

## **SOCIOLOGÍA DE LAS ADICCIONES. CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EL NEOLIBERALISMO<sup>1</sup>**

Eje 7 Sociología de la cultura. Estudios culturales y modos de comunicación.

Silvia Padilla Loredo<sup>2</sup>

María Luisa Quintero Soto<sup>2</sup>

María Elena Rolanda Torres López<sup>2</sup>

### RESUMEN

El consumo de bebidas alcohólicas ha sido una constante histórica en México. Sin embargo, presenta particularidades espaciales y temporales según el grado de satisfacción con el entorno y las posibilidades de desarrollo individual y comunitario, donde el bio poder ejercido sobre el cuerpo humano en contextos socializadores diversos, menoscaba en algunos contextos de pobreza, la voluntad de saber y de actuar. Estudio interpretativo con fuentes documentales de acceso abierto. Parte de la categoría del cuidado de sí, bajo la perspectiva de Michel Foucault y el concepto de distinción de Pierre Bourdieu. Analiza el consumo de bebidas alcohólicas en la época neoliberal en México, aproximando conclusiones relativas a la vulneración de la voluntad de diferentes grupos sociales.

Palabras clave: consumo de alcohol, neoliberalismo, biopoder.

### Summary

The consumption of alcoholic beverages has been constant historical in Mexico. However, it presents spatial and temporal particularities according to the degree of satisfaction with the environment and the possibilities of individual and community development, where the bio power exerted on the human body in diverse socializing contexts, undermines, in some contexts of poverty, the will to know and act. Interpretive study with open access documentary sources. Part of the category of self-care, from the perspective of Michel Foucault and distinction concept. It analyzes the consumption of alcoholic drinks in the neoliberal period in Mexico, in conclusions regarding the violation of the will of different social groups.

Key words: Alcohol consumption, neoliberalism, biopower.

Palavras-chave: consumo de álcool, neoliberalismo, biopoder

---

<sup>1</sup> Esta ponencia forma parte de la investigación, en curso, denominada: Impacto del consumo inmoderado de alcohol, en la sustentabilidad para el desarrollo del municipio de Nezahualcóyotl, México, Silvia Padilla Loredo.

<sup>2</sup> [Silpad.sp@gmail.com](mailto:Silpad.sp@gmail.com); [quinluisa@hotmail.com](mailto:quinluisa@hotmail.com); [medielena@hotmail.com](mailto:medielena@hotmail.com). Centro Universitario UAEM Nezahualcóyotl. Universidad Autónoma del Estado de México. País: México.

## INTRODUCCIÓN

El consumo humano de bebidas alcohólicas endémicas y tradicionales se ha transformado históricamente modificando el estilo de vida de la población mexicana. En el México de la etapa neoliberal, se han producido grandes cambios en la promoción de bebidas por parte de la industria del alcohol. Comprender las etapas históricas previas, permite visualizar la incidencia de nuevas formas de consumir, en la transformación de estilos poco saludables a no saludables como un hecho sociológico por la amplitud de los sectores consumidores, se adiciona el hecho de que la edad de inicio es más temprana, así como las repercusiones sociales y económicas ya nocivas, que se vuelven de alto impacto social y económico, como producto de nuevos hábitos presentados en la etapa neoliberal.

## ANTECEDENTES

La incidencia de la cultura y los tipos de gobierno menoscaban la voluntad de ser de grandes conglomerados sociales, por la acción que ejerce el Estado, quien con menor o mayor laxitud, favorece el ejercicio del biopoder<sup>3</sup> sobre la sociedad mexicana, por ejemplo en siglo XVI La corona española priorizó los intereses de las empresas españolas y buscó frenar el cultivo de la vid y la producción de vinos; los cuales tenían que llegar de embarques europeos, esa bebida estaba reservada para ciertos estratos poblacionales. Pese a las restricciones, los misioneros de las órdenes mendicantes, especialmente en las fundaciones de California, establecieron viñedos e impulsaron la producción vinícola (Calderwood 2003). El vino coexistió con más de 80 tipos de bebidas alcohólicas tradicionales, entre pulques, pozoles, tepaches, vinos de mezquite, chichones, chichas o sambumbias<sup>4</sup> (Bautista 2017). Todavía, en la sociedad porfiriana en el siglo XIX, el pulque era la bebida más consumida por el pueblo y la pulquería el lugar de refugio de ricos y pobres, jóvenes y adultos: peones, agricultores y hacendados, también, se podía encontrar

---

<sup>3</sup> Implica explotar numerosas y diversas técnicas para subyugar los cuerpos y controlar la población, esto se realiza por el control de la «comunicación», es decir, de las actividades comunes de los individuos (trabajo, producción, intercambio, comodidades), se puede añadir el consumo de productos como las bebidas alcohólicas y la industria del majao de tiempo del ocio (Foucault, Tecnologías del yo y otros textos afines 2008).

<sup>4</sup> Bebida refrescante que se preparaba con miel de caña, agua y ají (RAE).

en las mesas de la mayoría de los hogares de peones, agricultores y hacendados del país (Paredes, Guevara y Bello 2006; Bautista, 2017).

Durante el porfiriato, el mezcal fue relegado por el consumo de alcoholes extranjeros (coñac, whisky, brandy, etc.) en 1889 se introdujeron al país más de un millón de cepas de variedades de vides europeas y fueron plantadas alrededor de Celaya, Guanajuato, en la Hacienda Roque (FISAC s/f), la llegada del ferrocarril un año más tarde facilitó la expansión del comercio, mediante la transportación de vinos y uvas a lugares distantes. El poder y los productores de bebidas alcohólicas seguirían unidos, pues en 1897 Evaristo Madero (padre de Francisco.I. Madero<sup>5</sup>) compró a los descendientes de la familia García, la Hacienda San Lorenzo y la convirtió en *Casa Madero*. Por su parte la vida nocturna y los teatros de revista eran promotores del gasto de ocio en espectáculos más el consumo alcohólico.

Durante la Revolución Mexicana la mayoría de los revolucionarios tomaba tequila o mezcal, una estrofa de la canción *La Valentina* da cuenta de ello: *Si porque bebo tequila/mañana bebo Jerez/ si porque me ven borracho/mañana ya no me ven*. Algunas películas, también, reflejan el fenómeno, como *El compadre Mendoza*<sup>6</sup>, *La Cucaracha*<sup>7</sup> y *El preso N° 12*<sup>8</sup>, pero los gobiernos post-revolucionarios condenaron las bebidas nacionales como un “freno al progreso y a la industrialización, emprendiendo campañas contra el alcoholismo” (Castro 2018). Una de las más nombradas en la historia es la de Tomás Garrido Canabal, quien duró 15 años como Gobernador de Tabasco (1920-1935). En palabras de Hernández B, 2018: “Garrido, dueño de un curioso moralismo, rayando en lo puritano decretó la ley seca, pero siempre tenía resquicios por los cuales podía eludirse la proscripción del consumo de alcohol”. Esas políticas permitieron la entrada al país de

---

<sup>5</sup> Su abuelo fue Gobernador de Coahuila durante la Presidencia de Manuel González. Él fue Presidente de México, durante 18 meses, entre 1911-1913.

<sup>6</sup> En esta película es clara la estratificación social en la que un hacendado conquista favores de los bandos huestista y zapatista, ofreciendo bebidas alcohólicas y también hay un proceso de inducción al consumo diferenciado cuando en el minuto 5:44 se dice que hay banquete, pulque y mezcal para los zapatistas.

<sup>7</sup> Al minuto 9:02 a María Félix, *La cucaracha* le sirven su cañonazo, en su calidad de soldadera y ella pide Coñac para el indio Fernández *Antonio Z*, que actúa como coronel; *entre el 12:58 y 13:38 así como en el 10:50 y 10:70 María Félix* y la actriz y cantante Flor Silvestre, *Lola*, se emborrachan por los *malditos hombres*.

<sup>8</sup> En esta película, el vino y la corrupción gubernamental van de la mano, en varias escenas como en el minuto 31:00 la botella de bebida alcohólica es la protagonista de la oficina gubernamental.

los negocios refresquero y cervecero, cuyos productos no eran catalogados como embriagantes debido a su bajo o nulo grado de alcohol (Bautista 2017).

Las taquerías fueron parte de los lugares preferidos para la introducción del consumo de cerveza. En 1928 se abrió, entre otros, el Salón Corona, el cual comenzó como un negocio de tortas y tacos de guisado que luego juntó con cerveza de barril, se convirtió en el punto de reunión obligado de la época<sup>9</sup>, abrió otras sucursales, una de ellas se ubicaba en Av. Reforma cerca de la Diana cazadora, donde oficinistas acudían a ver los partidos de fútbol, fue cerrada en enero del 2018 (Corona s/F). Entre las características de sus sucursales están las pantallas para que los clientes disfruten el espectáculo deportivo.

Regresando a los nexos gubernamentales con el poder, Abelardo Luján Rodríguez<sup>10</sup> en 1931 compró el rancho Dolores y en 1932, Francisco Adonegui, ya único dueño de *Bodegas Santo Tomás*, le vendió la empresa y el viñedo. Este personaje había sido gobernador de Baja California y sería presidente de la República (1932 - 1934), desde ahí favoreció una zona libre para la importación de uva y la distribución de su empresa Santo Tomás mientras los productores locales nacionales eran afectados (D. Méndez 2016), su empresa fue la primera en embotellar el vino en 1939 (Falcón 2018).

Los consumos culturales como el cine de los años cuarenta, durante el nacimiento del PRI, estando como Presidente de la República Miguel Alemán Valdés, promovieron el consumo del tequila en hombres y mujeres. Una de las exponentes más populares en la música mexicana fue Lucha Reyes<sup>11</sup> quien popularizó la canción *La tequilera*:

*Borrachita de tequila, llevo siempre el alma mía/ para ver si se mejora de esta cruel melancolía/ Como buena mexicana sufriré el dolor tranquila/ al fin y al cabo mañana*

---

<sup>9</sup> Tiene sucursales en las calles de: Bolívar #24; Filomeno Mata #18 ; Gante #1; Madero #1 Local 2 (Centro Histórico CDMX) y en Génova #70 (Zona Rosa).

<sup>10</sup> Con el objetivo de obtener más recursos para combatir a de la Huerta; Obregón aceptó la petición de Rodríguez de mantener abiertos los casinos y casas de cita del Distrito Norte. La colaboración de Rodríguez contra esta rebelión le trajo como recompensa la libertad, otorgada por Obregón, para aprovechar las ganancias del auge del juego en ese distrito y acumular capital (D. L. Méndez 2014). En tijuana había creciente demanda de bebidas alcohólicas, particularmente en Tijuana, alentó la producción, al igual que la de otras bebidas similares (D. Méndez 2016)

<sup>11</sup> <https://youtu.be/RLEupzwIwj8>

*tendré un trago de tequila.../Me llaman la tequilera como si fuera de pila/porque a mi me bautizaron con un trago de tequila (D'Orsay s.f.).*

La distinción en el capitalismo se expresa a través de tres tipos de consumo: A) el de la alimentación, ahí, pueden incluirse las bebidas y la asistencia a restaurantes y cantinas, B) el cultural que puede ser visto mediante los lugares en los que gastan su ocio y los productos que adquieren como automóviles, computadores, discos, espectáculos, libros, periódicos, papelería, tabletas, teléfonos fijos y celulares y viajes, entre otros; :C) gastos de presentación de sí mismo y de representación, donde entran: vestidos, cuidados de belleza, artículos de tocador, personal de servicio (Bourdieu 1998).

(Carmona, y otros 1970), hablan del llamado *Milagro Mexicano* y el ascenso de la clase media, como *monopolio aristocrático*, varios funcionarios que llegaron pobres al cargo, por ejemplo de jefes de departamento se crearon la representación social de la *necesidad de distinción*, la cual era alimentada por la publicidad en la radio, la televisión, el cine y otros espectáculos. La época de oro del cine mexicano fue promotora del consumo diferenciado de bebidas alcohólicas, un ejemplo de ello, se ve en la borrachera entre padre e hijo de Pedro Infante y Fernando Soler en *No desearás a la mujer de tu hijo* (1949) para promover el tequila y el mezcal.

Otra película fue *Ahí viene Martín Corona*<sup>12</sup>, que primero fue una radio novela patrocinada por la cervecería Modelo para promover la cerveza Corona extra, Corona familiar y Coronita, las cuales se mencionaban casi cada minuto<sup>13</sup> Todo lo anterior acompañaba la modernización del país. En esos años se incrementó el abanico de bebidas que marcaron la pauta de nuevos hábitos culturales y de consumo.

En los 50 la clase media, en aras de ser más chic, alejarse de los *pelados* que consumían pulque y los machos que bebían tequila, comenzó a beber refresco para acompañar sus tacos, tomar cerveza los domingos o consumir brandy en las reuniones con los amigos: *Don*

---

<sup>12</sup> Incluso en materia de consumo de alcohol, en la que el peso de la legitimidad es sin duda mayor, los miembros de las clases populares son los menos inclinados (el 35% para los agri- cultores y el 46% para los obreros frente al 55% para las clases superiores) a situar más allá de los 15 años la edad en que un niño puede ser autorizado a beber alcohol (F. c., XXXIV).

<sup>13</sup> `<iframe width="1440" height="900" src="https://www.youtube.com/embed/L3NYSmLuWxc" frameborder="0" allow="accelerometer; autoplay; encrypted-media; gyroscope; picture-in-picture" allowfullscreen></iframe>`. <https://youtu.be/SG3vq3zpA-M> <https://youtu.be/oJXtKSr9mw4>

*Pedro* si había dinero y *Presidente* durante la escasez (Bautista 2017). En los años sesenta locutores como Paco Malgesto y una empresaria, y modelo destacada de la Corona, promovían que la mujer sirviera *Corona de barril* en un ambiente hogareño<sup>14</sup>. En esa misma década, era común la *cuba libre* en las fiestas universitarias. El whisky pegó con fuerza entre los círculos de periodistas, las cubas seguían siendo la opción más barata de los hoyos fonqui y el high ball se convirtió en jaibol, según cuenta Héctor Aguilar Camín en *La Guerra de Galio*.

### Transición al neoliberalismo

En los años 70 y 80, las discotecas y centros nocturnos como El Patio<sup>15</sup> instalado por Emilio Azcárraga Vidaurreta, inaugurado el 12 de octubre de 1938 (C. Hernández 2016) era parte de los espacios privados, simbolizaba exclusividad en sus asistentes., fue comprado luego, por la familia Vélez y finalmente, vendido a Francisco Aguirre, fundador del Grupo Radio Centro en 1969. La vida activa de *El patio* se prolongó hasta 1994<sup>16</sup>. Posteriormente se abrió el Metropolis, después llamado *Premier* o el gran *Premier*<sup>17</sup>, el cual duró del 18 de mayo de 1999 al 20 de diciembre de 2002<sup>18</sup>. Su sala de conciertos con 800 butacas, las cabinas de luces y sonido ubicadas en una zona de aproximadamente dos mil quinientos metros, fueron arrasados por un incendio y ya no se reabrió (Jornada 2002).

En los años 80 el Conjunto Marrakesh<sup>19</sup>, mejor conocido como *El Lugar*, se componía de cuatro salones que servían de sala de conciertos, salón de baile y discoteca por igual: *Casablanca*, *La Madelon*, *Morocco* y *Valentinos*, terminarón drásticamente, entre otras cosas, por el cambio en los gustos del público que, en su mayoría, era juvenil, y el terremoto de 1985. Entonces, se empezaron a organizar más presentaciones masivas, las

---

<sup>14</sup> <https://youtu.be/4tt-YloKE8s>; <https://youtu.be/4tt-YloKE8s>; <https://youtu.be/PUgrUeaOYMM> ; <https://youtu.be/PUgrUeaOYMM>; <https://youtu.be/LAyX3IIZY> grupo modelo responde a Donald Trump. *Desfronterizate Corona, todo con medida*.

<sup>15</sup> Las mujeres iban de vestido largo, elegantes peinados y los hombres de smoking y por 300 pesos los clientes tenían derecho a la cena y dos bebidas: alcohol o refresco (C. Hernández 2016).

<sup>16</sup> Estaba enfrente de la Secretaría de Gobernación (Atenas 9) [https://youtu.be/GAun6h\\_reXM](https://youtu.be/GAun6h_reXM) [https://youtu.be/dPu7U6hJ\\_NA](https://youtu.be/dPu7U6hJ_NA)

<sup>17</sup>Tenia una capacidad para mil 800 espectadores.

<sup>18</sup> Ubicado en una zona más exclusiva, cerca de Ciudad Universitaria(UNAM) en San Jerónimo (Campos 2011).

<sup>19</sup> situado en la calle de Florencia, en el corazón de la Zona Rosa, muy cerca del Ángel de la Independencia, era un conjunto.

cuales habían estado prohibidas en la Ciudad de México, prácticamente desde los días de Avándaro (primer concierto de rock de entrada libre, 1971) (Usón 2017). Era imposible pensar en un concierto de rock en alguno de los grandes escenarios, por lo que éstos se limitaban a ciertas zonas alejadas, como Santa Fe, cuando aún no llegaban los grandes corporativos (Colaborador 2016).

### La irrupción de nuevas formas de consumo

En los 90, tras la firma del Tratado del Libre Comercio con América del Norte (TCLAN), una variedad de bebidas extranjeras llegaron a México, provocando que los jóvenes se olvidaran de los sabores vernáculos para probar nuevas experiencias con vodka en los antros de música electrónica.

La seducción hacia la exclusividad se aprecia en los comerciales de inicios del siglo XXI, donde La cerveza *Corona* muestra lugares icónicos de países de diversos continentes con imágenes festivas de los mexicanos, incorpora melodías de canciones populares mexicanas como: *la cucaracha, el jarabe tapatío, el son de la negra, cielito lindo, Parece que va a llover, El mariachi loco, La llorona*, el ritmo de los *voladores de Papantla*, el grito de independencia mexicana para salvar el tránsito vehicular, *imágenes como las calaveritas de dulce del día de muertos mexicano*. Todo ello, quizá, buscaba crear la sensación cosmopolita al acercar al público mexicano a los aspectos culturales de países y ciudades como: China, España, Grecia, India, Inglaterra, Holanda, New York, Rusia, San Francisco, Vancouver, o Venecia<sup>20</sup>, donde beber cerveza significaba estar en un *mundo global*.

Actualmente, los espectáculos masivos se ofertan en otros espacios como el Foro Sol, el cual destaca por sus pantallas gigantes, un gran aforo que ha convocado a la juventud durante veinte años, entre otros, al festival *Vive Latino*, donde los jóvenes pagan, tan solo, por una cerveza entre 80 y 100 pesos. Otro, es la Arena México, que cuenta con áreas de comida, bares, espacio *very important people* (vip), suites, escaleras eléctricas e infinidad de pantallas en su interior, circuito cerrado para que los visitantes no pierdan detalle de lo que pasa dentro, además de estacionamiento gratuito. Después del Estadio Azteca y el Zócalo es el de mayor aforo. Se ofertan otros espacios como el deportivo del Ex Estado

---

<sup>20</sup> <https://youtu.be/uSV2zIWfFA0>

Mayor Presidencial EMP que es rentado para fiestas y espectáculos. En el centro de la ciudad está el *Blackberry*, antes, Cine las Américas, que forma parte de un centro comercial y tiene un diseño como de fábrica, en cuya cartelera se ofrecen grupos alternativos (LV 2012). Otro es el Auditorio Nacional<sup>21</sup>, construido de 1948 a 1952, año en que lo inaugura Miguel Alemán Valdés, como Auditorio municipal, un año más tarde se denominó Auditorio Nacional. A finales de los años 80 el INBA, el Conaculta y el Departamento del Distrito Federal establecieron un convenio de cooperación para remodelarlo, se reinauguró en 1991<sup>22</sup> y abrió una nueva etapa para los conciertos y espectáculos en México (Nacional s/f). También está el Pepsi Center, en el World Trade Center capitalino, desarrollado por HIR, OCESA, Pepsi y Cervecería Cuauhtémoc.

“El mercado global de conciertos en vivo vale más de 12,100 millones de dólares (mdd) y ha crecido vertiginosamente desde 2008 cuando recaudaron en las taquillas más de 8,200 mdd, según la agencia eMarketer” (Merik 2016).

Los campos de producción y consumo de bebidas alcohólicas se mueven multidimensionalmente, las diferentes clases y fracciones de clase mantienen, a propósito, los bienes de consumo materiales o culturales, enfrentan luchas competitivas con respecto a estos bienes y encuentran en la base del cambio de los gustos fabricados, en cada momento, los posibles rasgos estilísticos constitutivos de un estilo de vida.

Llegado el caso, proporcionan "apoyos" útiles, capital de honorabilidad y de respetabilidad para atraerse o asegurarse la confianza de la buena sociedad y, con ello, su clientela.

Mucha de la publicidad se basa en consumos culturales, el verdadero principio de las preferencias es el gusto como necesidad hecha virtud, la teoría que hace del consumo una función simple de los ingresos es, en apariencia, puesto que los ingresos contribuyen, en

---

<sup>21</sup> Puede albergar a 9,366 asistentes. Para controlar su flujo, el recinto cuenta con 14 puertas verdes que dan acceso al vestíbulo, y de ahí se distribuyen por 29 puertas localizadas en tres pisos que llevan a la sala (Merik 2016).

<sup>22</sup> Desde entonces, es administrado por un comité técnico conformado por funcionarios de los gobiernos federal y de la Ciudad de México, además de cinco empresarios: Roberto Hernández Ramírez, Carlos Slim Helú, Fernando Senderos Mestre y Manuel Arango Arias, y González de León (Merik 2016).

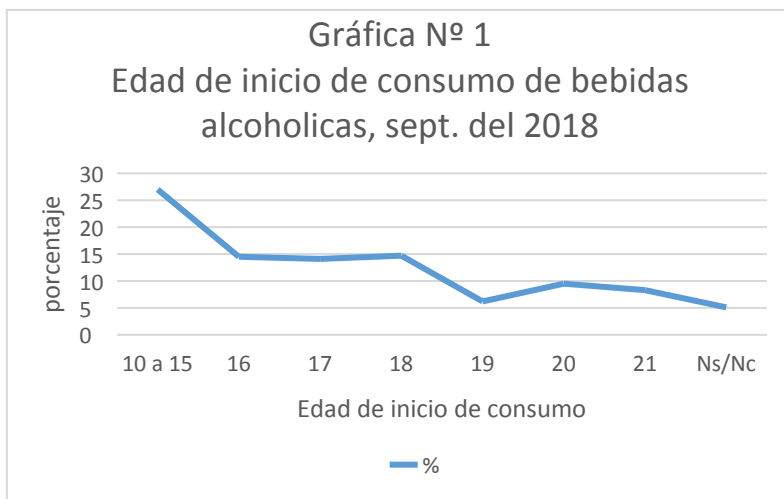


una parte muy importante. Sin embargo, es incapaz de explicar aquellos casos en los que ingresos iguales se encuentran asociados con unos consumos de estructuras totalmente distintas, “Incluso en materia de consumo de alcohol, en la que el peso de la legitimidad es sin duda mayor. Ejemplo, sin ser "un enólogo que distingue los años", Michel es "bastante experto en vinos"; su suegro, que tiene bodegas, le ha ido iniciando poco a poco; cuando van a su casa beben "Margot 1926, algo fabuloso que ya no se encuentra en los restaurantes (Bourdieu 1998).

### Exclusividad

En la época neoliberal también hay lugares secretos, que no se anuncian, no tiene letreros a simple vista, ni dan su dirección en redes sociales, pero aparecen en las listas de los mejores bares del mundo, algunos de ellos prefieren que sus entradas sean por lugares recóndito e insospechados, ejemplo estacionamientos o boutiques, se dice que están inspirados en los años veinte cuando se prohibieron las bebidas alcohólicas en Estados Unidos, su lema es *Déjate llevar por conceptos que rompen esquemas en una noche cotidiana* (Out 2018).

Como un proceso cíclico: lo que a principios de siglo se consideró vulgar, hoy es sofisticado. “Actualmente hay un boom del mezcal y se han abierto pulquerías en las zonas de clase media alta” (Bautista 2017). Las tendencias ‘innovadoras’ del neoliberalismo han llevado incluso a transformaciones metabólicas, la dieta se ha transformado. Se ha reducido la edad de consumidores de alcohol que se inicia en la niñez y la adolescencia temprana (C. Mitofsky 2018) tal como se aprecia en la gráfica N° 1.

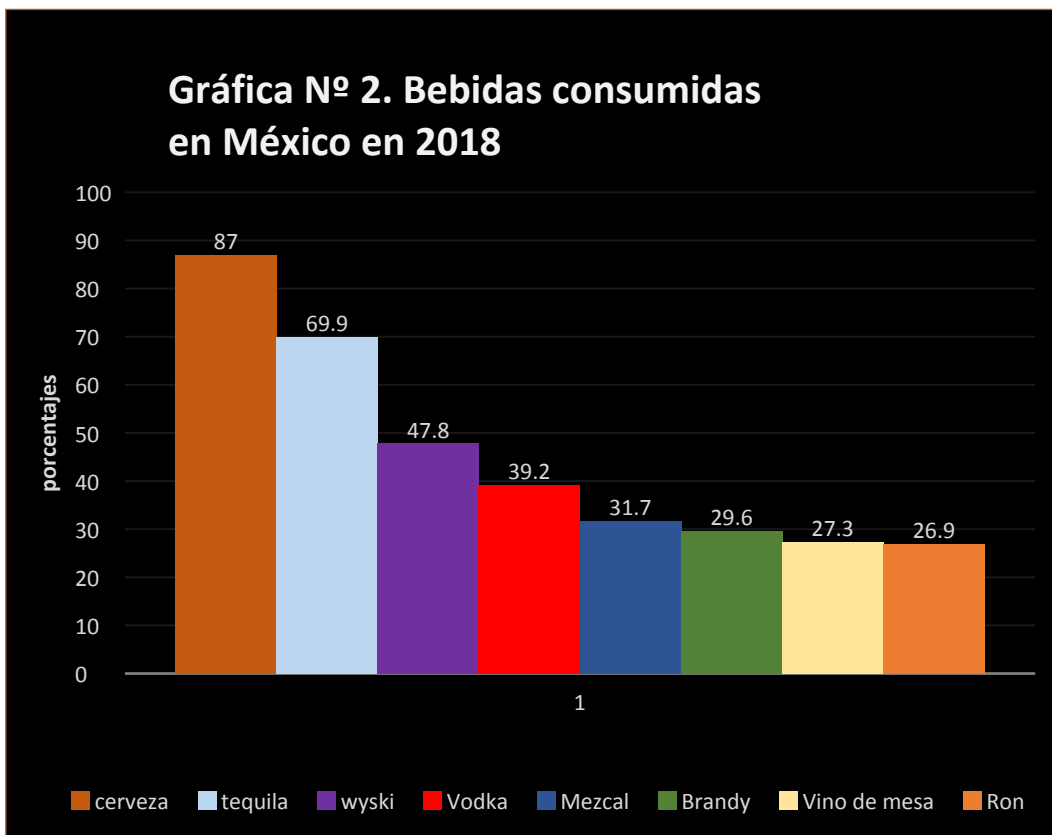


FUENTE: ENCUESTA MITOKSKY.EL MEXICANO Y SU RELACIÓN CON LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS, 2018.

La edad de 10 a 15 años es una etapa de carácter exploratorio, en ese momento, las personas están en un proceso transitorio de la niñez a la adolescencia, en el cual los cambios biológicos van emparentados con las condiciones históricas y culturales. La conducta humana no es tan sólo el producto de la evolución biológica, incide, además, el desarrollo histórico de la vida cultural, social y laboral del niño y del adolescente” (Vigotski 2006). No es totalmente cierto que el consumo de alcohol se dé por imitación, o por un proceso cognitivo del aprendizaje social significativo, porque en esa etapa las personas están desarrollando funciones psicológicas superiores, están construyendo conceptos nuevos sobre la base de los que ya tienen; son capaces tanto de planear y pasar de la acción concreta operacional a la abstracción, como de analizar la situación que viven. Es cierto que pasan por crisis de identidad, generadas por la necesidad de *status* e independencia, su reto es conseguir la conducción de su propia vida y hacerse de su propio espacio. Se encuentran en el momento preciso de diseñar el plan de vida, definir la carrera o el rumbo de su futuro y asumir una filosofía de vida (Urquiza y González s/f).

El papel de la familia es crucial en esta etapa, pero también se complica cuando se observa que el alcoholismo entre las mujeres ha aumentado en más de un 200 por ciento. En México, el consumo nocivo y excesivo de alcohol se creció de 2011 a 2016 en un 93 por ciento y en mujeres lo hizo en un 205 por ciento”. En el año 2014 se realizó una encuesta entre estudiantes que incluyó a niños de quinto y sexto año de primaria, la cual, reveló que, a partir de los diez años, cinco de cada diez niños, ya consumen alcohol, tomando hasta 20

copas por ocasión. El sureste del país es la zona donde se registra un mayor número de niños alcoholizados (Rodríguez 2019).



CONCLUSIONES

En el neoliberalismo la estratificación del consumo de bebidas con alcohol se diversificaron; actualmente, se pueden distinguir zonas nocturnas exclusivas para beber mezcal, pulque, etc. Hay una constante búsqueda de sentido de pertenencia a un grupo selecto de gente apta para disfrutar lo más especial que ciertos lugares ofrecen y provocar que sean apetecibles a jóvenes.

“La familiaridad con la cultura de la clase dominante y el dominio de los signos y emblemas de la distinción y del gusto” (Bourdieu 1998), provocan que la gente quiera dominar o al menos aparentar el dominio de “la fórmula generadora que se encuentra en la base del estilo de vida, conjunto unitario de preferencias distintivas y el consumo de bebidas alcohólicas forma parte de esos espacios. En el neoliberalismo hay una aparente liberalización del consumo de bebidas alcohólicas, la lucha por el mercado se ha extendido, algunas bebidas han logrado penetrar la voluntad de los consumidores más diversos, entre ellos a la niñez y la adolescencia. El cambio de estilos de vida, la masificación del espectáculo, el fetichismo de las mercancías, denominadas bienes culturales, han modificado los niveles de la *Distinción* y eso ha representado un repliegue de los jóvenes a luchar por el manejo de sí mismos, e incluso la influencia de las generaciones precedentes han atenuado la disciplina del consumo de bebidas alcohólicas las cuales han penetrado en la médula ósea de la sociedad, normalizando su consumo.

Mediante educación, se puede trabajar para que las personas cuenten con el manejo de sí, en especial durante la etapa adolescente y desde la niñez, pues, preocuparse por sí mismas es, antes que nada, una actitud personal con respecto a sí mismas, a otras personas y al mundo; pero nadie puede hacerse cargo de actuar por cuenta propia si no se propone modificar, purificar, transformar y transfigurar su mundo, en calidad de sujeto de su acción instrumental, de la regulación de relaciones con el otro, de comportamientos y actitudes en general, como de las relaciones de su autoregulación, pero ese trabajo requiere de mediación social.

## Bibliografía

- Calderwood, M. 2003. *El vino mexicano. Raíz, sarmiento y frutos*. Singapur: Revimundo, Ed.
- Campos. 2011. «Promo Centro de Espectáculos Premier.» *Video promocional*. 18 de abr.
- Castro, Andrés. 2018. «Domingo García, Le mezcal, Enfant terrible du Mexique, 2018.» *Amerika*. <https://journals.openedition.org/amerika/10380>.
- Colaborador. 2016. «La evolución de la vida nocturna de la Ciudad de México: De los cabarets al Premier.» *Chilango*.
- Corona, Salón. s/f. «La historia del Salón Corona»
- LV. 2012. «Lugares para conciertos en el D.F.» *Time out*, 04 de mayo: <https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/musica/lugares-conciertos-df>.
- Bautista, Eduardo. 2017. «La bebida mexicana como hábito histórico y cultural.» *El financiero*, 26 de abr.
- Bourdieu, Pierre. 1998. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Editado por María del Carmen, Traductora Ruiz De Elvira. Taurus.
- D'Orsay, Alfredo. s.f. «La tequilera» *canción*.
- Falcón, Erick. 2018. «Bodegas de Santo Tomás: 130 aniversario del pionero del vino bajacaliforniano.» *Revista Todos Santos* <http://www.rtodos-santos.mx/390-bodegas-de-santo-tomas/>.
- FISAC. s/f. *Historia del vino en México*. Fundación de investigaciones sociales\_ Alcoholicinformate.
- Foucault, Michel. 2014. *La hermenéutica del sujeto*. México: F.C.E.
- Hernández, Cristina. 2016. «El Patio. El Centro Nocturno al que se iba vestido de etiqueta.» *El Universal*, 13 de junio: <https://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/colaboracion/mochilazo-en-el-tiempo/nacion/sociedad/2016/06/13/el-centro-nocturno>.
- Hernández, Bertha. 2018. «Tomás Garrido Canabal y su “laboratorio revolucionario”.» *La Crónica*, 9 de sept.
- Jornada, La. 2002. «Se incendió el Premier.» *El siglo de Torreón*, 30 de dic.
- Méndez, y Diana Lizbeth. 2016.
- Merik. 2016. *Auditorio Nacional, un titán con muchos secretos. Obras web*. 20 de sept. Último acceso: 31 de jul de 2019. <https://obrasweb.mx/arquitectura/2016/09/28/auditorio-nacional-un-titan-con-muchos-secretos>.

- Mitofsky, Consulta. 2018. «El mexicano y su relación con las bebidas alcohólicas.» *Encuesta*. Ciudad de México.
- Muñoz, Marcos. 2012. «Contra el determinismo farmacológico: sociología de las drogas y reflexividad.» *Sociedad Hoy* (Universidad de Concepción Concepción, ) (23): 21-31.
- Nacional, Auditorio. s/f. *Auditorio nacional. Arte y encuentro*. Último acceso: 31 de jul de 2019. <http://www.auditorio.com.mx/recinto/>.
- Paredes, Guevara, y Bello. 2006. *Los alimentos mágicos de las culturas indígenas mesoamericanas*. México: F:C:E, CEO, CONACyT.
- Rodríguez, Patricia. 2019. «A los 10 años se inicia el consumo de alcohol en México: Conadic.» *Excelsior*, 15 de ene.
- Urquiza, Sebastián, y Gloria González. n/d. *Adolescencia y aprendizaje Documento Base*. Universidad Nacional del mar de Plata.
- Usón, Víctor. 2017. «Avándaro, el festival que cambió la historia del rock mexicano.» *El País*, 27 de nov: [https://elpais.com/cultura/2017/11/26/actualidad/1511678428\\_196506.html](https://elpais.com/cultura/2017/11/26/actualidad/1511678428_196506.html).
- Vigotski, Lev Semionovitch. 2006. *Obras escogidas IV. Psicología infantil. Problemas de la psicología infantil*. Editado por Traductora y Lydia Kuper. Vol. IV. IV vols. Madrid.: Machado Libros, Pedagógica.