com
- VERA, Mircko
 2009 *Alimentación de la élite paceña*. Tesis de la Carrera de Sociología. La Paz: UMSA

Fuentes digitales

- Periódico digital *La Razón*
 Periódico digital *Página Siete*
 Periódico digital *Al día*
 Periódico digital *La Prensa*

Blogs

- Entradas folklóricas de Bolivia
 Gran Poder
 Tradiciones Bolivianas,

Páginas web

- www.boliviapopular.com

ANEXOS

Anexo 1

Cariño de los pasantes en cajas de cerveza



Fuente: Propia, 16 de enero de 2015

ANEXO 2

Preparación de las cheleras para vender afuera de la recepción social 2015



Fuente: Propia, 25 de enero de 2015

ANEXO 3

Fraternos del bloque generación X consumiendo cerveza en lata



Fuente: Propia, 25 de enero de 2015

ANEXO 4

Vendedora de cerveza en lata conocida como *chelera*



Fuente: Propia, 26 de enero de 2015

ANEXO 5

Garzón del servicio gastronómico recogiendo botellas vacías



Fuente: Propia, Enero de 2017

ANEXO 6

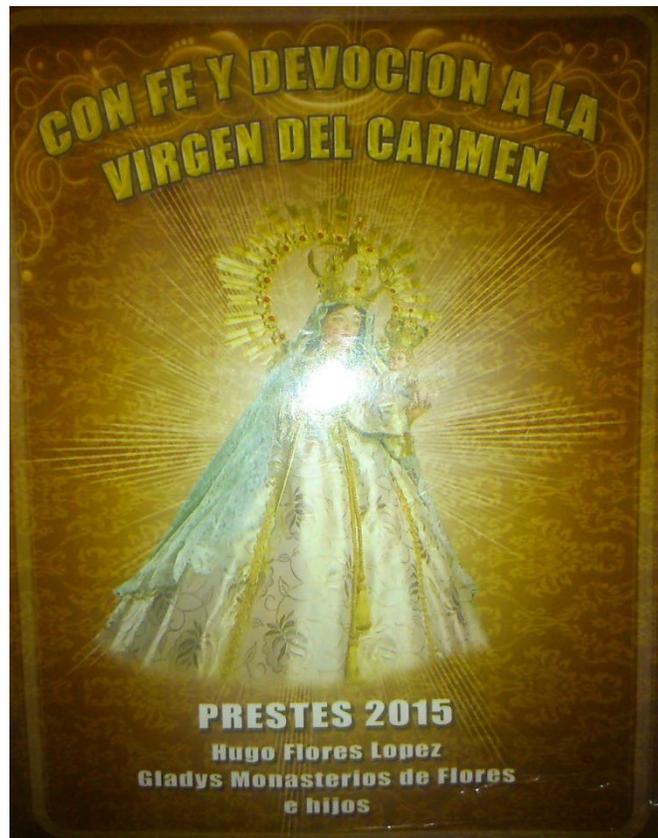
Invitación fiesta Tata Santiago



Fuente: Propia, Julio de 2015

ANEXO 7

Invitación Virgen del Carmen



Fuente: Propia, Julio de 2015