¿Dueños de su desarrollo?

Luces y sombras del desarrollo local sostenible en el biocomercio del Viche

Laura Molano

Miguel Ángel Muñoz

Dimitri Selibas

Especialización en Ambiente y Desarrollo Local

Facultad de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Universidad Distrital Francisco José de Caldas

2023

Bogotá, Colombia

Tabla de contenido

Agradecimientos....5
1. Introducción 7
2. Planteamiento del problema 11
3. Objetivos 12
3.1. Objetivo general 12
3.2. Objetivos específicos 12
4. Marco Teórico y marco normativo 13
4.1. Del Desarrollo al Desarrollo Local Sostenible 13
4.2 La bioeconomía y los negocios verdes 16
4.3 La comprensión de la cadena de valor del viche y la vida afropacífica 17
5 Orientaciones metodológicas 21
5.1. Observación participante: 22
5.1.2. Diario de campo: 22
5.1.3. Conversaciones etnográficas: 23
5.1.4.Entrevista semiestructurada: 23
5.2.Hoja de Ruta: cronología y detalles del trabajo realizado 26
5.2.1. Delimitación del tema y del título del trabajo 26
5.2.2 Investigación del estado del arte o estado del conocimiento sobre el viche 26
5.2.3. Entrevista al profesor-investigador Carlos Andrés Meza autor del primer informe sobre el Viche 27
5.2.4. Salida de campo a Chapinero Alto: 27
5.2.5 Salida de campo a Buenaventura 27
5.3. Evaluación de resultados 28
5.4. Escritura del proyecto 28
6 Caracterización socioespacial: el Pacífico colombiano 30
6.1. Cali 31
6.2. Buenaventura 31
6.2.1. Triana 32
6.2.2. Bahía Málaga: Juanchaco, Ladrilleros y La Barra 33
7. La ruta del viche 35
7.1. Los actores 35
7.2. Producción 39
7.2.1. La caña de azúcar: materia prima de producción del viche 39

7.2.2. Trapiches, galonetas y alambiques: la cultura material del destilado 43
7.2.3. Las transiciones históricas de la destilación en la memoria familiar 47
7.3. Distribución 50
7.3.1. La cadena de valor tradicional o propia de las comunidades 54
7.1.1. La cadena de valor gourmet 77
7.4. Consumo 87
7.4.1. El consumo de viche: una historia de nuevos y viejos 87
7.4.2. Circuitos tradicionales de consumo 91
7.4.3. Las nuevas pautas de consumo 96
7.5. Influencias y dependencias entre actores 97
7.6. Convergencias y divergencias entre actores 99
8.El biocomercio del viche como desarrollo local 101
8.1 Tejido social/comunitario alrededor del viche 103
8.2. Destila patrimonio y la ley del viche 105
8.2.1. Plan Especial de Salvaguardia 105
8.2.2 El Ley del Viche 107
8.3 Luces y sombras en el desarrollo local alrededor del viche 108
8.3.1. La producción 109
8.3.2. La distribución y venta de viche 115
8.3.3. Dinámicas de consumo 119
9. Conclusiones y recomendaciones: 121
9.1. ¿Para quién es el riesgo? 121
9.2. Fortalecimiento 124
Bibliografía 128

Lista de Figuras:

Figura 1: Un agradecimiento tradicional del Pacifico, Corregimiento de Triana 6
Figura 2: El corregimiento de Triana, Valle de Cauca 33
Figura 3: Una tienda en Ladrilleros con un aviso de viche y curao .. **¡Error! Marcador no definido.**
Figura 4: Doña Gloria Arboleda haciendo una presentación en el Corregimiento de Triana a productoras de viche de otras regiones 40
Figura 5: Un alambique artesanal en Triana con pegamento de una masa a base de harina de maíz 44
Figura 6: Doña Olga mostrando una de las canecas para fermentar guarapo 46
Figura 7: Una brujita en Triana, Valle de Cauca 47
Figura 8: Unos tragos de viche en un restaurante en Chapinero, Bogotá 89
Figura 9: Toma de viche curado de la planta pipilongo, Triana 92
Figura 10: Ventas de viche en el festival del Petronio Álvarez de Cali, 2019 92
Figura 11: Comercialización de viche y sus derivados en la Muelle de Buenaventura 93
Figura 12: Oferta turística en La Barra, con Viche Curao en la carta 94
Figura 13: La señora Marina Gamboa en su Museo del Bebidas Ancestrales en Juanchaco, con una selección de viches de ella en el fondo 95
Figura 14: Viche con hierbas en el proceso de convertirse en un curado 112
Figura 15: Deyna, comercializadora de "El Buen Sabor del Pacifico" en la muelle turístico de Buenaventura, mostrando su selección de viche y sus derivados, así como otros productos del Pacifico 116
Figura 16: Una tienda en Ladrilleros donde es muy común ver viche vendido en botellas recicladas117

Lista de Mapas:

Mapa 1: Ubicación espacial y subregiones del Chocó Biogeográfico. Fuente: Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico – IIAP 30
Mapa 2: Cali, Valle del Cauca. Fuente: Geoportal.cali.gov.co 31
Mapa 3: Buenaventura, Valle del Cauca. Fuente: IGAC, Colombia en Mapas. **¡Error! Marcador no definido.**
Mapa 4: Bahía Málaga, La Barra y Juanchaco. Fuente: IGAC, Colombia en Mapas 34

Lista de Gráficos:

Gráfico 2: Influencias y dependencias entre actores 97
Gráfico 3: Convergencias entre actores de orden 3 99
Gráfico 4: Divergencias entre actores de orden 3 100

Agradecimientos

Doña Gloria Arboleda Murillo, mujer proveniente del bajo río Calima, es defensora por los derechos de los afrocolombianos y desde el año 2018 trabaja incansablemente para movilizar a su comunidad y a otras para generar acuerdos para evitar que productores externos se apropien de la producción del viche, esta bebida ancestral que en sus palabras es espirituosa. A ella le extendemos nuestro agradecimiento por habernos invitado a la reunión del Consejo Comunitario de Bajo y Medio Dagua en el corregimiento de Triana en Buenaventura y conocer sus formas de asociatividad, preocupaciones, historias de vida y esperanzas como comunidad. La señora Olga Román, residente de Triana, a quién debemos agradecerle por dejarnos entrar a la intimidad del proceso de destilación del viche, en su alambique, las canecas y el olor de la fermentación, y quien nos concedió una entrevista a profundidad, en donde pudimos hacer saber algo de su forma de destilar entre otras características de la producción. Al señor Washington, del semillero de jóvenes, por explicarnos la dinámica de producción y distribución, y actuar como embajador de la juventud para la próxima generación de productores de viche.

Igualmente, a Deyna en el puerto de Buenaventura, por ella conocimos algunas de las relaciones del viche con propiedades medicinales, en su puesto de venta llamado *El Buen sabor del Pacífico*; además de su generosidad y humor para enunciar los problemas de salud que se van sanando con un buen viche *curao*. En Bahía Málaga, tuvimos la fortuna de visitar a la maestra y etnoeducadora Marina Gamboa, reconocida en el actuar de la gestión cultural de Juanchaco, La Barra y Ladrilleros, por la reivindicación que lleva a cabo de la cultura afrocolombiana como fundadora del Museo de Bebidas Ancestrales y la Fundación Marina Mar, lugares insignia para la visita de turistas y encuentros alrededor de la música y las artes del afropacífico.

Finalmente, este proyecto no hubiera sido posible sin la participación del grupo de académicos, docentes, distribuidores, empresarios, funcionarios públicos, gestores culturales y ni más ni menos, amigos y amigas que nos brindaron su apoyo para la realización del trabajo de grado. Esperamos haber sembrado la curiosidad por comprender qué hay tras una botella de viche, como una parte fundamental de las

herencias históricas de África en Colombia, de la fuerza del trabajo de mujeres y jóvenes afrocolombianos, de un llamado a pensar la sostenibilidad ambiental y económica en las comunidades productoras, así como dejar reflexiones sobre quiénes son los dueños del desarrollo local en la producción del viche.

.

Figura 1: Un agradecimiento tradicional del Pacifico, Corregimiento de Triana

1. Introducción

El presente trabajo trata sobre el biocomercio[1] del viche destilado en algunas zonas rurales del municipio de Buenaventura, Valle del Cauca, entre otras comunidades negras de la región pacífica de Colombia. El objetivo principal del trabajo es comprender los efectos de la configuración en las cadenas de valor del viche sobre el desarrollo local sostenible en las comunidades productoras de la bebida. Por medio de un acercamiento etnográfico, la investigación recorre las etapas de producción, distribución y consumo del viche, identificando actores clave, conflictos socioambientales y culturales, así como los intersticios legales y económicos a los que se enfrenta el comercio de este licor ancestral.

El viche es una bebida alcohólica elaborada de manera artesanal por la población afro[2] del Pacífico colombiano[3]. Su producción, intercambio y consumo, históricamente han sido estigmatizados y perseguidos, recreándose al interior de las comunidades para su uso, disfrute y beneficio (Meza, 2013). En los últimos años, el viche ha experimentado un auge comercial, determinado por su venta y consumo fuera de los circuitos tradicionales de distribución en los territorios negros del Pacífico. En ese camino, la narrativa sobre el viche se ha transformado, incorporando valores de ancestralidad, precio justo y sostenibilidad ambiental (Jaramillo, 2021).

La pregunta por el posible desarrollo local que genera el negocio del viche en la actualidad comenzó en torno a diversos temas, como la ecología política, el estado de los derechos humanos de los grupos étnicos, la exotización y la mercantilización de la cultura, el medio ambiente y la alimentación, así como las experiencias previas con el consumo de viche en diferentes contextos. Así, el grupo de investigación decidió empezar a explorar en restaurantes de Bogotá cómo se consumía el viche y cómo se accede a su consumo. Posteriormente, por recomendación del tutor del trabajo de grado, se decidió visitar uno de los

[1] Según el CONPES 3934, se define bioeconomía como "economía que gestiona eficiente y sosteniblemente la biodiversidad y la biomasa para generar nuevos productos, procesos y servicios de valor agregado, basados en el conocimiento y la innovación"

[2] *Afrodescendiente*, *afrocolombiano*, así como su abreviación y prefijo, *afro*, son términos de identidad política creados y adoptados por movimientos transnacionales de la diáspora africana en América Latina, desde los años noventa del siglo XX. Con ellos se busca generar lazos entre los distintos pueblos herederos del proceso afro diaspórico a nivel mundial (Castro & Meza, 2017)

[3] Para conocer los aspectos generales de la región, ver el apartado 5.1 *El Pacífico colombiano*.

puntos estratégicos para conocer de cerca los procesos de producción y distribución del viche en la zona del Pacífico colombiano, con el ánimo de estar inmersos en un sistema cultural de valores y significados del viche en algunas comunidades productoras, y de esta forma, comprender las diferentes etapas de la cadena de valor del viche.

Tras la realización del anteproyecto se identificó el apogeo comercial experimentado por el viche, que ha sido posible gracias a cuatro procesos contiguos y correspondientes: la reivindicación de la bebida por parte de las élites culturales del afropacífico[4], su proceso de legalización, el blanqueamiento[5] de los activos culturales afrocolombianos y su capitalización para el negocio y comercialización de la bebida (Jaramillo, 2021). El devenir de estos procesos, ha puesto de relieve conflictos económicos, culturales y ambientales alrededor del viche, convocando a diferentes actores involucrados y generando preguntas sobre la forma y el destino de un negocio prometedor.

Entre los dilemas a los que se enfrenta la bioeconomía del viche, destacan la tecnificación productiva, las afectaciones medioambientales en la producción y sus interrogantes frente al crecimiento del negocio, la dificultad de los productores para acceder a mercados extrarregionales, el aumento en la intermediación, los problemas logísticos para la distribución de la bebida fuera del Pacífico, la definición en el pago de rentas al monopolio estatal de licores y la consecución de registros sanitarios. De fondo, las problemáticas señaladas, provienen de un contexto de racismo estructural, desigualdad social y económica e injusticias ambientales (Jaramillo, 2021; Meza, 2010; Perlaza, 2021).

Frente al escenario que plantea el negocio del viche, ha surgido la pregunta alrededor de las posibilidades que ofrece para el desarrollo local y la sostenibilidad ambiental, ahora que es un producto en boga,

[4] *Afropacífico* es un término que designa todos los territorios del litoral Pacífico que son habitados por población afrocolombiana. Ver (Arocha, 2009).

[5] El *blanqueamiento* es un proceso complejo en el que confluyen fuerzas de diferente tipo, que actúan para diluir, abandonar y dispersar el estatus de lo *negro*. Esto implica "movilidad geográfica fuera de las regiones negras hacia las no negras y, en general, alejamiento de [...] aspectos de comportamiento y cultura identificados como negros" (Wade, 1997, pág. 351). Dicho proceso, funciona como una estrategia conexa con el mestizaje y la ideología racial del progreso, que vincula la modernidad con la blanquitud (Wade, 1997). Existen diferentes tipos de blanqueamiento, como el simbólico, el ideológico o el material (Mesa, 2020)

enmarcado en los efectos del *etnoboom*[6] vivido a nivel nacional. Entre los territorios que se encuentran experimentando con más fuerza los efectos de este fenómeno, se cuenta la región pacífica, como productora, fuente y despensa de los recursos naturales e intelectuales necesarios para su producción, así como las grandes ciudades del país, donde se encuentra el capital económico para movilizar el negocio de la bebida fuera de su región de origen.

Algunas de las razones por las cuales las narrativas sobre el desarrollo local y la sostenibilidad ambiental han calado profundamente en el ámbito de los territorios productores de viche, son las agendas ambientalistas de los gobiernos nacionales, las políticas conservacionistas y asistencialistas de los organismos multilaterales, las agencias de cooperación internacional, y muy especialmente, los altos índices de pobreza, desigualdad social, diversidad cultural y biodiversidad que componen estos territorios.

Frente a este panorama, los modelos de negocio asociados con la conservación del medio ambiente se han conectado de manera directa con perspectivas de desarrollo económico para las comunidades locales. Por lo tanto, el paradigma generado por el biocomercio y los negocios verdes, ha desembocado en la idea de que conservar los recursos naturales y los ecosistemas durante el proceso productivo *necesariamente* debería coincidir con el éxito comercial.

No obstante, históricamente, el viche ha sido un negocio perseguido y marginado de la industria licorera del país, tal y como ha sucedido con otras bebidas alcohólicas ancestrales y de fabricación artesanal (Calvo y Saade 2002, Meza 2013). La forma de esta marginación ha sido determinada por medio de los monopolios rentísticos sobre los licores destilados, que anteriormente proscribía en la norma la destilación del licor y prohibía en la práctica el funcionamiento de sus alambiques. No fue sino en las últimas décadas que, progresivamente, se fueron liberando las presiones legales sobre la producción y

[6] Arocha (2007), define este fenómeno como "la hiperexaltación y sobre-simplificación de los patrimonios simbólicos de los pueblos étnicos del país, con posibles efectos de canibalización, coincidentes con la expropiación territorial violenta de esos pueblos" (Arocha, 2007, p.p. 91).

comercialización del viche, a tal punto que, en el año 2021 se expidió la ley 2158, por la cual se reconoce, impulsa, promueve y protege el viche y sus derivados como bebidas ancestrales.

Todo el entramado que compone la situación actual del viche es evidenciable en las relaciones y fases de su cadena de valor. Es en el devenir de los tránsitos productivos, comerciales y de consumo, que pueden encontrarse los cuellos de botella logísticos, económicos, ambientales y legales, de cara a las perspectivas, oportunidades, conflictos y dificultades de las comunidades productoras para encontrar en el viche una herramienta de desarrollo local, que sea sostenible con sus ecosistemas propios y el medio ambiente.

En este orden de ideas, el equipo de investigación logró observar de cerca el trabajo de mujeres jóvenes y de mayor edad en julio del año 2022, durante el acercamiento a campo efectuado en Buenaventura y Bahía Málaga. Muchas de estas mujeres son portadoras de la tradición del viche, bien sea porque son productoras, transformadoras de la bebida, o dinamizadoras de los derechos culturales y ambientales del viche, en búsqueda de su protección y salvaguardia. El trabajo realizado permitió visualizar un entramado de relaciones que iban más allá de sólo delimitar etapas de la cadena de valor y que iluminaron aspectos ambientales, operativos, legales y socioculturales en torno a las dinámicas del negocio del viche.

2. Planteamiento del problema

El viche ha sido históricamente un producto local del Pacífico colombiano, el cual ha permanecido en las dinámicas de ocultamiento, proscripción y asentamiento histórico-cultural entre sus productores. Igualmente, ha tenido una base agrícola y productiva de conocimiento y apropiación ecológica sobre los usos ecosistémicos por parte de las comunidades afro que se han asentado en el Pacífico colombiano y actualmente su cadena de valor ha salido de su territorio local.

Por lo anterior, el presente trabajo indaga las particularidades del viche mencionadas anteriormente, no dando por sentado que las cadenas de valor del viche ya están presentes en el "Desarrollo Local Sostenible", sino en clave de las relaciones que ha podido tener o podrá tener con él, entendiendo el Desarrollo Local Sostenible de la elaboración del viche, con aspectos que vinculan prácticas de cuidado que evitan el agotamiento de los recursos naturales que se requieren para su producción, o por el contrario prácticas que deterioran el ecosistema, de este modo se pueden tener en cuenta ¿qué tan sostenible es el medio ambiente del territorio productor? en cuanto a: la capacidad de producción de la caña de azúcar, la disposición del agua y el acceso a la tierra o a la tenencia de la tierra. También desde el aspecto económico, ¿sí es viable un punto de equilibrio entre los costos de producción y los ingresos que se retribuyen a las familias productoras?, así como la sostenibilidad cuestionada desde los aspectos socioculturales con preguntas de carácter etnográfico, que apunten a la comprensión de los efectos culturales y sociales que conlleva a su distribución y venta fuera de la escala local.

En este orden de ideas se pretende responder a la pregunta de investigación: ¿La cadena de valor del viche puede posibilitar el desarrollo local sostenible para sus productores locales en el municipio de Buenaventura-Valle del Cauca?

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Analizar la cadena de valor (producción, distribución, venta y consumo) del viche en Buenaventura para comprender su impacto en los productores locales.

3.2. Objetivos específicos

1. Caracterizar la cadena de valor del viche en cuanto a: producción, distribución y venta en las áreas de estudio.
2. Analizar los aspectos ambientales, sociales y económicos de cada etapa de la cadena de valor.
3. Indagar la relación entre producción y sostenibilidad de la cadena de valor del viche teniendo en cuenta sus aspectos ambientales, sociales y económicos.

4. Marco Teórico y marco normativo

Para esta investigación se ha pensado el Desarrollo Local, sin perder la mirada etnohistórica a la que ha pertenecido la población negra y afrodescendiente, portadora del conocimiento ancestral alrededor del viche; esto implica comprender, ¿cómo los sistemas económicos actuales y las formas de injerencia de los mercados étnicos han construido una posibilidad de ingresos económicos, visibilización de los productores y consumo de nuevos públicos?, en donde el viche y sus bebidas derivadas se pueden encontrar en diferentes escalas de producción y comercialización. Así mismo, desde una postura crítica, los aspectos observados en campo contrastados con aportes epistemológicos de los estudios del Desarrollo, evidencian una dinámica de relaciones entre las comunidades, los procesos de intercambio y comercialización, y finalmente una pregunta sobre los valores sociales y culturales que acompañan al viche en los modelos de Desarrollo actuales, de cara a las realidades a las que se enfrentan los productores y la misma cadena de valor.

Para establecer un orden teórico a las anteriores ideas, a continuación se presentan los debates asociados al biocomercio de la cadena de valor del viche, partiendo desde las concepciones de Desarrollo y Desarrollo Local explicadas en su historia y más afines a los escenarios contemporáneos de los productos locales como el viche; seguidamente, se explica en qué consisten: el biocomercio, las cadenas de valor y los negocios verdes, para posteriormente, enlazar el rol e impacto del viche en estos modelos económicos y locales.

4.1. Del Desarrollo al Desarrollo Local Sostenible

La palabra “desarrollo” tiene un origen etimológico del latín rutulus (ruedita) y rota (rueda), y según el diccionario Etimologías de Chile, (2022), su significado es la acción de desenvolver y desenrollar, cuestión que cobra sentido en los caminos actuales que está tomando el viche, porque lo evidenciado en campo demuestra que en diversos puntos visitados de la geografía vallecaucana y bogotana, existen posibilidades e incertidumbres en el camino por el cual actualmente se desenvuelve el viche, aportando

interrogantes sobre ¿sí la producción y comercialización del viche está beneficiando directamente a sus productores y población portadora de este conocimiento?

Valga aclarar que, con dificultad, la misma comunidad se ve obligada a comercializar su producto en medio de un sistema económico que históricamente los había dejado en el lugar de la exclusión y la deshumanización como lo fue la esclavitud. Lo anterior conlleva a analizar, ¿bajo qué conceptos de Desarrollo se está dinamizando el viche?

Las teorías del Desarrollo y la génesis del término en otros campos del conocimiento, no explican el mismo sentido de "desenvolvimiento" sino de "progreso", "evolución" y "avance", cuestiones que fueron asimiladas por el mundo occidental desde la antigua Grecia, hasta las ideas económicas de Adam Smith, (Valcárcel,2006. P.p.4-7). Posteriormente, a finales del siglo XIX y comienzos del XX, autores como Schumpeter (1941) y Benson (1942), en (Valcárcel, 2006.P.p.4), involucraron a las nociones de Desarrollo con la proyección económica que permite el avance de las naciones, de esta forma se evitan sus atrasos.

Igualmente, Valcárcel explica que un quiebre importante se da a mediados del siglo XX cuando el presidente Truman mencionó ante las Naciones Unidas que los países más ricos debían "fomentar la inversión de capital en áreas necesitadas de desarrollo" (Valcárcel, 2006. P.p.5). Por ende, bajo la premisa de Truman, se empezó a asimilar un dualismo entre los países desarrollados y subdesarrollados, más aún, cuando el Consenso de Washington durante los años ochenta, formuló algunos apuntes para enaltecer las economías latinoamericanas las cuáles se encontraban en crisis frente a otras zonas del mundo:

América Latina requería (de acuerdo con los resolutivos del CW) de un modelo económico abierto y estable. Por un lado, la apertura económica consistía principalmente en una serie de medidas que permitieran y facilitaran el comercio internacional entre los países en vías de desarrollo y los desarrollados, con la finalidad de impulsar el crecimiento económico de la región. Por otra parte, la disciplina macroeconómica proporcionaría la estabilidad económica a partir del control de las finanzas

públicas del Estado, para lograr efectos económicos, políticos y sociales positivos (Martínez & Soto, 2012).

Mientras tanto desde los años sesenta, Latinoamérica debatía su lugar en el orden mundial, el mismo que le había sido otorgado por las concepciones del Desarrollo. Estos debates tenían una visión más holística hacia las realidades de la población latina que no sólo comprenden ámbitos económicos, por tanto, las ideas de autores como Marx, Cardoso y Faletto estos dos últimos creadores de la teoría de la dependencia, (Valcárcel, 2006. P.p. 13-15), fueron reflejados en las academias y los informes públicos de la CEPAL para criticar como la idea de "Desarrollo" establecida, termina agudizando la explotación y lucha de clases sociales debido a la creciente desigualdad que la macroeconomía no lograba visibilizar. De acuerdo a lo anterior, Cardoso concibió la relación dependiente que existen entre los países "subdesarrollados" (periferias), con los países donde se instaura el Desarrollo (Centros), en el marco de su teoría de la dependencia.

Paralelamente, otra corriente de pensamiento consideraba la importancia de analizar el "Desarrollo" y sus vínculos con los territorios y el medio ambiente, a mediados de los años setentas e incluso hasta el presente, aquí se destacan autores como Sachs (1974), Strong (1973), Nerfin (1978), quienes estudiaron otros puntos de vista del Desarrollo comprendiendo las afectaciones a los contextos ecológicos y la preocupación por la calidad de vida de las poblaciones sujetas al modelo de Desarrollo establecido.

Las Cumbres Mundiales y las Asambleas de las Naciones Unidas jugaron un rol importante en la construcción y reestructuración del modelo de Desarrollo, durante la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo celebrada en 1987 (Valcárcel, 2006.P.p.16), por primera vez se acuñaba el término "sostenible", proponiendo un Desarrollo más ético en consideración con los recursos naturales que tendrán las generaciones futuras, entre otras características económicas y sociológicas.

Debido a lo anterior, gracias a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, realizada en Río de Janeiro en el año 2015, hasta el día de hoy el Programa de las Naciones Unidas para el

Desarrollo se proyecta cumplir con veinte objetivos principales teniendo como meta que para el año 2030 “todas las personas disfruten de paz y prosperidad” (ONU, 2022).

4.2 La bioeconomía y los negocios verdes

Teniendo en cuenta que el concepto de Desarrollo ha venido cobrando fuerza en escalas más locales y regionales, el concepto de bioeconomía acompaña parte de las iniciativas de estas nuevas formas en las que se presenta el Desarrollo. La Bioeconomía surgió como una manera para adaptar modelos socioeconómicos que pudieran cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, en parte para abordar el tema del cambio climático y disminuir la dependencia en los recursos fósiles. De esta forma, se busca promover el uso de recursos, procesos y principios biológicos para el suministro sostenible de bienes y servicios en todos los sectores económicos (Henry, Hodson, Aramendis, Trigo y Rankin, 2017).

Marín, J. W. (2018) en su análisis para el Instituto Humboldt, reconoce que el término de bioeconomía está sujeta a distintas interpretaciones, clasificados en tres visiones: la Biotecnológica que prioriza el crecimiento económico y empleo, los Biorecursos que enfocan el crecimiento económico y sostenibilidad, y por último la Bioecológica que apunta a la sostenibilidad, biodiversidad, conservación y disminución de la degradación. Cada una tiene su enfoque de sostenibilidad, la manera de crear valor, así como la base de innovación y la escala de enfoque. El crecimiento en la producción de viche podría ocupar cualquiera de los tres, mostrando distintas escalas de enfoque respectivamente: clústeres globales – centro, Rural – regional (desarrollo regional) y Rural – local (identidad territorial).

Además, el autor señala que en la Bioeconomía se deben tener ciertas precauciones que se podrían relacionar al crecimiento que está teniendo el viche, de esta forma Marín, J.W. afirma:

> Crecimiento económico del sector primario como fortalecimiento a la seguridad alimentaria, el industrial en sectores como energía y farmacéutica y se dejan en un segundo plano los debates sobre la sostenibilidad, o más bien hacia dónde es la transición de sostenibilidad que se plantea y que

podría abarcar una serie de aspectos como la proliferación de conflictos de uso de la tierra, por ejemplo, en la expansión de biocombustibles y otros monocultivos industrializados, producción de alimentos commodities deslocalizados, o la neoliberalización de la naturaleza y el conocimiento.

Al igual que la Bioeconomía, los Negocios Verdes es un término contemporáneo que aparece en el marco del Desarrollo Local Sostenible, y a pesar de no contar con una consolidación en la política pública internacional (Marín, J. W. 2018), en el 2014 fue definido a nivel nacional por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible como:

Las actividades económicas en las que se ofrecen bienes o servicios que generan impactos ambientales positivos y que, además, incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio. (MADS, 2014. P.p. 40).

Marín, J. W. menciona varias características de un Negocio Verde que, en relación con el viche, pueden contribuir a la viabilidad económica del negocio, el uso eficiente y sostenible de recursos para la producción del bien o servicio y aportar a la responsabilidad social y ambiental en la cadena de valor de la empresa:

Dichos criterios permiten la caracterización como negocio verde lo que desde el punto de vista de la gestión empresarial mejora su desempeño económico a la vez que contribuye a promover patrones de producción y consumo sostenibles de bienes y servicios, crear de una cultura alineada con principios ambientales, sociales y éticos, facilitar la toma de decisión a los consumidores y visibilizar una oferta de bienes y servicios de cara al mercado nacional e internacional. (MADS, 2014).

4.3 La comprensión de la cadena de valor del viche y la vida afropacífica

Según los relatos de las personas entrevistadas durante las salidas de campo, al igual que lo observado en los relacionamientos comerciales del viche y sus derivados, los insumos principales para sus preparaciones (caña de azúcar y hierbas, entre otros productos locales), son conseguidos de circuitos

cortos de comercialización que hacen parte -en su mayoría- de los contextos ecológicos del Chocó Biogeográfico, el Valle del Cauca y el área de litoral del Pacífico Vallecaucano.

Sin embargo, no se puede explicar un proceso coyuntural como el auge que está teniendo el viche actualmente, sin dar algunos apuntes que ayudan a comprender la relación territorial que tienen los portadores del conocimiento ancestral del viche y sus consumidores afrodescendientes. Lo anterior, para entender que el Pacífico Colombiano es la consecuencia de una densidad histórica[7], englobada en procesos de transformación social y ambiental de larga duración, y que fueron instaurados a través del racismo, el despojo, la exclusión territorial, las brechas de género, el daño ambiental, entre otros aspectos; aun así a pesar de estas complejidades existe una relación indivisible entre la vida natural (ecológica) y social de estos territorios en el Pacífico, la cual Arocha (2009) las denomina: "La Homobiósfera del Pacífico".

En el marco de esta Homobiósfera coexisten actividades económicas de subsistencia para esta población, que como se mencionó, hacen parte de sistemas de relaciones entre la cultura y la naturaleza, para el caso del viche existen circuitos[8] agroalimentarios locales de menor escala, que representan una parte importante de los sistemas agroalimentarios, por ende, "lo agroalimentario es la cualidad de cultivar o criar animales y vegetales por medio de determinados medios y herramientas, en un campo determinado. Todo con el fin de comer y beber, es decir, de alimentarse" (Muñoz, 2020).

Paralelamente, en la participación de actividades agroalimentarias que están vinculadas a la producción del viche, es importante mencionar, a los policultivos que aportan a la soberanía alimentaria y la sostenibilidad de los ecosistemas y finalmente como ambas actividades son una base fundamental para la

[7] La densidad histórica acuña elementos variados, relacionados con el maltrato sistemático a menor y mayor escala que sufrieron las personas traídas de África en condición de esclavos, así como los lugares y transformaciones sociológicas y políticas que vivieron las poblaciones afrodescendientes; para el caso del estudio del viche, se utilizará la concepción "Homobiósfera del Pacífico" Jaime Arocha (2009), referida como un elemento de análisis de esta densidad histórica, en donde "los modelos polimorfos de producción que se derivan de él hermanan a la gente con la naturaleza, y de esa manera logran la sostenibilidad ambiental".

[8] Según la CEPAL (2014): "Los circuitos de proximidad acercan a los agricultores al consumidor, fomentan el trato humano, y sus productos, al no ser transportados a largas distancias ni envasados, generan un impacto medioambiental más bajo".

permanencia de ritualidades y cohesiones sociales de los universos culturales afro presentes desde el ciclo de la vida hasta la muerte.

Retomando el análisis de la conexión entre el Desarrollo y el Desarrollo Local Sostenible, frente al desenvolvimiento del viche a menor y gran escala, la Cepal (2014), afirma que:

> Los circuitos cortos ayudan a crear nuevos lazos sociales, fomentan la equidad en los intercambios comerciales, favorecen la participación social y aplican una lógica pedagógica que contribuye a una mayor autonomía de los actores y, con ello, a una mayor sostenibilidad e integración social (CEPAL,2014).

Con respecto a estos circuitos y sus dinámicas, los Biocomercios y Negocios Verdes están logrando que para bien o para mal, los productos locales se salgan de sus escalamientos territoriales originales y lleguen hasta nuevos mercados nunca antes explorados, para el caso de los productos étnicos y elaborados desde un saber ancestral, Arocha (2007), explica este fenómeno desde el año 2007, respecto a lo que está sucediendo con la "exotización" de las gastronomías con herencia africana y afro pacíficas: "Las propuestas gastronómicas con "sustentabilidad cultural" tienen el potencial de reconocerles la igualdad a los afrodescendientes del Pacífico frente al resto de los colombianos", lo mismo afirma Jaramillo (2021), "La producción del viche entró en el ámbito de los etnomercados", situando a las ferias, los emprendimientos y los lugares cofinanciados y dispuestos por instituciones como Gobernaciones, Alcaldías, ferias étnicas y campesinas, (Jaramillo, 2021.P,p,118).

Desde este punto de vista, anteriores trabajos de investigación como los de Mesa (2020.P.p.31), son importantes para descubrir cómo estos nuevos acercamientos de los mercados afros en espacios de la institucionalidad, a la cual la gente negra no pudo permanecer en la historia, son ahora puntos de contacto e interacción con el mundo comercial-social que se acercan cada vez más a economías globalizadas gracias a estrategias que la autora denomina "blanqueamiento" [9], como una manera en donde se posa el

[9] Mesa (2020), elabora esta idea de "blanqueamiento" como estrategia de adaptación social de los afrocaribeños, en relación con su análisis entre el racismo y el despojo de tierras en Barú y Cartagena: "La acepción que el concepto blanqueamiento tendrá en

racismo de manera sutil y silenciosa, pero que a su vez es aceptado por las características económicas del "Desarrollo". Estas ideas sobre los productos o iniciativas locales que se mueven en las dinámicas del Desarrollo, tienen ciertas particularidades para el caso del viche, que se expondrán durante los resultados.

esa tesis será una mucho más ideológica, aquella que operó como encarnación abstracta del espíritu de la unidad nacional en Colombia que por mucho tiempo discriminó a la población no blanca en prácticas cotidianas y satanizó todo aquello que fuese vinculante a esta, al tiempo que implantaba una adopción impuesta o de comportamientos identificados como "no negros".

5 Orientaciones metodológicas

La metodología utilizada para la investigación y presentación del trabajo de grado fue la etnografía, que el Diccionario de Antropología de Barfield (2000), define como: "[…] la descripción sistemática de una cultura contemporánea única, a menudo mediante trabajo de campo […]" (Barfield, 2000, p. 254). En un sentido amplio, la etnografía es un método multitécnico para la recolección, interpretación, análisis de información y presentación de resultados, centrado en el trabajo de campo y la captación de la realidad a través del estar allí, que significa la participación del etnógrafo en primera persona de los hechos sociales que estudia y entre las culturas o comunidades que son sujetos de investigación (Geertz, 2000). De esta forma, la etnografía busca comprender la realidad, para lo cual se vale de diferentes recursos fenomenológicos y hermenéuticos, como lo son el extrañamiento, el asombro, la imaginación, la rememoración y la reflexividad (Guber, 2001; Silva, 2014; Gil et al, 2004; Ricoeur, 2000).En la actualidad, la etnografía es una metodología volcada hacia la orientación cualitativa. No obstante, es un método amplio por el cual puede hacerse uso de una diversa gama de técnicas para la recolección de información. Es decir, que su carácter multitécnico contempla la aplicación de técnicas de orden cualitativo y cuantitativo paralelamente, de ser así necesario. En este sentido, la etnografía busca constantemente generar una triangulación de información que proporcione perspectiva, validez social y científica, así como rigurosidad en el tratamiento de la información por ella producida (Apud, 2013).

La decisión de seleccionar la etnografía como método de investigación para este trabajo de grado, estuvo basada en tres motivos. El primero fue la flexibilidad y adaptabilidad que ha demostrado el método etnográfico para rastrear procesos productivos y comerciales alrededor de diferentes mercancías (Marcus, 2018; Meza, 2013; Bestor, 2014). El segundo, fue la necesidad imperativa de reconocer directamente, en territorio y con los actores que participan del negocio del viche, si había desarrollo local sostenible alrededor de esta actividad económica y cultural, y de ser así, cuál era la

forma de este desarrollo. En este aspecto, la etnografía es idónea debido al relacionamiento cercano que propicia con las personas y fenómenos que son sujetos de su investigación. Finalmente, también se decidió el uso de la etnografía debido a la experiencia que tienen en su aplicación dos de las personas participantes del equipo de trabajo.

Una vez establecida la metodología, debido a la estrechez de tiempo y recursos, se definió que se realizaría un acercamiento etnográfico a las diferentes etapas de la cadena de valor del viche, utilizando técnicas cualitativas de investigación, como la observación participante, el diario de campo, las conversaciones etnográficas y las entrevistas semiestructuradas. A continuación, se presenta la definición de cada una de estas técnicas y luego se muestra un cuadro con las correlaciones seleccionadas entre objetivos y técnicas de investigación, para la etapa de recolección de información.

5.1.1. Observación participante: Su objetivo es familiarizar al investigador estrechamente con un determinado grupo de individuos y sus prácticas, a través de una participación intensa con las personas en su entorno cultural, generalmente, a lo largo de un periodo de tiempo extendido. La observación participante busca registrar entonces un sinnúmero de conductas y comportamientos que no pueden ser consignados por medio de otras técnicas de investigación convencionales.

5.1.2. Diario de campo: es una técnica de origen terapéutico por medio de la cual el sujeto registra minuciosamente los acontecimientos de la jornada o bien de un evento o tema determinado. El diario permite un monitoreo permanente del proceso de observación participante. Puede ser especialmente útil para describir, organizar, analizar e interpretar la información que se está recogiendo en campo. Además, se convierte en un testigo privilegiado de las sensaciones y pensamientos personales del investigador sobre su propia experiencia en la participación de la vida que estudia y observa.

5.1.3. Conversaciones etnográficas: también llamadas conversaciones informales o entrevistas no direccionadas (Guber, 2001), estas componen una técnica dada por una situación cara-a-cara, donde se encuentran distintas subjetividades por medio del lenguaje y la comunicación no verbal. La conversación es una relación social a través de la cual se obtienen enunciados y verbalizaciones en una instancia de observación directa y de participación, de manera que sirve para obtener datos que dan acceso a hechos del mundo. No obstante, es importante tener en cuenta que los datos emergentes de la conversación son la realidad que se construye durante la interlocución y el encuentro.

5.1.4.Entrevista semiestructurada: también conocida como entrevista mixta, es un tipo de entrevista en la cual el entrevistador tiene preparadas ciertas preguntas específicas, como en la entrevista estructurada, pero también se hacen preguntas espontáneas, como en la entrevista no estructurada.

Objetivo Específico	Criterios de selección	Técnicas	Productos
Caracterizar la cadena de valor del viche en cuanto a producción, distribución y venta en las áreas de estudio.	Técnicas que permitan una identificación clara de los procesos del viche con sus actores involucrados: prácticas precisas, narrativas sobre el negocio, expectativas y condiciones sociales.	- Observación participante - Diario de campo - Conversaciones informales	-Experiencia del investigador -Diario de campo -Registros en audio, imagen y video.
Analizar los aspectos ambientales, sociales y económicos de cada etapa de la cadena de valor.	Técnicas que permitan dar cuenta de manera precisa de los aspectos ambientales, sociales y económicos de la cadena de valor del viche, en	- Observación participante - Diario de campo - Conversaciones informales	-Experiencia del investigador -Diario de campo -Registros en audio, imagen y video.

	términos de materialidad, prácticas y dinámicas comerciales y de trabajo, así como contextuales y ecológicas.	- Entrevista semiestructurada	-Transcripciones de entrevistas
Indagar la relación entre producción y sostenibilidad de la cadena de valor del viche teniendo en cuenta sus aspectos ambientales, sociales y económicos.	Técnicas que permitan profundizar en el conocimiento sobre el vínculo entre la producción del viche y su sostenibilidad ambiental	- Observación participante - Diario de campo - Conversaciones informales - Entrevista semiestructurada	-Experiencia del investigador -Diario de campo -Registros en audio, imagen y video. -Transcripciones de entrevistas

Tras finalizar la recolección de información, se procedió a la sistematización de la misma por medio de la digitalización del material análogo, así como su compilación junto con los recursos digitales en la plataforma de almacenamiento virtual Google Drive y en matrices de Excel. En estas últimas, se codificó cada archivo almacenado en el Google Drive de acuerdo con criterios de lugar, fecha y temática. El objetivo era generar una base de datos única que facilitara el acceso a cualquier dato en bruto recabado durante el trabajo de campo. Con el tiempo, a esta matriz se agregaron transcripciones de entrevistas, vídeos y anotaciones de los diarios de campo del equipo investigador.

Posteriormente, se elaboró una batería de categorías pre-establecidas y emergentes para analizar la información recopilada en el trabajo de campo y sistematizada en las matrices de Excel. Las categorías fueron clasificadas por jerarquías y temáticas presentadas en el marco teórico de la investigación. Con este trabajo realizado, se procedió a la construcción de datos para el análisis de información, por medio de

dos estrategias. La primera se valió del uso de dos software para análisis y producción de información cualitativa: NVivo y Mactor. El primero facilitó la categorización de grandes cantidades de información y el segundo, permitió el mapeo de actores del negocio del viche, de acuerdo con sus niveles de influencia y dependencia, así como sus convergencias y divergencias mutuas, en relación con objetivos de desarrollo local sostenible para las comunidades productoras de viche.

La segunda estrategia utilizada fue mucho más intuitiva para la categorización y el análisis de información. Se basó en la visita directa a los datos en bruto y los diarios de campo, para su relacionamiento recíproco en la búsqueda e identificación de tendencias y patrones. Aquí, la elaboración y análisis del dato se dio en función de la experticia de los investigadores y de la experiencia ganada con el trabajo de campo alrededor del viche. En este sentido, se consideró la máxima etnográfica que señala como la mejor herramienta de la etnografía al propio investigador, por su trabajo inmersivo en el fenómeno que estudia.

Una vez analizada la información de manera inicial, los resultados terminaron de tomar forma en el proceso de escritura. Para esto, se definió hacer uso recurrente del relato etnográfico, que es un tipo muy particular de relato en el que juegan constantemente tres voces: las del autor, las de las personas sujeto de la investigación y las de los teóricos sobre el problema en cuestión. En el trabajo de urdir estas tres perspectivas, tiende a producirse un género literario que el poeta colombiano José Luis Díaz-Granados denominó cuentos sin ficción, que son narrativas vívidas sobre una realidad precisa, que fue visitada presencialmente por el autor y que trata de ser fidedigna en la recreación literaria. En este camino, se elaboraron dos capítulos de resultados que presentan los hallazgos del trabajo de campo y la interpretación ofrecida por el equipo investigador.

En seguida, se presentan de manera detallada, a la forma de una hoja de ruta, los tiempos y detalles del trabajo metodológico realizado antes, durante y después de recolectar la información en campo y con miras a generar el presente documento.

5.2.Hoja de Ruta: cronología y detalles del trabajo realizado

Esta investigación comenzó gracias una pregunta sobre el auge del viche en Bogotá, teniendo en cuenta el sector de Chapinero Alto, cuyos restaurantes están cada vez más dados a incorporar viche y cócteles elaborados a base de esta bebida en sus menús.

Posteriormente, en el mes de febrero un miembro de esta investigación pudo conocer desde la voz de doña Gloria Arboleda, lideresa y dinamizadora afrocolombiana, la historia del viche, sus tensiones, aspectos culturales y expectativas a futuro. Desde este evento, se realizó un primer contacto con ella, a la vez que nos invitaba a su territorio en la zona rural de Buenaventura, más específicamente el corregimiento de Triana, lugar referente en la producción y consumo de viche.

Con doña Gloria se establecieron relaciones de reciprocidad y camaradería desde el principio, llamándonos hasta el día de hoy como sus comadres y compadres, lo cual nos motivó para realizar un viaje hasta Triana con el objetivo de conocer de cerca a sus habitantes, quienes mantienen viva una herencia como productores y consumidores de viche.

Así entonces, desde febrero se emprendió un proceso de investigación que se desarrolla en cuatro fases: preproducción, salida de campo, escritura del proyecto y evaluación de resultados.

***5.1.1. Delimitación del tema y del título del trabajo*:** una vez realizada la salida de campo, se delimitaron los subtemas a tratar durante la investigación: antecedentes históricos y normativos, características socioambientales del viche y estudios de casos de otros licores artesanales.

***5.1.2 Investigación del estado del arte o estado del conocimiento sobre el viche*:** con base en los temas tratados anteriormente, se inició una búsqueda bibliográfica que se facilitó gracias a la coordinación entre los estudiantes, para lograr una adecuada organización de la información y sus respectivas referencias.

Una dificultad que se presentó, fue la escasez de investigaciones profundas sobre el viche, por el contrario, se encontraban compendios de reportajes periodísticos, archivos audiovisuales y algunas menciones en recetarios de la cocina pacífica.

Sin embargo, el informe realizado por el ICANH y la Universidad del Pacífico titulado; Alambiques prohibidos y destilación proscrita, permitió conocer un engranaje de información histórica, política y económica que partió de una metodología etnográfica, aportando datos claves a la presente investigación. Igualmente, como autores exploramos otras referencias académicas y de la jurisprudencia que contribuyen a comprender las situaciones por las que actualmente pasa el viche.

***5.1.3. Entrevista al profesor-investigador Carlos Andrés Meza autor del primer informe sobre el Viche*:** el investigador Carlos Meza fue coordinador del informe Alambiques Prohibidos y Destilación Proscrita en el año 2011, con él se realizó una entrevista en las instalaciones del ICANH, que permitieron responder algunas preguntas del carácter metodológico e investigativo en el Pacífico colombiano; de igual forma, nos compartió bibliografía, así como conversatorios y otros productos que realiza actualmente junto con el Instituto de Antropología e Historia para enlazar los debates estatales frente a la Ley del Viche.

5.1.4. Salida de campo a Chapinero Alto: el sábado 21 de mayo en horas de la tarde-noche, se realizó una visita al sector de Chapinero Alto en Bogotá, con el propósito de visitar comercios locales que vendieran viche y hacer un reconocimiento etnográfico de estos lugares y sus dinámicas de consumo. Esta salida fue enriquecedora, en tanto, nos aportó datos socioeconómicos de una parte de la cadena de valor del viche como lo es Bogotá y así también, nos dejó más reflexiones para incluir nuevas preguntas en el trabajo de grado.

5.2. Salida de campo a Buenaventura

En el mes de julio entre los días 7 de julio al 11 de julio de 2022 se realizó la salida de campo en los siguientes lugares:

- Municipio de Buenaventura-Corregimiento de Triana: jueves 7 y viernes 8 de julio
- Municipio de Buenaventura: viernes 8 de julio y domingo 10 de julio

- Corregimiento de Juanchaco: viernes 8 de julio, sábado 9 y domingo 11 de julio
- Corregimientos de Ladrilleros y La Barra: sábado 9 de julio
- Cali: lunes 11 de julio

5.3. Evaluación de resultados

Desde el mes de agosto y respondiendo paralelamente a otras entrevistas que se desarrollaron después de la salida de campo, el equipo de investigación acordó comenzar la sistematización en dos partes. La primera, fue a través de un diseño de clasificación y sistematización de los productos audiovisuales (grabaciones de entrevistas, fotos y videos) y de las transcripciones, para tener la información al alcance y organizada, para ello se contó con la ayuda de los softwares Nvivo y Mactor, ambos de análisis de datos cualitativos.

La segunda parte consistió en la revisión de los apuntes etnográficos de los diarios de campo, y en las reuniones para tener debates frente a las variables y resultados encontrados, que nos dirigieran hacia los temas pactados en el anteproyecto, sin perder de vista el desarrollo de los objetivos y la pregunta de investigación.

Los resultados de esta sistematización se van a adjuntar como anexos en el proyecto de grado.

5.4. Escritura del proyecto

Para comenzar la escritura, fue necesario hacer una nueva lectura del anteproyecto que se había presentado al Consejo de Facultad durante el cierre del primer semestre, ya que las situaciones que se encontraron en campo respecto al flujo de la cadena de valor del viche, hicieron replantear ciertos conceptos y variables en clave del Desarrollo Local y comprendiendo los contextos en los que viven sus productores.

Valga aclarar que esta nueva revisión bibliográfica e investigativa tomó más tiempo de lo pactado, y tuvo relación con la entrevista realizada en el mes de octubre a la Asesora del Plan Especial de Salvaguardia de Patrimonio Cultural Inmaterial del Paisaje Cultural Vichero, que lidera el Ministerio de Cultura.

Por consiguiente, la redacción de este documento fue pensado bajo un efecto de jerarquía, tomando conceptos grandes que aglutinan un segundo o tercer concepto de menor orden y que explican un sentido de relaciones entre los circuitos económicos de producción-comercialización y luego de comercialización-distribución-consumo del viche y sus bebidas derivadas, por último, de análisis de normativas y coyunturas legales.

6 Caracterización socioespacial: el Pacífico colombiano

El Chocó biogeográfico es una región neotropical húmeda situada desde Panamá, pasando por la costa pacífica de Colombia, Ecuador y Perú. El biogeográfico también incluye la región de Urabá de la zona caribeña, en Colombia está presente en los departamentos de Chocó (que le da el nombre), Valle del Cauca, Cauca, Nariño y una pequeña parte de Antioquia. (Aguirre y Rangel, 2008) También es distinto de los climas más lluviosos del mundo, con unos lugares donde puede tener precipitación anual superior a los 10.000 mm, promoviendo diferentes tipos de bosques y una inmensa biodiversidad, que solo en la región del Chocó existen registros de 5.976 especies de plantas vasculares (Bernal et al. 2015).

Mapa 1: Ubicación espacial y subregiones del Chocó Biogeográfico.
Fuente: Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico – IIAP

6.1. Cali

Cali, oficialmente Distrito Especial, Deportivo, Cultural, Turístico, Empresarial y de Servicios de Santiago de Cali, fue fundada el 25 de julio de 1536 por Sebastián de Belalcázar, y es la capital del departamento de Valle del Cauca, con una altura promedio de 1000 msnm. Por el censo de 2018 (DANE, 2018), Cali tiene una población de 1,822,869, de lo cual 14.41% es decir 262,753 personas, se reconoce como negro, mulato, o afrocolombiano.

Mapa 2: Cali, Valle del Cauca. Fuente: Geoportal.cali.gov.co

6.2. Buenaventura

Buenaventura, oficialmente Distrito Especial, Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura, es el puerto marítimo más grande de Colombia y es estimado que más de la mitad del las importaciones y exportaciones pasen por allí. Es el municipio más grande de la región pacífica colombiana. Según el Departamento Nacional de Planeción en 2020, la ciudad tiene 315,473 habitantes, y en términos demográficos, apuntó que un 71,49% se registro como negro, mulato, afrodescendiente, afrocolombiano (DANE, 2021). La población de Buenaventura sufre una de las peores condiciones de pobreza en Colombia: 80% en condición de pobreza y 41% del total en condición de miseria, según el

DANE. Adicionalmente, el 71% de la población solo tiene agua ocho horas al día. El 40% de los ciudadanos no tiene servicio de alcantarillado. El desempleo supera el 65%. (Hernández Bonilla, 2017)

6.2.1. Triana

Mapa 3: Buenaventura, Valle del Cauca. Fuente: IGAC, Colombia en Mapas

El corregimiento de Triana forma parte de la municipalidad de Buenaventura y se ubica sobre la Ruta 40 que conecta la ciudad de Buenaventura con el pueblo Lobo Guerrero, que marca la división de calle a Guadalajara de Buga y Cali. El pueblo queda al lado del río Dagua y está rodeado de bosque tropical del pacifico. Cada noviembre el pueblo patrocina el Festival de Viche en marco de la importancia de la producción de la bebida en la zona

Figura 2: El corregimiento de Triana, Valle de Cauca

6.2.2. Bahía Málaga: Juanchaco, Ladrilleros y La Barra

La Bahía Málaga es una bahía del océano Pacífico ubicada al occidente del departamento del Valle del Cauca, en Colombia, entre el delta del río San Juan y la bahía de Buenaventura. En la región se encuentran las localidades de Juanchaco, Ladrilleros y La Barra que forman parte de la municipalidad con una población estimada a 12.000 habitantes, (Palacios y Cantera, 2017). La economía de esta comunidad está enfocada en el ecoturismo, y activades productivas como la pesca, caza, corte de madera, recolección de piangua, y agricultura de subsistencia, que pueden promover ingresos promedios de $147.675 mensuales (Ruiz y Vargas, 2014).

Mapa 4: Bahía Málaga, La Barra y Juanchaco. Fuente: IGAC, Colombia en Mapas

7. La ruta del viche

El presente capítulo comprende la descripción de la ruta del viche en tres etapas de la cadena de valor: producción, distribución y consumo. Aquí se muestran los actores identificados, la forma de las cadenas de valor encontradas y algunas de las relaciones, vínculos y desencuentros entre los actores, siguiendo una secuencia lógica, que va desde la producción, pasando por la distribución y llegando hasta el consumo. Cada una de estas etapas es relatada con un estilo etnográfico, cuyo contenido está elaborado, casi en su totalidad, a partir de la información recabada en campo y constituye la primera parte de los resultados obtenidos por medio de la investigación adelantada sobre el biocomercio del viche.

7.1. Los actores

A continuación, se presentan los actores identificados a lo largo de la cadena de valor, enlistados siguiendo el orden lógico de la secuencia productiva y de su participación en el negocio del viche, bien sea esta directa o indirecta. Al frente del nombre de cada actor, se presenta entre paréntesis un código asignado, que permite identificar el actor en el ejercicio de comprender los niveles de influencia, convergencia y las interrelaciones entre actores.

1. *Maestras y Maestros vicheros* (Maestras_maestros)

Personas afro que son expertas y asiduas practicantes de la destilación del viche. Manejan a la perfección técnicas artesanales y ancestrales para la elaboración de la bebida y se dedican corrientemente a esta actividad.

2. *Asociación de Mujeres Campesinas Negras e Indígenas de Buenaventura - AMUCIB* (AMUCIB)

Organización recuperadora de prácticas y saberes ancestrales. Busca dinamizar, empoderar y visibilizar el quehacer colectivo de las mujeres rurales y de zonas suburbanas del distrito de Buenaventura de las cuencas del alto, medio y bajo río Dagua, la cuenca del Bajo Calima, además de barrios bonaverenses como Ventorrillo, El Triunfo, Vista Hermosa y San Antonio. El trabajo colaborativo es el pilar

fundamental de su ejercicio organizativo de liderazgo y empoderamiento. Pretende afianzar valores y derechos de las mujeres en una ciudad que ha sido golpeada por el conflicto armado. Su incidencia está muy relacionada con el trabajo femenino alrededor de la producción y comercialización del viche.

3. *Semillero de jóvenes de AMUCIB* (Semillero_AMUCIB)

Sección de AMUCIB dedicada a la formación y acompañamiento de jóvenes en Buenaventura alrededor de diferentes actividades como la recuperación de plantas nativas, siembra de papa china, producción y venta de viche, emprendimientos, capacitación en liderazgo comunitario y motivación para la educación superior.

4. *Red de dinamizadoras de la salvaguardia del viche* (Dinamizadoras)

Mujeres habitantes de sectores urbanos y rurales de Buenaventura, así como de comunidades en ríos aledaños de otras jurisdicciones, quienes, mediante un proceso organizado o espontáneo de empoderamiento, se dedican a la defensa, promoción y liderazgo de actividades vinculadas directa o indirectamente con el viche al interior de las comunidades y en relación con actores externos.

5. *Personas transformadoras del viche* (Transformadoras)

Personas afrocolombianas que se dedican específicamente a elaborar derivados del viche sin participar directamente de su destilación. Estas personas también son comerciantes habituales de la bebida y sus derivados, ubicándose corrientemente en lugares estratégicos como ferias, puestos ambulantes y otro tipo de espacios relacionados.

6. *Museo de Bebidas Ancestrales y Fundación Marina Mar en Bahía Málaga* (Marina Mar)

La señora Marina Gamboa es una educadora y lideresa social alrededor de las prácticas y activos culturales afro. Es creadora del Museo de Bebidas Ancestrales ubicado en el corregimiento de Juanchaco en Bahía Málaga, donde ofrece diferentes servicios, como el recorrido por el museo o la cata de diferentes tipos de viche y sus derivados. Junto al museo, se encuentra la sede de la Fundación Marina Mar, que

ofrece un espacio para la educación propia a los jóvenes de la zona y busca reivindicar la cultura afro del pacífico centro y sur colombiano.

7. *Hostal Villa Chila* (Hostal_VC)

El hostal Villa Chila es un lugar de hospedaje ubicado en Juanchaco, dedicado a la recepción de turistas que acuden a Bahía Málaga para el avistamiento de ballenas y las diferentes actividades turísticas de la zona. Su propietario y administrador es el señor Samuel Gamboa, líder social y miembro del consejo comunitario de Juanchaco. Por extensión, todos los hostales, hoteles y espacios de hospedaje para turistas y visitantes ubicados en Bahía Málaga, se comprenden en el marco de este actor a lo largo de la investigación.

8. *Familias y/o asociaciones afrocolombianas que venden viche y sus derivados en locales, restaurantes, ferias y eventos en Bogotá* (Afros_Bogota)

Pequeños y medianos empresarios afrocolombianos, así como asociaciones o cooperativas comunitarias que comercializan viche y sus derivados en Bogotá. Usualmente, ya consolidaron una marca propia, que no necesariamente se dedica sólo a la venta de viche y sus derivados, sino también de otros productos pertenecientes a la cultura gastronómica y artesanal afrocolombiana.

9. *Restaurantes gourmet ubicados en Bogotá que venden viche* (Restaurantes_Bogota)

Conjunto de restaurantes gourmet o de alta cocina que venden viche en la ciudad de Bogotá. Estos lugares manejan un discurso sobre el apoyo al desarrollo local sostenible y el rescate de la cocina tradicional colombiana para la venta de viche.

10. *Empresarios foráneos y no afrocolombianos que comercializan y distribuyen viche fuera del territorio donde se produce* (Empresarios_viche)

Personas que no son afrocolombianas ni pertenecen a familias productoras de viche, pero se asocian con ellas para la venta de la bebida, creando estrategias de marketing y capitalizando el negocio del viche fuera de sus territorios de producción.

11. *Destila Patrimonio* (Destila_Patrimonio)

Colectivo de productores de viche y líderes socioambientales, quiénes llevaron ante el Estado su preocupación por la intención de un productor de patentar la marca "Viche Pacífico". Desde el 2018 este grupo se consolida como el representante de las comunidades afrocolombianas del Pacífico para liderar la salvaguardia del Paisaje Cultural Vichero, como propiedad colectiva y patrimonio cultural inmaterial ante el Ministerio de Cultura y la UNESCO.

12. *Academia* (Academia)

Personas, entidades e instituciones que han hecho investigaciones en el ámbito académico alrededor del viche y han sido testigos de su transformación socioeconómica y cultural.

13. *Ministerio de Cultura* (MinCultura)

El Ministerio de Cultura, mediante el grupo de Patrimonio Cultural Inmaterial, es el ente estatal encargado de velar por la implementación del Plan Especial de Salvaguardia del Paisaje Cultural Vichero de la mano de las comunidades portadoras de la manifestación cultural del viche.

14. *Grupo legislativo promotor de la Ley del Viche* (Legales_Viche)

Congresistas, políticos y miembros de sus equipos de trabajo que formularon, promovieron y votaron la ley del viche ante el congreso de la república.

15. *Consumidores Afro* (Consumidores_Afro)

Grupo de personas afrocolombianas que son consumidoras habituales del viche y sus derivados, quienes habitan en los territorios tradicionales de producción de la bebida o por fuera de ellos.

16. Consumidores foráneos y no Afro (Con_Foráneos)

Grupo de personas foráneas y no afrocolombianas, que son consumidoras habituales u ocasionales del viche y sus derivados, quienes habitan fuera de los territorios donde se produce tradicionalmente la bebida.

7.2. Producción

La esencia de la elaboración del viche en la costa pacífica del Valle del Cauca está en las riberas de los ríos Dagua, Cajambre, Saija y Calima, en medio de un frenesí comercial que se ha venido incrementando gracias a festivales como el Petronio Álvarez de Cali, el Festival del Viche en Triana y el paso de turistas por el departamento. En este acápite se estudia la producción del viche centrada en el corregimiento de Triana y las materias primas que son utilizadas allí para destilar el licor: los cultivos de caña y la panela.

Los insumos para la información presentada nacen de los acercamientos a campo realizados con el Consejo Comunitario del Alto y Medio Dagua, las entrevistas otorgadas por miembros de AMUCIB y de su semillero de jóvenes, así como de una entrevista realizada a una gestora cultural cercana a maestras vicheras del río Cajambre.

7.2.1. La caña de azúcar: materia prima de producción del viche

La caña de azúcar (*Saccharum officinarum*) que se utiliza para la producción de viche en la zona de Cisneros y Triana, puede ser de dos tipos: amarilla y morada. Según Olga, maestra vichera habitante de Triana desde hace 51 años, la mejor caña es la que produce más *melao*, *miel* o *dulce*, para que pueda fermentar fácilmente. Además, es importante, según ella, que la caña crezca en tierra seca, lejos de la ronda del río para que su consistencia no sea *aguada* o en sus palabras *salobria*[10].

[10] La palabra *salobria* indica la salinidad del agua que pueda afectar el sabor ideal del dulce en la fermentación del guarapo de caña utilizado para la preparación del viche.

Doña Gloria Arboleda, dinamizadora y lideresa social, señala que la caña que se utiliza en el bajo Calima para destilar viche tiene una baja concentración de azúcar en comparación con la caña usada para producir azúcar, panela y aguardiente *jecho*, que es el nombre dado al aguardiente convencional. Además, explica que la producción de viche no sólo tiene que ver con el tipo de caña sino con la forma cultural y específica de la producción de esta bebida. Sobre esto, ella señala:

> [...] la caña de azúcar que usan para la panela tiene una alta concentración de dulce. [...] De eso va a salir un viche muy fuerte ¿Sí? Entonces su concentración de alcohol sería altísima y [...] también el sabor tiene que ser otro porque no se saca como viche, no es ritualizado, no es armonizado, no es con luna ni con sol, no es con buen tiempo [...] y ahí el sabor tiene que cambiar. Cambia por la caña, cambia por el contexto.

Figura 3: Doña Gloria Arboleda haciendo una presentación en el Corregimiento de Triana a productoras de viche de otras regiones

Sobre esta primera etapa para la elaboración del viche Meza et al. (2013), describen:

> [...] entre las variedades de caña, quienes la transforman sostienen que las especies venidas del Valle [del Cauca] son hoy de mayor rendimiento frente a las variedades de caña negra y amarilla

> que ya se daban en la región [del Chocó]. En varias partes esa caña se conoce como "interiorana" o "morada", y en lugares como Sivirú[11] como "caña Salomón". (Meza et al., 2013. p.p. 61).

pesar de que intentamos visitar los lugares de siembra y cultivo de caña para el viche con las personas del Consejo Comunitario de Medio y Alto Dagua, esto no se pudo lograr por la ubicación lejana y el paisaje de difícil acceso al que se debe llegar para visitar los sembradíos; además de los problemas de orden público que afectaban la zona en medio de las elecciones presidenciales. Varias mujeres del corregimiento y de otras zonas rurales de Buenaventura, como San Cipriano, nos advirtieron que no era recomendable visitar los lugares de producción cañera que se realizan en las riberas de los ríos Cajambre o Calima, por problemas de inseguridad y orden público.

A pesar de ello, la visita a Triana en el mes de julio, permitió entrevistar a diversas productoras de esta comunidad y de otras como Colonia, Villa Estela y Palmera, corregimientos de Buenaventura. Todas hacen parte de la AMUCIB y coinciden en que una base de la producción de viche es el apoyo comunitario. Es justo desde el proceso de sembrado, cultivo y cosecha de la caña de azúcar, donde se empiezan a observar valores de solidaridad y camaradería que se asientan en las actividades propias de la vida campesina y desde la estructura del parentesco en la cultura afro pacífica.

El acceso a la tierra para trabajar y garantizar su productividad y sostenibilidad, depende de las relaciones familiares y la división de los roles de género que hombres y mujeres desempeñan, además de la reciprocidad que se establece entre productores, destiladores y otros actores que participan directa o indirectamente en la cadena de suministro del viche, como lo son transportadores, productores agrícolas, cocineras y hasta músicos. Las formas de asociatividad para el trabajo, hacen parte de la vida agrícola y campesina de diversos grupos étnicos, algunas de las más reconocidas en el Pacífico sur colombiano son: la minga, la chagra y la mano cambiada[12].

---

[11] Sivirú es un corregimiento de la zona sur del municipio costero del Bajo Baudó, en el departamento del Chocó

[12] Esta información la analiza Meza (2007) en el Alto Baudó, gracias al trabajo agrícola de grupos familiares, en este caso la familia Palacios, donde cada miembro cumplía un rol en el desarrollo de labores del campo, oficios varios y cuidado de la tierra trabajada.

Bajo esta lógica, doña Gloria es para los jóvenes de Triana tía, comadre, madrina y lideresa, no por una filiación consanguínea, sino porque su labor y destreza en el cuidado de la comunidad y el medio ambiente del territorio la ha hecho ganarse un lugar reconocido entre la población, así mismo, por ser mujer mayor, la comunidad le asigna valores de respeto por el conocimiento que posee alrededor de las prácticas culturales asociadas al viche.

Es importante mencionar que, para los modos de vida de la gente afro en el Pacífico, no existen límites territoriales tal como sucede en otras zonas del país, cuyos modelos económicos ejercen presión en la división y medición de la tierra. En este orden de ideas, como se mencionó en el capítulo anterior sobre la Homobiósfera del Pacífico, las familias afrodescendientes desarrollan su vida, en parte, por las relaciones ecológicas establecidas en donde no existe una separación entre la naturaleza y la cultura, todo ello ha resistido en las herencias africanas que sobreviven en el presente, Meza (2007), explica citando a Zapata-Olivella:

> En el muntu la familia es la sumatoria de los vivos y los difuntos -los ancestros- unidos por la palabra a los animales, a los árboles, a los minerales y a las herramientas, en un indisoluble. Agregaba que esta idea fue el patrón tradicional que guío a los esclavizados en el exilio y que les permitió sobrevivir y mantenerse espiritualmente unidos, a pesar de las distancias geográficas, las barreras lingüísticas y las condiciones infrahumanas del cautiverio (Zapata, 1993) en (Meza, 2007. p.p. 208).

Entendiendo lo anterior, varios relatos de las personas entrevistadas mencionan los vínculos de colectividad que tiene el viche para sus comunidades, por ejemplo, las maestras vicheras nos decían que suelen ir a rozar juntas, por las afueras de Cisneros cuyas tierras pertenecen a territorios colectivos que para Doña Olga son terrenos “prestados”, porque no tienen necesariamente un único dueño o dueña y pueden ser de uso comunitario. Complementando lo anterior, las personas realizan pequeñas actividades

En los relatos se menciona la importancia del viche para acompañar las actividades de los miembros de la familia y sus trabajadores.

agroecológicas de siembra y cosecha que aporta Jaramillo (2021) en su trabajo sobre mujeres afro campesinas vicheras en el Chocó y que empiezan a mostrar los rasgos de la sostenibilidad ambiental:

> Algo característico es la presencia de bagazo de caña en los caminos, frente a las casas y en todo el lindero del río. Este bagazo de la caña es el que resulta de pasar la caña por el trapiche y es acomodado estratégicamente para ir rellenando el suelo que constantemente está deslavando el río. Lo que se hace con el bagazo de la caña es una estrategia comunitaria que se tiene para evitar inundaciones y hacer uso de los desechos orgánicos como relleno para que se conviertan en suelo (Jaramillo, 2021.P.p. 60).

7.2.2. Trapiches, galonetas y alambiques: la cultura material del destilado

Una vez obtenida la caña de azúcar destinada para la elaboración del viche puro, se procede a moler la caña en un trapiche del cuál se extrae el líquido conocido como guarapo. Este jugo es puesto en canecas plásticas de aproximadamente 200 litros y dependiendo de su proceso de fermentación (dos semanas, tres semanas o hasta un mes), con el líquido resultante del fermento se comienza a destilar a través de un destilador artesanal denominado alambique. En el trabajo alrededor del alambique, la maestra vichera puede demorarse horas de trabajo pesado tan sólo con la fuerza corporal sin utilizar ayudas industriales u otro tipo de tecnificación convencional. Adicionalmente, otras maestras vicheras o auxiliares que trabajan en conjunto en la destilación, necesitan tener un conocimiento suficiente y ágil para controlar la temperatura del líquido mientras se destila, es decir, el manejo del fuego que calienta el alambique, el saber en qué momento adicionar el agua para enfriarlo, con el propósito de que la transformación de fermento en alcohol pueda ser controlada en sus procesos de evaporación y condensación.

En las maestras vicheras pudimos observar las características propias de los oficios empíricos, en donde los sentidos juegan un papel fundamental que advierten de un peligro, o, por el contrario, comunican la transición de un proceso. Las mujeres destiladoras de Triana saben en qué momento está listo el fermento para destilarse por el olor que emana de las canecas por su sabor, por el burbujear del jugo, o bien por el sonido del alambique mientras se cristaliza el fermento de la caña. Igualmente, saben si el viche está destilándose bien por el color del humo que surge de la candela con el característico olor de la leña quemada. Pareciera que los elementos de la naturaleza (agua, tierra, fuego y aire) se manifestaran en un baile conjunto al momento de la destilación en el alambique.

Figura 4: Un alambique artesanal en Triana con pegamento de una masa a base de harina de maíz

Cada una de las pequeñas actividades que requiere la destilación, comenzando por el paso de la caña a través del trapiche, dependen, ante todo, del trabajo mancomunado: “Cuanto más activa sea la vinculación de la localidad dentro de un circuito de mercado, más intensa y prolongada será la participación de la

unidad y la red doméstica en las tareas agrícolas de la caña, así como en la fermentación y la destilación" (Meza,2014. P.p.49). De esta forma, el trabajo en el trapiche, independientemente de su nivel de sofisticación, necesita de la fuerza de varias personas para extraer el guarapo, también de alguien que se encargue de recolectar y disponerlo en las galonetas.

El alambique es el nombre que recibe el conjunto de recipientes instalados para desarrollar correctamente el proceso de destilación de cualquier alcohol. Para el caso del viche, los alambiques observados en Triana se caracterizan por su elaboración artesanal. En principio, estos se constituyen de dos ollas de aluminio, la de abajo la más grande, que contiene el líquido fermentado y la de arriba puesta boca abajo de un menor tamaño por donde sube el vapor y se separa el líquido convertido en alcohol gracias a un mecanismo de refrigeración. Aquí es importante mencionar que una persona se debe encargar de regular esta temperatura añadiendo agua fría, a su vez el control de la temperatura significa desde el inicio saber colocar las ollas en una posición acorde para que se realice el proceso químico, para evitar que se escape el calor o el alcohol. Notamos que las mujeres vicheras elaboran una masa a base de harina de maíz como pegamento en los bordes circulares de ambas calderas, aunque algunas maestras mayores mencionan que tradicionalmente este tipo de pegamento se hacía a base de plátano macerado[13].

A través de dos tubos opuestos de la olla de arriba, sale por el lado izquierdo el agua restante de la refrigeración y por el lado derecho el viche. Dentro de la sabiduría de las maestras vicheras, se recomienda no tomar el primer viche recién destilado que paradójicamente lo utilizan las parteras para la preparación del curao. A este primer trago de viche se le conoce como la flor del viche, así nos lo explicó la maestra Olga. Esta destilación final se almacena generalmente en recipientes plásticos llamados

[13] En el informe de *Alambiques prohibidos*, también se hace referencia a esta forma de pegamento en el corregimiento de Triana: "En Triana se utilizaban latas de manteca para calentar el guarapo y empleaban la masilla de banano viche cocido y molido como sellante de los aparejos, para que el vapor no escapara de la instalación" (Meza,2014. p.p. 62).

galonetas, cuya capacidad es de alrededor de un galón. La cantidad de galonetas requeridas para almacenar una carga de viche, depende de la cantidad de líquido que se haya podido destilar.

A modo de conclusión, los insumos que logramos identificar durante la producción de viche puro son: alambiques, canecas de fermentación, agua fría, galonetas, botellas de vidrio o de plástico y etiquetas. De

Figura 5: Doña Olga mostrando una de las canecas para fermentar guarapo.

todos estos insumos, los que generan un costo monetario por cada producción, son las etiquetas, debido a que la injerencia de la colectividad permite que los demás elementos sean de uso comunitario, allí coexisten valores de solidaridad y acompañamiento para el uso de los mismos, por lo tanto, no encontramos unos costos concretos de inversión, también por el hecho de que cada producción no es necesariamente estandarizada. No obstante, uno de los puntos claves que pueden encarecer o incluso

generar pérdidas económicas en la cadena de valor es el valor del transporte, justamente por la salida del viche hacia otros lugares de comercialización, más cuando el viche como “bebida alcohólica” ante el Estado aún no tiene un Registro Invima, corre el riesgo de ser incautada por diversas autoridades.

7.2.3. Las transiciones históricas de la destilación en la memoria familiar

La *brujita* es un medio de transporte rústico y artesanal para el transporte de caña entre los corregimientos de Triana y Cisneros, que atraviesa la antigua red ferroviaria de esa región. Básicamente, la brujita consiste en una moto que jala una plataforma de madera con cuatro ruedas que está sujeta a los rieles del tren, y gracias a la velocidad y fuerza de la motocicleta, la brujita transporta pasajeros y los lleva a su destino entre veredas, parcelas y otras comunidades. Este medio de transporte de caña de azúcar y personas, es mencionado en relatos de memoria familiar, y se encuentra relacionado con el lugar por donde antiguamente pasaba la línea férrea de Buenaventura.

Figura 6: Una brujita en Triana, Valle de Cauca

Doña Naty, maestra vichera proveniente de familia de parteras, recuerda que en su niñez y juventud la Tenencia o Renta era el nombre con el que las personas llamaban a la policía autorizada para incautar el viche. Cuando la conocimos en Triana, incluso nos contó una anécdota sobre cómo su madre se salvó de ir presa por romper y botar unas botellas de viche recién destiladas, cuando estaba embarazada. En este punto, nos detendremos en la necesidad de explicar las razones de la incautación, ya que determinan las

múltiples formas de resistencia, sostenibilidad y destreza que a diferentes familias les tocó adoptar para que la tradición del viche no pereciera.

Como se mencionó en la introducción y en el problema de investigación, el viche ha sido una bebida proscrita y prohibida. Siguiendo con Meza, "La permanencia en la clandestinidad de destilados artesanales proscritos revela injusticias socioeconómicas arraigadas en la estructura político-económica de la sociedad" (Meza, 2014, p.p. 30-31). El mismo autor describe dos momentos históricos de la prohibición en la destilación licorera de procedencia étnica que, para el caso del Valle del Cauca, se sitúa en dos periodos: el primero entre los siglos XVIII y XIX, y el segundo a lo largo del siglo XX. En este último periodo, se circunscriben una serie de hechos políticos que afectaron la escala económica de producción de viche, bajo la autorización del Estado para prohibirlo.

Estos hechos tienen que ver con el desarrollo del ferrocarril del Pacífico y la capacidad de transportar mercancías, el mismo que hoy en día, en Triana es reemplazado por las brujitas como medio de transporte a bajo costo, en otros lugares, se emplea el transporte convencional las motos, las lanchas, vehículos y canoas. Así mismo, la consolidación del monopolio licorero en Valle, teniendo en cuenta que la Ley 8 de 1909 ratificaba que el Departamento del Valle estaba en autoridad de administrar la producción y el expendio de productos licoreros derivados de la caña de azúcar (Meza, 2014 p.p. 95).

En consecuencia, los licores en el Valle del Cauca que eran vendidos legalmente, producían grandes ganancias económicas para el Departamento y a los medianos o grandes empresarios que podían generar plusvalía de sus ventas. Esta es la razón principal de que la elaboración y comercialización del viche se hayan convertido en un tabú, que como castigo implicaba el cautiverio de los productores afrocolombianos y su persecución a través de la figura policial llamada la tenencia. Sobre esto, la señora Naty explicaba:

> Es que acá hay un problema, acá había una ley que le decían la Tenencia. [La gente] tenía que hacer el viche escondido detrás de la casa, porque la casa era de piso alto… venía la policía, pero ellos venían

> con la policía y una se llamaba la Tenencia. Ahorita tenemos los ojos más abiertos. Eran los de renta. O sea, en ese tiempo al Aguardiente Blanco del Valle le decían la renta. Entonces, ellas [las maestras vicheras] para moler la caña se levantaban a las dos de la mañana, entonces, a ellos [el monopolio de licores del Valle] no le gustaba que le hicieran contrapeso, decían que el viche era malo, que el viche envenenaba, entonces, ellas moliendo caña se levantaban a las 2 de la mañana (Fragmento entrevista Doña Naty, 2022).

Estos relatos que escuchábamos sobre la prohibición de hacer viche en el pasado, no tenían vínculo con las conversaciones sobre las prohibiciones en el presente. Por ejemplo, la falta de registro Invima que afecta la comercialización formal por fuera del territorio local de producción. Sin embargo, es importante analizar cada configuración histórica que superpone la "prohibición" en la línea de las estructuras raciales y el "blanqueamiento" mencionado en el marco teórico. Bajo estos mismos argumentos, durante esta escritura de resultados podemos comprender que la comunidad en Triana ubica la discusión de la "prohibición de la producción del viche" en un escenario más grande de su historia como población condicionada a vivir lejos del desarrollo que se vive en otras zonas del país y en un evidente racismo estructural, por ende, el problema no sólo es la "prohibición" de la producción de viche como lo experimentó doña Naty y, más bien, es la transición del valor social que el viche está tomando en la actualidad, ya que se inscribe dentro de un reconocimiento en el marco de una lucha reivindicativa de derechos que ha vivido la comunidad afropacífica.

Independientemente de la prohibición o aval dado por el Estado, la sola producción del viche ha sido fundamental para muchas familias de mujeres afro campesinas debido a la generación de ganancias económicas y el fortalecimiento de su independencia como mujeres, pero también, en términos de la vivencia de un sistema cultural propio. El viche es una bebida ampliamente presente en el mundo afropacífico que acompaña a las personas desde el inicio hasta el fin de la vida, en diferentes usos de consumo medicinal y social. En este sentido, este licor no parece haber estado en riesgo de desaparecer, al menos en lo que respecta a su materia prima como lo es la caña de azúcar.

7.3. Distribución

Desde tiempos coloniales, con las reformas borbónicas introducidas a finales del siglo XVIII en los dominios españoles de América, los aguardientes de la Nueva Granada vieron limitada su producción y distribución. La Corona estableció un monopolio comercial que se valió de figuras como los estancos para ejercer control fiscal sobre las bebidas alcohólicas y el comercio de otros productos del continente como el tabaco, la pólvora y el azúcar (Mora de Tovar, 1983; De Luxán Meléndez, 2019). Con la independencia de España, la llegada del siglo XIX y la república, se mantuvo de alguna manera este sistema rentístico sobre la producción y distribución de licores por parte del gobierno nacional (Pita Pico, 2019; Acevedo y Torres, 2016).

A comienzos del siglo XX, el Estado fortaleció su política fiscal estableciendo el monopolio de la renta de licores en manos de las entidades territoriales departamentales. En este contexto, se monopolizó la producción y distribución de las bebidas alcohólicas, lo que repercutió un aumento significativo en el control de los licores producidos y comercializados por fuera del arbitrio rentístico de los departamentos. En el Valle del Cauca y el Chocó, el viche fue un aguardiente prohibido y fuertemente perseguido, debido a su fabricación artesanal, que escapaba de la inspección y el dominio productivo y tributario de los monopolios (Meza, 2014).

Los años transcurridos entre 1930 y 1980 son reconocidos como los más intensos en la proscripción del viche y fueron resultado de la ley antialcohólica de 1923, que desató una persecución de largo aliento de este aguardiente artesanal y de otros del mismo tipo en todo el país (Meza, 2013). En el caso del viche, el control era ejercido por las secretarías de hacienda de los departamentos del litoral Pacífico, a través de los cuerpos policivos llamados resguardos de rentas, que las personas conocían comúnmente como la *renta*, la *tenencia* o el *resguardo*.

Durante varias décadas de mediados del siglo XX, el carácter proscrito del viche limitó la distribución de la bebida a un comercio furtivo y marginal. No obstante, con el paso de los años, la presión de la *renta* fue

cediendo. El clamor de los productores que derivaban ganancias del destilado para su sustento, hizo que, finalmente, la persecución del viche mermara hasta desaparecer hacia los años ochenta del siglo pasado y desde entonces hasta la actualidad. En el transcurso de los últimos cuarenta años, la producción, venta y comercialización de viche ha ido en aumento (Meza, 2014).

En los territorios productivos, la actividad se ha revitalizado considerablemente, llegando a convertirse en un vehículo para la articulación regional y la vinculación identitaria del Pacífico (Jaramillo, 2021; Meza, 2014). Con el relajamiento de la política de Estado respecto de los licores artesanales, hombres y mujeres conocedoras del oficio han podido dedicarse más libremente a destilar y vender la bebida a las personas de su comunidad y de otras aledañas en el curso de los ríos. También en los centros poblados cercanos, que fungen como lugares de acopio para la redistribución regional y donde encuentran consumidores asiduos y ocasionales.

En las zonas rurales del medio río Atrato, en el departamento del Chocó, es común encontrar *sacatines*[14] a la vera de los ríos, donde puede observarse a las mujeres destilando viche a plena luz del sol. En estos espacios el ambiente está enrarecido con el humo desbordante en la base de varios alambiques, que inunda el aire con el olor característico de la leña de Pacó, usada habitualmente para esta labor (Jaramillo, 2021; Muñoz, 2020). La misma escena se repite en varios ríos cercanos a Buenaventura, que son famosos por su producción de viche, como lo son el Cajambre, el Saija, el Dagua o el Calima. Desde los sacatines, el viche viaja en bote por el sistema de transporte fluvial y marítimo de cabotaje, moviéndose desde veredas y corregimientos, hacia los polos de cuenca y los centros urbanos importantes, al encuentro de clientes y consumidores a lo largo de la comarca.

Igualmente, el viche ha encontrado un lugar en el mercado extrarregional, lejos de sus lugares de producción y de sus consumidores habituales del litoral. Entre otras cosas, esto es gracias al reconocimiento considerable que ha ganado en el marco del *etnoboom* nacional que viven los activos

[14] *Sacatín* es el término usado para designar el lugar donde se emplaza el alambique o el equipo utilizado para efectuar la destilación.

culturales Afro. Dicho florecimiento se debe, en buena medida, al giro culturalista y étnico que empezó en los años noventa, a la fuerza adquirida por la *globalización disidente*[15] (Arocha, 2001) de orden Afro en el escenario simbólico y estético mundial, así como también al recrudecimiento del conflicto armado en los territorios negros del país durante los años noventa y dos mil, que obligó un desplazamiento masivo de personas Afro hacia grandes ciudades como Bogotá, Medellín y Cali[16] (Arias, 2011; Ruíz, 2008; Gómez et al, 1999).

Desde comienzos del milenio, la presencia masiva de gente Afro en las grandes ciudades motivó la generación de redes comerciales para los productos propios de los territorios negros, como, por ejemplo, el viche. De esta manera, las colonias de personas Afro del Pacífico fueron las pioneras en conducir el viche más regularmente hacia las zonas urbanas del interior del país y de presentarlo, con el paso de los años, al público citadino local (Demera, 2022; Castro, 2005). Sin embargo, en los territorios del Pacífico, el viche siguió distribuyéndose para el consumo interno, con fines recreativos, medicinales y de acompañamiento al trabajo y las labores cotidianas.

En el litoral Pacífico el gran centro histórico de acopio y distribución del viche ha sido Buenaventura. Su cercanía con Cali, los flujos intensos de movilidad entre ambas ciudades y el asiento de colonias de gente negra en diferentes barrios caleños, ha convertido a la capital vallecaucana en otro lugar importante para la distribución y consumo del viche. Sobre esto, Meza (2013), señala:

> A la zona insular de Cascajal llegan los botes provenientes del Chocó y la zona centro-sur, en los barrios del Puerto, hay, inclusive, lugares de expendio al por mayor y al detal conocidos con el nombre de "vicherías". A partir de la intensificación de la movilidad en el Pacífico centro-sur,

[15] Por *globalización disidente*, Arocha (2001) define "al conjunto de redes transnacionales de carácter político, social, ambiental, religioso o comunicativo, que pueden crearse alrededor de filosofías, espiritualidades, mitologías, poéticas, estéticas, luchas étnico-territoriales y demás características y reivindicaciones que, dado su etnocentrismo, los sistemas hegemónicos someten a la invisibilidad, estereotipan y desdeñan" (Arocha, 2001. p.p. 425).

[16] Es importante señalar que la población Afro del litoral siempre ha mantenido una relación cercana con Cali y que la introducción del viche allí, así como el fortalecimiento de sus redes comerciales, fue pionero respecto de otras grandes ciudades; y aún hoy es más fuerte y visible que en Bogotá o Medellín.

> migrantes bonaverenses, saijeños, nayeros, micaiseños y baudoseños[17], entre otros, y sus descendientes, han creado flujos conectores entre barrios populares y territorios rurales ribereños y costeros, con los cuales han introducido el viche y sus derivados en Cali, especialmente, en el distrito de Aguablanca. (Meza, 2013. p.p. 151)

El auge vichero vivido en los territorios de producción, y sobre todo fuera de ellos, ha desembocado en el surgimiento de redes comerciales enmarcadas en la progresiva inserción de las comunidades Afro del Pacífico rural en una economía de mercado; diferente de la economía de subsistencia de tipo doméstico en la que históricamente han estado inmersas (Meza, 2013). Dichas redes de mercado comienzan a tomar la forma reconocible de cadenas de valor, que buscan generar la mayor utilidad e interés posibles para allegar el viche a un cliente cada vez más lejano, social y espacialmente, de su espectro local de producción.

En la actualidad pueden identificarse dos cadenas de valor diferenciadas en el comercio y distribución del viche. La distinción entre ambas está íntimamente relacionada con el tipo de actores involucrados, la forma de los valores agregados y los destinatarios finales que consumen la bebida. Por un lado, está la cadena de valor más tradicional de distribución del viche y sus derivados, para el autoconsumo regional de las comunidades productoras y su diáspora fuera de los territorios del litoral. En el Pacífico sur, esta cadena tiene además una ramificación creada por un nicho de mercado, que bien podría entenderse como una suerte de especialización comercial, más destinada para la venta del viche y sus derivados en el marco de los circuitos turísticos y para el consumo de visitantes foráneos.

Por el otro lado, se encuentra una cadena de valor centrada en la comercialización de viche puro fuera de los territorios productivos, que está más destinada para un consumo gastronómico de alta cocina y coctelería; usualmente frecuentado por personas no Afro residentes de las grandes ciudades del interior

[17] Estos son gentilicios, en su orden, de las personas oriundas de los ríos Saija, Naya, Micay y Baudó; todos ubicados en relativa cercanía de Buenaventura, en los departamentos de Valle del Cauca y Chocó.

del país. Es importante resaltar que, el grupo de consumidores foráneos y blanco mestizos es amplio y diverso fuera de los territorios productivos del viche y que estos pueden resultar siendo clientes finales en ambas cadenas de valor, por diferentes motivos y circunstancias.

La distinción entre las cadenas de valor mencionadas hace parte de los resultados encontrados en el desarrollo del trabajo de investigación y se presenta a continuación, en la descripción de las características propias de cada cadena de valor.

7.3.1. La cadena de valor tradicional o propia de las comunidades

El viche es la sangre que corre por las venas, dice doña Gloria acentuando las palabras, como si nombrara una verdad elemental, mientras mira al grupo de maestras vicheras que acudieron a Triana desde diferentes comunidades cercanas al caso urbano de Buenaventura, para reunirse y compartir experiencias. Y es que el viche es la sangre del Afropacífico, porque en el litoral la gente "desde que nace hasta cuando muere y en todo espacio está representado y entonces para nosotros el viche es un destilado de sabiduría, de ancestralidad y de cultura, más no es una bebida embriagante" (Arboleda, 2022), remata doña Gloria, con una sonrisa tranquila.

La condición omnipresente que ella describe para el viche, se hizo evidente a lo largo de nuestro trabajo de campo, donde notamos que la bebida es un acompañante corriente del día a día: en la mañana, se toma para cerrar el cuerpo y protegerlo de posibles heridas, antes de salir a trabajar al monte para ahuyentar los mosquitos y en un pequeño trago que se da a los niños antes de que salgan a estudiar con el ánimo evitar los parásitos intestinales; a medio día, para abrir o cerrar el apetito y en las noches para celebrar alguna visita casual o relajarse en el final de la jornada. Pero el viche es como la sangre y para llegar a su destino final, a las bocas de sus consumidores históricos, ha tenido un recorrido por el territorio, que describe un patrón similar al que realiza la sangre viajando por el cuerpo.

Tal como sucede con otros productos de origen, en el mundo del viche se habla de lugares que son el *corazón* de la bebida. La autenticidad, singularidad, tradición y excelencia que alcanzan los artículos allí

producidos, no deja otra opción a los consumidores que vincularlos casi automáticamente con ese lugar especial, donde la perfección artesanal pareciera haber rozado la tierra. En Buenaventura, ese corazón es el corregimiento de Triana, famoso por la maestría de sus productoras para destilar la bebida y hogar del Festival del Viche, celebrado cada noviembre con la presencia masiva de propios y visitantes de todo el departamento.

En Triana, siguiendo un patrón repetido a lo largo del Pacífico, son las mujeres quienes se han especializado en el arte de *sacar* viche. Juntas, a la usanza de la familia extensa afrocolombiana, ellas recorren en compañía todo el proceso productivo: siembran, cultivan y cosechan la caña, la procesan en los trapiches y luego cada una procura el fermento del jugo de caña en sus propias canecas o barriles, donde esperan que el tiempo haga lo suyo durante 10 o 12 días, generando el apreciado guarapo; materia prima indispensable para la destilación del viche.

Luego, cada una en el patio de su casa, destila uno o dos lotes de viche, lo que toma alrededor de seis horas en todo el proceso. Finalmente, embotellan el preciado líquido, almacenándolo en galones, galonetas o botellas, cuyo material y tamaño pueden variar, debido al uso común y extendido de botellas de vidrio o plástico que se reutilizan para el envasado del viche. Sobre las unidades de medida para la venta, Meza detalla que,

> La venta del viche se realiza en seis unidades de volumen. Estas son: la galoneta (18.750 cm^3), el galón (3.750 cm^3), la botella (750 cm^3), la media botella (375 cm^3), el cuarto de botella (187.5 cm^3) y el trago. La galoneta equivale a cinco galones y 25 botellas; el galón son 5 botellas. (Meza, 2013. P.p. 110)

7.3.1.1. Bricolaje vs blanqueamiento: la encrucijada de la sostenibilidad en el envasado del viche

La señora Olga Román, maestra vichera, habitante de Triana desde hace 51 años y heredera de una larga tradición en la destilación del viche, que se remonta a su tatarabuela en la memoria familiar, nos permitió visitar su sacatín para hablar sobre algunas minucias del negocio. Mujer alegre, dicharachera y enérgica,

doña Olga nos contaba acongojada que su madre, la señora Yolanda, de quién aprendió el oficio de sacar viche, había fallecido dos meses atrás. De hecho, la marca que ella hoy en día maneja para comercializar su viche se llama “Yoli”, apodo con el que era conocida la señora Yolanda en la comunidad y en toda la zona.

Tras bajar apresuradamente la colina donde se realizaba la reunión de maestras vicheras, doña Olga nos condujo hasta su casa, que se encuentra en la calle de entrada al pueblo, justo después de cruzar el puente que atraviesa el río Dagua. La fachada lucía fortificada con puertas y ventanas bien cerradas con numerosos cerrojos y algunas rejas atravesadas para reforzar la seguridad. Doña Olga entró primero por la puerta principal, y tras un par de minutos, nos abrió una puerta contigua, ubicada junto al mostrador de la tienda de abarrotes que atiende en su casa. Allí atravesamos un par de cuartos oscuros de forma laberíntica, recorriendo los corredores en zigzag hasta encontrarnos con una puerta vieja y corroída por el óxido, tras la cual se encontraba el sacatín con todos los implementos necesarios para poner en marcha la magia de la destilación.

En Triana, la persecución ejercida por la Tenencia sobre las productoras de viche es aún palpable en esta costumbre recurrente de montar el alambique en el respaldo de las casas, para destilar casi ocultamente, con cierto aire de clandestinidad, poniendo la elaboración lejos de la mirada pública. Por esta razón, el sacatín de doña Olga está ubicado estratégicamente en la trastienda de su negocio.

Una vez adentro, nos encontramos con un patio cerrado, cubierto por una enramada, con piso de tierra y un montón de objetos que atiborraban el espacio: algunas canecas azules y verdosas por el uso, donde doña Olga fermenta su guarapo, tejas de asbesto apiladas contra una pared, ladrillos ordenados en bloque, algunos costales, cabuyas y cuerdas enrolladas, una mesa con más de una docena de galonetas encima y alrededor, así como el alambique metálico propio de esta zona del Pacífico colombiano. Junto al alambique, yacían un montón de botellas de vidrio vacías, donde habían sido envasados rones y aguardientes comerciales de la región.

Doña Olga recoge las botellas en las fiestas del pueblo, cuando los vecinos se deshacen de ellas una vez las han desocupado. Entre las productoras del Pacífico es muy común reutilizar las botellas, sean de vidrio o de plástico y así, en la ruralidad bonaverense, no es extraño encontrar viche para la venta embotellado con etiquetas de marcas comerciales de licor o de gaseosa que ya tuvieron un uso previo o inicial. Esta práctica se enmarca en la actividad del *bricolaje* o *cacharreo*[18], por la cual las comunidades Afro del Pacífico colombiano se han relacionado con su entorno ecológico y social por casi cuatro siglos, haciendo uso de la recreación, la inventiva, la improvisación, la reutilización y el reciclaje, como recursos básicos de supervivencia (Arocha, 1999; Meza, 2010; Muñoz, 2020).

Teniendo en cuenta este contexto, le preguntamos a doña Olga sobre el envasado y la reutilización de las botellas usadas para almacenar y vender el viche. Para nuestra sorpresa, ella comenzó a titubear con la respuesta: "Yo compro botellas. O sea, no, esas [de vidrio] no, porque yo utilizo... yo las recojo de las fiestas que hacen. Y yo las que utilizo son plásticas, pero como no tengo…" a lo que Dimitri le preguntó, "¿Pero compras esas botellas? y ¿dónde se hacen?", para lo que ella respondió que en Buenaventura. Acto seguido, Dimitri preguntó de nuevo, "¿Por qué eligieron ir con plástico en vez de vidrio?". Doña Olga pensó un momento en silenció y contestó: "elegimos por ahora, porque es para vender aquí mismo en el territorio, pero ya cuando sea esta exportación hay que buscar vidrio, porque ahí se fermentan fácil y no le ponen tanto problema a uno" (Román, 2022). En sus palabras podía leerse la duda y la cavilación en los detalles que amablemente nos estaba compartiendo. Como si caminara sobre un terreno pantanoso en el que debía cuidarse de sus respuestas para no caer en equivocaciones.

[18] El bricolaje es la práctica de realizar una actividad manual para la creación, mejora, mantenimiento o reparación de objetos, reutilizando lo preexistente por medio del empleo de los más variados recursos. Arocha (1999), lo describe así: "Los franceses usan la palabra bricoleur para referirse al improvisador de artificios e inventor de soluciones que parecen imposibles, dado lo absurdo de los materiales que emplea. Parte de su intuición, tratando de recordar de cuál de los desechos (que por años ha coleccionado) podrá formarse la pieza que necesita. Como la improvisación está sujeta al carácter impredecible del individuo, las soluciones que plantea no coinciden con las que formulan otros ante el mismo problema. Aun careciendo de las herramientas adecuadas, acepta todos los trabajos que le propongan […]" (Arocha, 1999, p.p. 50)

Un rato atrás, doña Gloria hablaba, en un tono fuerte y de advertencia, sobre los cambios para el embotellado del viche, instruyendo a las demás productoras mientras sostenía una botella de vidrio vacía con la etiqueta de una famosa marca de ron:

> […] les quiero decir que como existe la Ley del viche, nosotros no podemos empacar en estas botellas, ni en ninguna que no sean las nuestras […]. Si nosotros seguimos empacando en esto, y por ejemplo, el día del Festival del Viche viene Aguardiente Blanco del Valle, nos puede llevar a todos presos. ¿¡Oyeron!? nos joden, porque estamos haciendo un uso, una violación de una propiedad privada. Entonces, […] yo pago $200 [pesos] por la botellita [de plástico], dígale a la gente, que es muy barata $1.000 y pico que vale la botella y sí no, que la traigan [la suya propia para envasarles el viche]. Inicialmente no va a ser fácil, pero cuando alguien se dé cuenta que usted está consolidando su artículo ¡déjemelo ahí! ¿y sabe por qué déjemelo ahí? porque nos estamos uniendo para […] para vender el viche en otra parte, que conozcan y reivindiquen lo nuestro […] Pero lo que no quiere entender [algunos productores] es que estamos generándonos un problema, como hoy ya existe la Ley nos podemos ir presos ¿y por qué nos vamos presas? Porque o si no tenemos que pagarle a Aguardientes del Valle o al de Buchanan's al del ron, el no sé qué ¡en plata! ¿y de dónde la tenemos? y ellos estarían gustosos de llevarnos presos, porque hace rato lo andan buscando.

Atando cabos, para nosotros fue evidente que el fantasma de la Renta aún rondaba a las productoras del viche en Triana, pero, además, se puso sobre la mesa el dilema que aún plantea para avezadas maestras como doña Olga, la transición del cacharreo en la reutilización de botellas de vidrio hacia la compra de botellas plásticas y su articulación con proveedores de los que anteriormente no tenía que valerse para vender su producto. También, para cumplir con los estándares impuestos por la ley del viche y la presión estética y técnica del mercado de "exportación", tal como ella lo llamaba.

En la misma línea, la compra de botellas plásticas y la distinción mercantil entre los viches destilados, obliga de alguna manera a colocar etiquetas para identificar la bebida de las diferentes productoras. En su charla de instrucción, doña Gloria, continuaba:

> "[…] busquen sus botellas, cómprenlas que vale $1.000 y pico de pesos cada una, póngale etiqueta que vayan allá que les impriman y ¡taqui! [hace el gesto de pegarla] […] Lo que pasa es que en cuestiones de aviso lo debemos hacer" (Arboleda, 2022). En sintonía, doña Olga, en el sacatín de su casa, nos comentaba: […] ahora utilizamos de estas [botellas…] las de plástico [...] y las etiquetas nosotras las mandamos a hacer. […] uno mandó a hacer mil y valen como $140.000 pesos" (Román, 2022).

Más tarde en la noche, corroboramos que había una suerte de péndulo en el desarrollo del negocio, que se movía entre la sostenibilidad ambiental propia del bricolaje practicado por las sacadoras de viche y el uso "obligado" de botellas plásticas. En ese momento, hablamos con Wasinton Carabalí, joven líder del semillero de AMUCIB y le preguntamos si consideraban desde la organización que su producción y venta de viche era un negocio verde, a lo que él nos respondió con notorio orgullo:

> Mira […] el año pasado tuvimos la oportunidad de estar en un espacio hablando de negocios verdes, [para] una entidad ambiental del territorio, […] el EPA - Establecimiento Público Ambiental […], para hablar de cómo los negocios verdes le aportan a la reducción del impacto de cambio climático y no había más o mejor opción para hacer visible en ese espacio que el ejercicio que nosotros hacemos del viche, de las azoteas, de la construcción de pacas para la consolidación de abonos orgánicos. […] no es decir que hay que traer cosas nuevas, es hacer visible lo que estamos haciendo. […] Cómo a través de ese sistema de siembra mediado por las azoteas, lo que hacemos es seguir aportando a recuperar prácticas de las comunidades, recuperar eso que se ha perdido […] ¿Sí? Cómo criar la gallina, criar el pollo para la familia […] cómo en el viche, hasta su proceso final, no requiere ninguna intervención de químicos ¡Nada es químico! Es sacar la

> caña, sacar el guarapo, sacar la miel o el destilado del viche y es un proceso 100% limpio sin ninguna clase de químicos. Entonces esos son negocios verdes (Carabalí, 2022).

Tras escucharlo, Dimitri le preguntó sobre los empaques plásticos, a lo que Wasinton, rápidamente contestó:

> [...] ahí puede haber un proceso de alteración porque no es empaque… y por lo menos […] hoy nos estamos pensando unas alternativas y es que alguna persona de la organización estuvo en España y [allá] hay como una entidad que transforma o hace unas bolsas de residuos de yuca ¿Sí? y pensamos en que esas puedan ser opciones para nuestros empaques. Del viche o de los chips. Entonces estamos viendo formas, pero claro, sabemos que un negocio verde requiere unos gastos impresionantes porque todo su valor aumenta. Entonces estamos pensando en eso y nosotros pues estamos convencidos de que nuestros productos hasta donde están son negocios verdes, productos verdes y le seguiremos apostando para que así sea (Carabalí, 2022).

En términos generales, lo que este escenario revela es una contradicción, si se quiere, una tensión en el desarrollo local del viche de cara a la sostenibilidad ambiental, que tiene la forma típica de un duelo mexicano. Este sucede, cuando, entre tres oponentes confrontados, ninguno encuentra ventaja en atacar primero. En este caso, los oponentes serían el cacharreo propio de las comunidades del Pacífico, los requerimientos técnicos de la ley del viche y la narrativa de sostenibilidad ambiental que ampara el proceder de los negocios verdes de raigambre tradicional, basados en prácticas ancestrales de cuidado con el medio ambiente.

El panorama se dibuja más o menos así: las maestras vicheras son compelidas a abandonar las botellas de vidrio reutilizadas para envasar el viche como siempre lo han hecho, porque esto riñe con los requerimientos técnicos y normativos impuestos por la ley y con el monopolio rentístico en la venta de licores. También, por la dificultad que presenta el envasado tradicional para el comercio extrarregional de la bebida. Pero, a la vez, el uso de botellas plásticas, que ha sido hallado como la solución más viable por

las comunidades productoras, atenta directamente contra la sostenibilidad ambiental y la reducción en el uso de un material contaminante como el plástico.

Finalmente, en las condiciones actuales de desigualdad, empobrecimiento y racismo estructural en las que viven las comunidades Afro del Pacífico colombiano, las maestras productoras no pueden acceder fácilmente a otras soluciones amigables con el medio ambiente para empaquetar sus productos, debido a los "gastos impresionantes", mencionados por Wasinton, que son necesarios para tener empaques biodegradables o de vidrio reciclado, y que, de incorporarse, aumentarían de manera superlativa el valor del viche en el mercado para el consumidor final.

De fondo, lo que muestra la situación del viche respecto a su empaquetado en Triana, es un proceso de *blanqueamiento* de los procesos productivos tradicionales, por el cual las productoras han abandonado progresivamente la reutilización de botellas, recurriendo a las etiquetas y aumentando sus costos de producción, en detrimento del cacharreo y la sostenibilidad ambiental de sus dinámicas culturales propias para el envasado y la distribución del viche.

7.3.1.2. Festivales, compradores y comadres

Después de estar un rato en el sacatín de doña Olga, salimos y nos ubicamos en la parte exterior de su tienda de abarrotes, mientras esperábamos que empacara algunas medias botellas de viche que le íbamos a comprar. Entre tanto, llegó un hombre adulto de mediana edad, quién le pidió igualmente a doña Olga una media de viche de cabeza, que, según nos contó, iba a utilizar para rellenar una botella de *curao*. Pronto, el hombre se integró a nuestra conversación, asegurando que era un conocedor experto de la calidad del viche.

De repente, doña Olga, afirmó con satisfacción "Yo sí me siento orgullosa de ser vichera ¡gracias a Dios!". Entretanto, el hombre aseveraba sobre la distinción del viche: "uno hasta aprende a decir si este es bueno, este es malo. Uno lo ve, lo huele, lo prueba. Cuando está turbio yo le llamo *agua sucia*." Pronto, doña Olga intervino, elevando la botella de viche y mirándola a contraluz mientras se la pasaba al

comprador: “¡esto es calidad! vea, clarito”, a lo que el señor le respondió con gracia “¡Aguardiente le quedó pendejo!”. Con sorna, doña Olga remató: “y dicen *“¿eso es viche? Sí, eso es viche*”. Pero no ve que uno mismo hace su viche…”.

Por un rato, el hombre nos contó que la señora Yoli, a quién la marca de viche de doña Olga debía su nombre, era una mujer muy reconocida por la calidad excepcional de su bebida, condición que había sido mantenida con altura por doña Olga. Tanto así, que, tal como les sucede a otras productoras de Triana, personas y comerciantes de otros municipios del departamento y zonas del país, acuden a ella para comprarle viche y venderlo en sus comunidades, o bien, en fiestas y festivales de la región. Al respecto, doña Olga comentaba: “cuando pa’ Bogotá necesitan, na’ más me llaman “*Olga, mándeme unas cinco botellas de viche*” y añadía “aquí viene un profesor a comprar es un galón ¡Personal! de viche” (Román, 2022). Cuando le preguntamos por el famoso festival de música del Pacífico Petronio Álvarez[19], ella respondió:

> Sí, yo voy para allá ahorita en agosto, el 10 de agosto. Mi mamá cuando estaba, ella no volvió más porque la última vez la tiraron por allá para un rincón. Ella se aburrió así no quiso ir más allá y más por la enfermedad. Como ella murió de cáncer, entonces ya la enfermedad como que ya la empezó a hacer y… pero mi mamá, gracias a Dios, con esas bebidas ella construyó este patrimonio. A Petronio vale la pena ir, es muy apetecido porque allá se ven esta clase de bebidas... es apetecido por alumnos. Todo lo más es música […], comida típica del Pacífico y bebidas de esas, no saben de otra cosa... ¡Qué cerveza, nada de eso! (Román, 2022)

A pesar de que estaba pensando asistir al festival, doña Olga comentaba con franca decepción que el Petronio ya no era como antes y que durante su realización se formaba, en sus palabras, un “despelote”. Por este motivo, otras productoras de Triana, como la señora Natalia, “Nati”, experimentada maestra

[19] El Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, o simplemente "El Petronio", es un festival dedicado a la música del folclor del Pacífico colombiano. Se realiza en la ciudad de Santiago de Cali, Colombia, en el mes de agosto. Busca resaltar compositores, grupos musicales e investigadores de la música de origen afrocolombiano. Lo organizan instituciones locales relacionadas con la cultura y lo promueve la Secretaría de Cultura y Turismo de la Alcaldía de Santiago de Cali. Para ver algo más sobre este importante festival para la cultura afrocolombiana, ver la sección 7.4.2. Circuitos tradicionales de consumo.

vichera, prefiere que sólo sea la bebida la que viaje para evitar las dificultades de tener un puesto de venta en el festival. Al respecto, ella nos contaba que diferentes emprendimientos de personas Afro,

> Vienen a comprar, pero en sí en sí, uno no tiene seguro si va a venir o no va a venir, eso lo llaman a uno "*téngame tanto pa' tal día*". Hay un señor que vive en Tuluá, él *prepara*[20] bebida y él viene, le dice a mi hija "*tal día voy pa' que me guarde tanto*". Cuando normalmente es la fiesta de Petronio que viene mucha gente a llevarse su viche de acá. […] Yo antes iba, pero es que allá en Petronio hay como mucha… cómo le digo, pues yo le llamo "gavilla" pero no es gavilla. Mucha… ¡Competencia! Además, hay gente que ya tiene rato de estar yendo a Petronio, entonces uno va, pero no con los beneficios que tienen los que están yendo hace rato, porque ya llega la gente ahí a buscar a doña fulana, el viche de doña tal…

En este sentido, Triana es una de las despensas vicheras del reconocido festival. No obstante, dicha información la tienen, sobre todo, los empresarios y comercializadores Afro que participan de El Petronio. Doña Naty señalaba que los compradores crean sus propias marcas, con logos e imágenes impresas en etiqueta y se las pegan a las botellas que venden a los comensales desprevenidos, quienes generalmente desconocen el origen del viche que están comprando. Ella también precisó que los comerciantes que se abastecen en Triana suelen llevar el licor en galones o galonetas por un costo promedio de $250.000 pesos. Un valor que, según las productoras, es usufructuado con creces por los comerciantes del festival, quiénes elevan considerablemente el precio de las presentaciones que venden al detal en el marco de la celebración. Para esto, los productores y comercializadores suelen diluir el viche de acuerdo con su grado de alcohol. Doña Naty explicaba:

> El viche uno lo pone a hervir y empieza a salir fuerte, fuerte ¿Sí? y después va mermando, va quedando más simple. Entonces cuando ya está todo el viche uno lo *arregla*: se le echan dos de simple y uno de *cabeza*. La cabeza vale más que lo otro, porque con una botella de esas pueden

[20] Una persona que *prepara* bebida es quién se dedica a elaborar derivados del viche, como botellas curadas, vinete o pipilongo. Para ver más al respecto, visitar la sección 7.3.1.3. dedicada al comercio de estas bebidas.

> preparar un galón de cinco botellas y entonces eso vale más caro, es casi el equivalente a lo que vale un galón de viche.

Igualmente, la señora Naty explicaba que muchas veces, el viche que pasa por Buenaventura o el que llega al Petronio puede salir de mala calidad. La razón es que los intermediarios buscan rendirlo con otros líquidos para sacar mayores ganancias engañando al consumidor final. Ella contaba:

> Acá traen el viche de Buenaventura hay veces, pero no es bueno porque lo dañan. Dicen, ¿no? Él viene bueno de allá de donde lo traen, desde… del [río] Naya, de Micay, de Saija, de donde lo traigan, pero lo empiezan a rendir en agua.

Para hacer frente a las dificultades y la incertidumbre que entraña muchas veces la venta del viche, varias mujeres de del río Calima decidieron valerse de sus formas de parentesco basadas en el compadrazgo[21] y se unieron formando la asociación de maestras vicheras La Comadre. Esta funge como una cooperativa donde las mujeres asociadas realizan en conjunto todas las labores productivas del viche y distribuyen las ganancias a partes iguales, de acuerdo con el número de personas que hayan trabajado en la destilación y las labores que desempeñaron. Sobre esto, doña Gloria explicaba:

> […] ya hemos llegado en el Calima a tener un destiladero comunitario. […] nos acompañamos para destilar porque hay que tener la leña, porque hay que acompañar y si usted destila solo se aburre. Las Comadres es la organización. Nosotras somos las dueñas de la producción, de la distribución, simple y llanamente. […] por ejemplo, nosotras sembramos en minga, ¿Sí? en olla comunitaria, en colectividad y este lote nos dio tantas pimpinas de viche. Entonces ¿cuántas trabajamos esta vez? "*ah que trabajamos diez*": las que cortaron, las que lavaron, las que molieron. Esas diez nos ganamos su presupuesto de ese trabajo […] (Arboleda, 2022)

[21] Muñoz (2020), explica que, en el Pacífico colombiano, el compadrazgo es una relación de parentesco extendida a terceros, de tal manera que "[…] sirve de base para procesos productivos y diversas actividades económicas, que van desde la caza y la agricultura hasta la fabricación de embarcaciones. […] del compadrazgo se genera familiaridad y convivencia […] a través de alianzas para el trabajo, el comercio o la curación" (Muñoz, 2020, p.p. 43).

La asociación, apoyada por la gobernación del Valle del Cauca y la fundación ACUA[22], busca generar una venta unificada de todo el viche que produzcan las mujeres y se ofrece como una opción para encarar más fácilmente los retos presentados por el mercado y la ley del viche. De tal manera que, la asociación ya cuenta con una marca de viche del mismo nombre, con logo, etiqueta y un envasado plástico para las diferentes unidades de medida. Además, es flexible frente a la producción individual del viche, siempre y cuando, la distribución y venta se realice por medio de la misma asociación. Doña Gloría, aclaraba:

> Por ejemplo, si alguna, independientemente de este lote, tiene guarapo y destila, es nuestra obligatoriedad hacerle vender. No lo puede ir a vender por allá, sino que, por aquí, a la asociación. […] si teníamos diez [lotes de viche], más dos de ella, son doce. La plata de esos dos no es de ninguna de nosotras, es de la señora. Por ejemplo, es de ella con su familia. O sea, nosotros tenemos algo colectivo, pero también aquí todavía hay particularidades. Pero si no se aceptan, pues son comadres que se nos van pa' afuera y pues eso tiene que verse con el trabajo y esto tiene unas ganancias.

Las mujeres que viven del viche reconocen que, a pesar de sus dificultades, es un trabajo idóneo para subsistir, frente a las dificultades planteadas por los empleos formales y el trabajo asalariado del que muchas personas sobreviven en Buenaventura y Cali. Por ejemplo, doña Naty relataba que durante más de 30 años trabajó como manipuladora de alimentos en un restaurante cercano por $120.000 pesos al mes, movida por la necesidad de mantener a sus hijos pequeños después de que su esposo la abandonara. En su momento, debido a la dureza del trabajo, pensó en migrar a Cali buscando un futuro mejor. Pronto fue disuadida por un familiar que le recomendó quedarse en Triana donde ella ya conocía todo y podría seguir ocupándose de la crianza de sus hijos; a diferencia de Cali, donde ese sería un problema por el trabajo de sol a sol y el aire impersonal y violento que domina la capital vallecaucana.

[22] Fundación de Activos Culturales Afro (ACUA), es una entidad sin ánimo de lucro creada en 2010. Promueve el empoderamiento sostenible de los activos culturales de las comunidades afrodescendientes organizadas y, por lo tanto, contribuye a través de la gestión conjunta a la promoción de iniciativas innovadoras de generación de ingresos, la recuperación de los conocimientos y las prácticas culturales y la inclusión económica y social adecuada.

Por eso, ahora que está entrando en la vejez, rescata las ventajas que le ofrece a las mujeres de Triana, producir y vender viche. Al respecto, ella comentaba:

> […] aquí hay una mayoría de madres solteras y hemos criado a los hijos a punta del viche o trabajando en restaurantes. Pero no es lo mismo uno trabajar por su cuenta, que trabajar en un restaurante. Uno sacando viche está ahí en la casa, al cuidado de sus hijos, se está cocinando, lo que necesite allá… y uno tiene su *contrata*: "*que tal día voy por tantos galones, que tal día una galoneta*" y eso más que todo es lo que nosotros queremos.

La situación relativamente favorable de las productoras de Triana, de hecho, podría mejorar. Por la posición privilegiada del corregimiento sobre la ruta nacional 40[23], el colectivo Destila Patrimonio[24] busca convertirlo en la vitrina del viche del Pacífico central y de Buenaventura. Que sea un lugar donde propios, visitantes y turistas puedan aprender sobre la cultura afropacífica, y, además, comprar el viche y sus derivados producidos a lo largo del litoral vallecaucano. Sobre esto, doña Gloria era enfática con las mujeres vicheras durante la reunión en Triana:

> Entiendan ese lugar donde están en plena vía y por ser el lugar donde se hace el Festival del Viche, los de Destila Patrimonio estamos diciendo que en Triana tiene que quedar nuestra vitrina del viche, de todos los de Buenaventura. Triana, que son ustedes, se tienen que abrir para tener ahí un estand de viche de todo el mundo. […] que se vea y que cada quién compre como compran ron, como compran aguardiente, como compran lo otro y así van a estar los viches de todos: del río Cajambre, del río Calima, del río Dagua, de todos ahí. ¿Qué estamos pidiendo? Una vitrina que sea en un container, una cosa bonita […] y quién va a ganar posicionamiento es Buenaventura ¿pero el renombre será para quién? para Triana y esto va a ser emblemático del

[23] La Ruta Nacional 40 es una ruta colombiana de tipo transversal que inicia en la ciudad de Buenaventura, departamento del Valle del Cauca y finaliza en Puerto Carreño, departamento del Vichada. Es una de las rutas más importantes del país, atravesándolo longitudinalmente de este a oeste y uniendo el Pacífico colombiano con ciudades principales como Bogotá y Cali, así como con los Llanos orientales.

[24] Para conocer más sobre el colectivo Destila Patrimonio, ver el acápite 8.2.

> turismo, máximo que ustedes van a tener aquí la Casa Museo, que es el estilo de antes más lo que existe hoy. (Arboleda, 2022)

7.3.1.3. Estereotipos y consumo cultural: Sexualidad y medicina en el comercio de los derivados del viche

Junto con las maestras que se especializan en la producción de la flor del viche, hay otro grupo de personas Afro dedicadas a la comercialización, agregándole valor a la bebida por medio de su transformación en diversos derivados, en los que el licor es el catalizador de plantas, raíces y bejucos, o bien, haciendo parte del producto final como un ingrediente más. A dicho grupo de personas dimos en llamarles transformadores y su papel en la cadena de valor se ubica en un rango intermedio entre la producción y la distribución. En este sentido, pueden tener mercados más abiertos o especializados, dependiendo del tipo de bebidas que se dediquen a elaborar con base en el viche y de acuerdo con su enfoque comercial.

El proyecto de transformación más grande que conocimos durante la salida de campo a Buenaventura fue el de la señora Marina Gamboa, transformadora y dinamizadora del viche, residente del corregimiento de Juanchaco en bahía Málaga. No obstante, hay un sólido y reconocido mercado de bebidas que visitamos junto al puerto turístico de Buenaventura, donde mujeres Afro de diferentes lugares del departamento se dedican a la venta de derivados en puestos que levantan junto al camino. En términos generales, el mercado de los derivados en el área urbana y rural de Buenaventura tiene un enfoque importante hacia el turismo, orientación determinada igualmente por la vocación económica de la región.

Bahía Málaga, por ejemplo, es un área reconocida por el turismo de naturaleza, cuya temporada alta, entre los meses de agosto y noviembre, está dada por la visita de las ballenas yubartas a jorobadas, que durante esta época del año buscan las aguas cálidas del trópico para parir a sus crías. Ubicada en al noroccidente de la ciudad de Buenaventura, a Bahía Málaga se llega en bote en un recorrido de 40 minutos bordeando

la costa. Las comunidades de Juanchaco, Ladrilleros y La barra se encuentran entre las más frecuentadas por los turistas.

Nosotros nos transportamos y hospedamos en Juanchaco con los servicios ofrecidos por el señor Samuel Gamboa, líder comunitario y propietario del hostal Villa Chila. Juanchaco es un típico poblado costero de raigambre Afro, a las orillas del océano Pacífico. Originalmente, sus habitantes se dedicaban a la pesca artesanal y la recolección, así como a una agricultura de pequeña escala. No obstante, desde hace varias décadas, el negocio del turismo se ha hecho protagonista entre las actividades económicas de la zona.

Para llegar al Museo de Bebidas Ancestrales de la señora Marina desde el hostal Villa Chila, hay que recorrer la calle principal del pueblo en dirección de Ladrilleros. El viaje puede hacerse en unos vehículos motorizados que se dedican a transportar turistas entre las diferentes comunidades, o bien, caminando. En el trayecto pueden observarse las viviendas de las personas locales, los peñascos rocosos que definen buena parte del paisaje costero de la bahía, así como el aeropuerto de Juanchaco, utilizado sobre todo por la armada y el ejército nacional.

Mientras caminábamos al encuentro de doña Marina, nos topamos con un señor de edad avanzada en el camino. Su nombre era Domingo y casualmente se dirigía también a nuestro destino, buscando un curado para tratar una dolencia que le aquejaba. Tras caminar por algo más de 20 minutos, finalmente llegamos al lugar. Era una casa grande, construida en lo alto de una colina, junto a una iglesia y el colegio de Juanchaco. La edificación tiene una terraza amplia e iluminada en el frente, cubierta por una alta enramada. A uno de sus costados sobresalía un local de grandes ventanas sin vidrio, cuyos muros exteriores estaban pintados en coloridos tonos azules y amarillos, con imágenes de tambores, plantas, rostros de mujeres Afro, y en general, motivos de mar, como olas y tentáculos.

Cuando entramos a la terraza, doña Marina salió a nuestro encuentro. Llevaba un vestido largo, que combinaba el negro con figuras florales y tribales, un collar de cuentas de todos los colores y un tocado africano de tonos lila y pastel que le envolvía la cabeza. Su aspecto recordaba al de las matronas del

África occidental, jefas de sus familias extensas y ávidas usuarias del color en sus vestidos. Doña Marina nos recibió cálidamente y nos invitó a recorrer el Museo de Bebidas ancestrales: en su interior encontramos un acogedor espacio decorado por diversos artículos, pinturas murales y plantas, entre los que sobresalía junto a la entrada, una marimba de chonta, instrumento insignia de la música Afro del Pacífico sur colombiano.

También encontramos réplicas a pequeña escala de diferentes herramientas utilizadas cotidianamente en la vida de las comunidades. Había alambiques, tambores, trapiches, canoas con sus canaletes, totumos y macillos. Y por supuesto, mucho viche. Estantes repletos de viche en todas sus presentaciones; un universo de derivados y combinaciones descritas por los más peculiares nombres y elaboraciones: crema tremenda vibración, arrechón siete orgasmos, vinete tú y yo, curao mayor calentura, curao mayor me le trepo, curao mayor marinero, viche anisado siempre alegre, crema de café esta qué arrechera es, bebedizo repítemelo, curao con pipilongo, curao menor adrenalina pura, tomaseca encoñadora, crema de chontaduro esto es lo mío; y otra cantidad de derivaciones del viche que parecía interminable.

Tras observar un rato e interactuar con el museo, nos sentamos en una mesa ubicada en la terraza y entablamos conversación con doña Marina, quién nos presentó su proyecto y nos contó sus memorias, el trabajo que alberga en esta casa y sus sueños enormes para la región, que son el centro de su vida y actividad. La riqueza narrativa de su historia motivó la necesidad de que fuera ella, en su propia voz, quien aquí la relatara:

> Bueno, estamos en todo el centro. De aquí para acá es Fundancestral, que es la casa de la cultura. Allá soy Marina Gamboa Rentería. La función de esta fundación y de Marina es ocupar el tiempo libre de niños, adolescentes y jóvenes después de clase para que aprendan un arte o un oficio, ya que tengo una lucha a brazo partido que haya, aunque sea una rama de universidad para acá, porque pues yo vivo al frente de una escuela y me doy cuenta de todas esas grandes crisis que tienen estos muchachos. Pero si ellos aprenden un arte o un oficio, llevan con qué defenderse y con eso pueden ayudarse para pagar su universidad. […] De acuerdo a eso, pensé que no era

suficiente y planeé cuatro años un festival que nadie me creía, porque eso, si uno se pone a pensar a fondo, se mira como un imposible. Pero yo tengo una ventaja, que soy terca. Cuatro años hablando como loro, hasta que un día tomé la decisión y se hace y se me vino la gente encima. "No se meta en ese cuento, que ese es un lío muy gordo" y no. Gracias a Dios se hizo. Iríamos para la novena versión, pero por lo que todos sabemos [la pandemia], resto una, que sí que vamos para la octava versión. El objetivo de este festival es darle a conocer al mundo que en este corregimiento hay personas con esperanza de futuro que quieren proyectarse una vida mejor.

De aquí han salido profesionales, pero los que se han zunchado el cinturón y se han expuesto a todos los sacrificios […]. Cuando yo llegué a esta comunidad, hace treinta y pico de años, voy pa' cuarenta, […] Llegué muy joven. Cuando llegué había nomás hasta grado quinto, no había bachillerato y bueno, gracias al señor sí se logró el bachillerato, pero con el grado quinto, yo dije "aquí falta mucho". Primero, […] yo vine a turistear y dije "aquí hay mucho por hacer, dar un poquito de lo que Dios ha permitido que yo aprenda".

Entonces comencé a alfabetizar. Cuando los de GANPA se dieron cuenta, me mandaban soldados. GANPA es aeronaval del Pacífico ¿Sí? militares. Bueno, y una vez llegó una profesora aquí y le hice la propuesta para una nocturna y eso fue un matrimonio a primera vista, me aceptó y me dijo "yo pongo el conocimiento ¿y usted qué pone? ponga el local". Le dije "Sí". Y ahora sí qué miedo ¿yo de dónde tenía ningún local? Yo vivía en la playa. Para no alargar el historial, nos caminamos cinco casas hasta que lo logramos y eso me tiene feliz porque ya van saliendo 18 promociones con esta. […] Y con este festival es para intercambiar saberes ancestrales, que el mundo entero se dé cuenta de que hay humanos y qué necesita más que todo la juventud. Porque si nosotros analizamos los niveles violentos son los niveles [en lugares] más apartados.

Hay una frase que a mí no me gustó nunca, y la sacaron, que decían: 'personas marginadas'. Para mí hay personas faltas de oportunidades, porque he visto salir los bachilleres y más de uno se vuelve pa' su casa si no se pone a trabajar por allá, si no se hace un cursito y se quedó ahí.

Quedaron marchitas esas ilusiones. Y también fomentar el turismo a través de este festival. Festival Folclórico Marimba y Playa. Como el nombre lo dice, se hace en la playa, donde viene muchísima gente, nacionales y extranjeros y los extranjeros sí que se la gozan. […] Y lo otro, es que haya una casa artística. La casa artística son las casas de la cultura, pero yo le quiero cambiar el nombre y ya lo tengo cambiado. ¿Cómo vamos a conseguir esa casa? Yo tampoco lo sé. Pero alguien un día va a escuchar […] ¿Por qué una casa artística? Quiero que en esa casa artística haya un museo donde todos los muchachos que vengan, se le pone profesionales, ojalá del SENA, donde ellos aprendan a hacer artesanías.

Haya un museo para la exposición de todos los saberes, haya columpios para los niños más pequeños, porque se puede ver que lo que tenemos en la playa ¡esa es una inmensidad! y la mejor cancha que existe en el planeta, pero como humanos a nosotros no nos satisface lo que tenemos. Queremos probar otra cosa, y entre ellos, los niños. Y esa casa artística ha de tener una tarima incorporada para eventos privados, es que yo pienso es en grande ¿Sí? Para eventos privados. Para que con esa plata se pueda pagar el mantenimiento de ella y una tarima externa que son para los eventos populares. También dentro de esa gran casa artística quiero que haya cocina ¿Y cuál es mi objetivo? Toda la vida he tenido en mente a las personas de edad de oro.

Para mí, las personas de edad de oro son de sesenta y pico de años en adelante. Y ese pedacito a mí como que me mueve el corazón, porque son las personas que se desgastan con nosotros, dándonos vida para que seamos una persona bien formada en el futuro y ya ellos ya cuando se van poniendo viejos, que les va dando la temblequera ¡al cucho! como dicen nuestros mayores, encerrado allá en una habitación. Pues los ricos lo meten a su ancianato ¿y nosotros qué? Pa'l cucho en un cuarto ¡Oye! sacar a esas personas, vengan pa' acá, traerles voluntarios. Enséñele desde el conocimiento y desde la profesión.

Ahí sí metemos las cuatro generaciones y entre ellos los mayores, que nos dejen esa universidad que tienen ellos en la cabeza, que son cosas muy bonitas, porque yo de mi papá guardo

muchísimas cosas que hoy por hoy ya son ¿cómo se llama? son tecnología. Porque mi papá sabía ver la hora a través del sol y la sombra. La brújula era la luna cuando iba viajando, pa' donde estaba la luna y así un jurgo de cosas; que dejen todo ese conocimiento antes de irse a la tierra. Que aprendan así, que se enamoren. Ojalá que pudiéramos celebrar un matrimonio de unos mayores ¡Ah! ¡qué cosa más bonita! ¿Sí o no? Sacarlo de allá, de ese recinto y que vivan sus últimos tiempos, pero que lo vivan felices.

A mí me da mucha tristeza y yo no sé cuál va a ser mi vida en el futuro, que sé que va a ser buena, cuando ya esté viejita. Pero a mí me da mucho pesar con los viejitos cuando yo los veo metidos en un cuarto, maltratados, engañados, los botan a la calle, entonces es muy doloroso. ¿Y qué piensa Marina con todo esto? Sabiendo que no voy a arreglar el mundo, pero más o menos romper unas cuantas argollas de esa cadena, porque lo que nosotros hacemos vuelve a nosotros. Si nosotros damos desde el amor, eso es amor.

Si nosotros damos desde el amor, el universo conspira contra nosotros y recibimos bondades. Pero si nosotros damos lo que nos sobra o damos miseria, recogeremos limosna. Bueno, hasta ahí. Dejemos a Fundancestral ahí. Vengámonos al Museo Vivo de Marina Mar. Por este lado vamos a comenzar ya con otra dinámica. Yo voy sacando las bebidas. Son 16 de crema, son 16 de trago, uno que es un cóctel, ustedes van leyendo, me van preguntando y vamos hablando.

Mi papá es cajambreño, mi mamá igual. A mí me criaron en Buenaventura, pero yo soy un 'pero'. Desde muy joven supe que yo no vine a este mundo a competir. Vine a vivir y la ciudad es una competencia ¡Qué aburrimiento! y lo digo con todo respeto. Qué aburrimiento porque, por lo menos con ese pispirilo que tenemos ahora, el celular. Entre los amigos todos miran la marca, todos miran el que el amigo tiene. Si no vamos a los carros, a las motos, a los muebles, a las cortinas ¡oye! eso es una competencia. A las ropas, que "ay, pero eso no es de marca". Eso es una cosa muy seria y si nos vamos al tránsito ¡ay mi madre! Entonces a mí me gusta acá. Me gustó siempre. Me gusta mucho la tranquilidad.

> Como pueden ver el barrio es muy grande … Bueno, entonces, si ustedes a mí me preguntan del viche, yo les puedo decir con sinceridad que conozco del viche desde antes de nacer y lo bebí y me lo comí. Y puede decir "¡qué mentira tan grande!" y yo no estoy diciendo mentira porque las mujeres cuando estaban en embarazo bebían, el trago no era prohibido, al contrario, se medía el grado de alcohol a través de la prueba ¿Sí? y me lo comía porque cuando mi mamá me estaba dando teta, yo chiquitica, mi mamá estaba tomada de sus viches y yo bebiendo también, más bueno… Entonces yo lo sé destilar, yo sé todo ¿que lo destilo? No, no no no [sic]. Ese es un trabajo muy duro, no me gusta ¡¿Qué?! ¡No! Yo prefiero preparar. Pero sí sé exigir. A mí no me van a vender lo que no es ¿no ve que yo me conozco de cuna? es como cualquiera de ustedes con su arte, con su profesión, a usted no le van a meter gato por liebre porque lo sabe.

Cautivados con el relato de la señora Marina, la escuchábamos en un silencio que se rompía con nuestras risas y las preguntas ocasionales, que alimentaban el manantial inmenso de su retórica. Al tiempo, fuimos comenzando con la cata de viche y sus derivados, que ella ofrece para los turistas que visitan el museo. Probamos cremas, vinetes, viche puro, curaos y pipilongo, todos servidos en conchas de moluscos que doña Marina utiliza como copas. Pronto, le preguntamos dónde conseguía ella viche y cómo preparaba las bebidas, a lo que nos contestó:

> El mío viene de Micay, de Cajambre o del [río] Yurumanguí ¡Ah, pues compro calidad! Por eso le digo que uno sabe, que uno es conocedor, no le pueden vender lo que quieran ¿Sí?
>
> Entonces eso, puro viche, con eso se preparan todos los tragos y es el fermentante porque nosotros no utilizamos fermentante, es el viche. Y las bebidas de crema son alimenticias, las de trago son medicinales. Las bebidas de tragos se pueden tomar para beber y emborracharse, pero si lo quiere diferente, quiere curarse alguna enfermedad […] Sólo ponga la mente, entonces se la toma controlada, por copa, igual que los curados mayores que están arriba [en la estantería]…

Acerca de las características y precios de los curaos, ella explicaba:

> Ese curado es hijo del curado mayor. La mayoría de las personas venden el curado con plantas adentro. Yo no porque trabajo diferente. Yo trabajo con los curados a base de raíces y bejucos, no con plantas ¿Sí? Entonces, estos curados de arriba hasta ahora cuestan
>
> $300.000 pesos y las personas se toman exactamente el mismo curado con $30.000 pesos o
>
> $60.000 ¿Cuál es la diferencia? Que esas de allá son recargables y este se lo toma, le surte el efecto, se lo toma como trago para beber o se lo toma como medicina y se le acaba.
>
> Embargo [sic], el otro le puede durar toda la vida, porque ese es con recomendaciones.

Doña Marina nos comentaba igualmente que ella consigue las plantas para preparar sus curadas en el mercado de Pueblo Nuevo en Buenaventura. También en Cali consigue algunos componentes que vienen desde el Amazonas. Todo lo demás lo siembra ella misma o lo trae de la selva circundante. Entretanto, seguíamos probando derivados en la cata, cuyos temas oscilaban entre la sexualidad exuberante y la curación ancestral, con el trago de cada nueva bebida que doña Marina nos proporcionaba. Probamos cremas y curaos que calentaban el cuerpo y producían arrechera en quiénes las tomaban. También, curaos y tomasecas que limpiaban la matriz de las mujeres y despejaban los pulmones, bajaban la fiebre o mejoraban la circulación. De cualquier manera, doña Marina conservaba una fe intacta en el poder de las plantas, a pesar de la estigmatización que sufren muchas veces las personas que se dedican a conocer y utilizar sus propiedades:

A través de esta pandemia está aterrizando otra vez el saber de las plantas. Aterrizando el respeto, a través de esta pandemia que no debió suceder, porque todo aquel que trabajaba con plantas le decían brujo, hechicero y era lo peor. Era lo peor que a uno le dolía el corazón porque ya no se podía comprar plantas, porque a uno ya le daba pena porque lo tildaban. A través de la pandemia, dijo el dueño del universo, se respeta lo que es mío, porque él es el dueño de todo lo creado. Se respeta y a mí me respetan. […] Y mucha gente se quedó aquí en la tierra gracias a Dios y las plantas. Ve mijo, en pleno siglo 21, me atrevo a decirlo con seguridad. Hay muchos lugares que no conocen un médico y que nunca en la vida lo han

visto ¿Y por qué hay vida, si no es a través de las plantas, las raíces y los bejucos? No le busqué más. ¿Y las parteras? Si no, no habría vida. Quedamos claros ¿verdad? La gente viene a tomar viche y a curarse con él. ¿Sí me entendió?

Unos días antes, caminando por el puerto de Buenaventura, habíamos encontrado esta misma confianza absoluta en el potencial que albergan las plantas cuando son mezcladas con el viche. También, con los nombres eróticos asignados a muchos de los derivados y las propiedades afrodisiacas relacionadas con ellos. Tal fue el caso de la visita que hicimos al puesto de la señora Reyna, quien elabora bebidas a base de viche traído del río Saija para venderlas en el mercado. Ella nos comentaba que su puesto tenía clientes habituales entre los viajeros que visitaban con recurrencia Buenaventura. Al tiempo, nos ofrecía tragos de los diferentes productos que vende en su puesto: tumbacatre, arrechón, siempre encima, arranca gallo; para cada uno de los cuales tenía frases que describían sus propiedades.

Mientras tomábamos, una señora sentada a la sombra del puesto de Reyna se divertía viéndonos tomar y con cada trago que recibíamos, aprovechaba para advertirnos de las consecuencias sexuales de consumirlos, un aumento súbito de la libido, que deberíamos refrenar para poder aliviar las necesidades apremiantes que imponía la bebida. En contraposición, conversando sobre la narrativa hipersexualizada que definía el comercio de las bebidas, recordábamos la molestia de doña Gloria Arboleda en su charla de Triana con quiénes hacían uso de estos artilugios para vender el viche. Al respecto, ella rechaza que el viche fuera tratado como

> […] obsceno, ridiculizante, peyorizante... ¡Dizque tumbacatre, bochinche, dizque arranca- gallo! […] ¡eso no es verdad! Sí es verdad que ustedes ofrecen bebida espirituosa y de algo tiene que servir, pero para decir que algo tiene que servir, no tenemos que decir esas cosas feas que están diciendo de la sangre, de las historias del viche. Eso no es verdad.

La recurrencia sexual y exacerbada en el nombramiento de los licores y en la descripción de sus propiedades, se inscribe en el juego cultural que mantienen las personas Afro de manera estratégica sobre

los estereotipos que se les asignan por la sociedad dominante para el consumo cultural. En el escenario de desigualdades al que han sido sometidas históricamente las personas racializadas, sus valores y prácticas culturales suelen traducirse por medio de estereotipos que son asumidos por la sociedad dominante como un medio inteligible para comprender la diferencia cultural (Vargas, 2003).

En el caso de las personas Afro en Colombia, el estereotipo ha estado relacionado con la destreza deportiva, la habilidad artística para la danza y el canto, la maestría culinaria y una potencia sexual exacerbada; imágenes que son valoradas como positivas por la sociedad dominante y que suelen ser asumidas por las personas Afro para su propia valoración subjetiva y en función de los beneficios que de ellas pueden obtenerse (Ibidem). En los últimos años, a los valores mencionados se ha venido adhiriendo la percepción curativa de los saberes Afrocolombianos, basada en un entendimiento determinista que asocia el cuerpo racializado afro con sus saberes ancestrales y el trópico selvático.

De igual manera, en el escenario del comercio de los derivados del viche para turistas en Buenaventura, las personas afro "usan de manera creativa los estereotipos, los valorizan y los devuelven para el público no afrocolombiano" (Vargas, 2003, p.p. 146).

* * *

En términos generales, esta es la forma reconocible de la cadena de valor tradicional del viche o propia de las comunidades productoras. Gracias a esta actividad comercial, la bebida ancestral circula a través de los territorios Afro de Buenaventura y el Valle del Cauca, abasteciendo a los asiduos consumidores vicheros, así como recorriendo y conformando la historia de asociaciones y cooperativas populares, y centralmente, la vida de muchas mujeres productoras que extraen del negocio del viche el sustento familiar. A continuación, se presenta un cuadro con la imagen esquematizada de la cadena de valor del viche, de acuerdo con las etapas, los actores, sus funciones y la circulación de la bebida hasta el consumidor final.

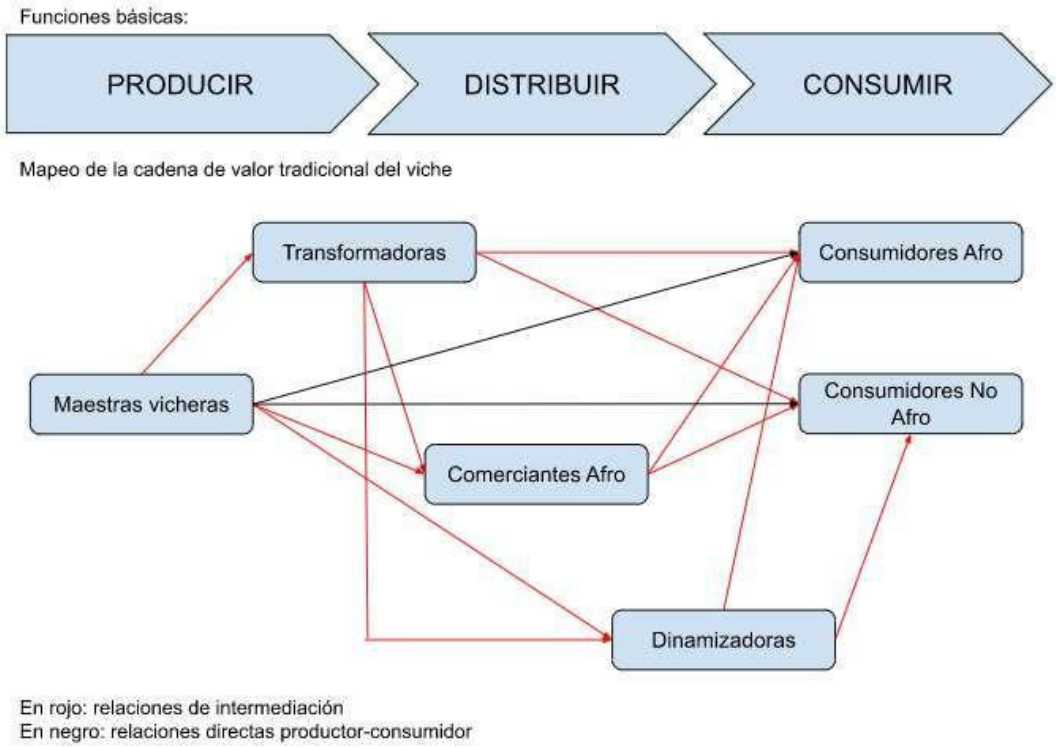

Gráfico 1: Cadena de valor tradicional

7.1.1. La cadena de valor gourmet

Junto con la cadena de valor tradicional del viche, propia de las comunidades productoras y la gente Afro de Buenaventura, en la investigación identificamos otra fuente de suministro que ha venido tomando fuerza en los últimos años: la cadena de valor gourmet. Fue denominada así debido a que su valor

agregado y su nicho están centrados en un viche puro, embotellado y etiquetado a la manera de los licores industriales, para un uso meramente recreativo como trago suelto, en coctelería y para el maridaje con preparaciones de alta cocina.

Los actores principales de esta cadena de valor son los empresarios foráneos del viche, emprendimientos, pequeñas o medianas empresas conformadas por personas ajenas a los territorios, quiénes poseen capitales económicos, educativos, sociales y culturales para hacer viable y rentable el negocio del viche fuera de sus territorios de producción y articularlo con mercados que son de difícil acceso para los actores de la cadena de valor tradicional. Los eslabones finales de este suministro son personas no afrocolombianas y restaurantes de alta cocina, que encuentran llamativa la comercialización y consumo del viche con los valores agregados a este por los empresarios foráneos dedicados a esta labor comercial.

Tuvimos la oportunidad de conversar con dos empresas de este tipo: Los Vicheros, una distribuidora de viche puro en la ciudad de Cali, que próximamente abrirá las puertas de un gastrobar y la marca de viche Playa y Estero, auspiciada por la empresa Visionarios[25], cuyo foco comercial está, por ahora, en Bogotá. En ambos casos, el viche comercializado proviene del Pacífico colombiano, de comunidades que han estado dedicadas históricamente a la destilación de la bebida artesanal. Las características sociales más relevantes de esta cadena de valor pueden definirse en el contexto de los capitales sociales que facilitan la inserción del viche en mercados extrarregionales, así como la forma de un valor agregado que se centra en la potencialización de las comunidades productivas. De fondo, puede entreverse un proceso de traducción cultural, mediado por los procesos de *packaging* o embalaje, las campañas publicitarias, las estrategias comunicativas y la elaboración de narrativas que hacen inteligible el viche para los consumidores **no** Afro de las grandes ciudades del país.

7.3.2.1 Capitales, el contexto empresarial

[25] Los nombres de las dos marcas y emprendimientos presentadas en esta sección fueron cambiados por petición de sus propietarios.

En su extensa obra académica, el sociólogo francés Pierre Bourdieu acuñó los términos de *campo social* y *capital cultural* para dar cuenta de las relaciones sociales por las cuáles las personas se relacionaban entre sí, de acuerdo con la acumulación de un acervo simbólico, educativo y de habilidades sociales, anclado en las condiciones de clase y género de cada grupo o individuo y que le conceden un estatus determinado en el campo social (Bourdieu, 1983). La premisa es que, entre más grande sea la acumulación de capital cultural, mayor es el estatus y más encumbrada la clase social de pertenencia. Además, que la acumulación de capital cultural está correlacionada directamente con el mismo proceso en el capital económico. Estudios de raza, género y poder, han demostrado que la pertenencia étnica y racial juegan igualmente un papel crucial en la definición y acumulación de los capitales culturales y la posición social (Viáfara et al, 2010; Restrepo y Rojas, 2004; Viveros, 2007; Valderrama, 2019).

En este sentido, entendemos que el ambiente social en el que cual se desenvuelve el negocio del viche responde a la misma lógica y dinámicas de los capitales culturales definidos por Bourdieu, de manera que, los diferentes actores de la cadena de suministro poseen niveles y acumulaciones distintas de valor social, por el cual sus posibilidades y alcances económicos y empresariales presentan variaciones significativas, y definen de alguna manera, la posición de cada actor en el escenario del negocio.

Los empresarios foráneos dedicados a la cadena de valor del viche tienen una formación educativa universitaria en la mayoría de los casos, con experiencia en el mundo laboral y empresarial, que los deja mejor posicionados para estructurar negocios en los grandes mercados citadinos nacionales. Sobre esto, la historia de vida de uno de los fundadores de Visionarios y la marca Playa y Estero, es reveladora:

> Mira, del viche tengo una larga trayectoria como consumidor. Yo me enamoré del viche en la universidad, tuve la oportunidad de estudiar antropología y ciencia política en la Universidad de los Andes y ahí de mi círculo de amigos, siempre estuvo muy, muy cercano, digamos que, a las ciencias sociales, al arte, al diseño y tenía un amigo que estudiaba arte, que él es Afro, y parte de su proyecto de identidad alrededor de la diáspora africana tenía que ver con el viche. […] me enamoré, tuve grandes fiestas, encuentros a punta de viche con mis mejores amigos, con lo cual, para mí el viche siempre ocupaba un espacio muy importante en mi corazón.
>
> Ya más adelante […] Yo salí a trabajar en entretenimiento y después tuve la oportunidad para trabajar en marcas de consumo masivo que trabajan en el segmento entretenimiento, principalmente energizantes y compañías multinacionales […] en la última en que trabajé, que era una compañía multinacional de licores, aprendí mucho acerca del negocio del mezcal y aprendí sobre todo de la historia del proceso productivo del mezcal. Cuando yo me encontré con esa realidad de negocio y con esa historia en mi cabeza, conecto rápidamente estos dos mundos: en el cual yo había estado, ponle tú unos ocho años antes, como a nivel de consumidor en fiestas y demás, y conecto todo lo que estaba pasando como proyecto de negocio alrededor del mezcal. Y ahí me surgió la idea a mí de montar un proyecto que tuviera en su corazón el viche […] que el proyecto productivo se estructura alrededor del viche. Eso es básicamente la historia un poco resumida.

De igual manera sucede con los dueños y fundadores de Los Vicheros, quiénes son profesionales en negocios y psicología, con experiencia de trabajo en el extranjero. El bagaje técnico y cultural que manejan los empresarios del viche se encuentra enmarcado en los requerimientos del mercado citadino, que se hace evidente en la diferencia con los empresarios Afro y los emprendimientos de maestras vicheras y transformadoras. Sobre la estructuración de Playa y Estero, uno de sus fundadores contaba cómo la exitosa marca fue elaborada:

> Mira, el proyecto a nivel de gestación nace en enero del 2021, donde comenzamos a explorar dos cosas. Uno, cuál era el modelo de negocio que nos permitiera a nosotros trabajar con las comunidades, que no fuera un modelo extractivo, sino que fuera un modelo de impacto social y ambiental; y dos, el proceso de desarrollo de la marca, de la identidad, del origen, del ecosistema, de todo eso. Duramos prácticamente hasta septiembre, desde enero hasta septiembre del 2021, en *research and development* y ya hacia septiembre nosotros lanzamos el producto. […] ahí también lo que pasa es que cuenta que las personas que venimos, las personas que fundamos este proyecto, somos tres fundadores, uno viene de Diago, otro viene de Reco y otro viene de Bavaria, con lo cual entre los tres sumados, digamos que nos sentamos y sumamos más de 20 años de experiencia en la industria de consumo masivo. Eso nos permite a nosotros digamos que *hacer una penetración más fácil versus a gente que realmente esté iniciando en todo este proyecto de emprender en consumo masivo*.

Una de las claves en la diferencia de los intermediarios del negocio del viche se hace visible en la diferencia de experiencias y en el alcance que se busca en términos de ventas y consumo. Como bien se ve en la cita anterior, los empresarios del viche se articulan con un consumo masivo, muy diferente del alcance moderado, basado en la estrategia de voz a voz, que actualmente mantiene la cadena de valor tradicional del viche.

7.3.2.2 El modelo de negocio

El modelo de negocio manejado por las marcas y empresas foráneas está centrado en la distribución y venta de viche puro en las grandes ciudades del país. De esta manera, los productores siguen siendo las comunidades Afro, donde maestras y maestros vicheros se dedican a la producción de la bebida para que los empresarios puedan obtener el licor, envasarlo, etiquetarlo y transportarlo hasta sus clientes y consumidores finales en las ciudades. Es importante recalcar que, estas marcas tienen un enfoque hacia la presentación de sus productos con denominación de origen, por lo que la procedencia

del viche y la mención de las personas que estuvieron involucradas en su fabricación hace parte de la narrativa que le proporciona valor agregado a la bebida de cara a sus consumidores finales.

Por ejemplo, la marca Playa y Estero, busca replicar en el ámbito nacional el modelo de negocio del mezcal en México, trabajando con unidades familiares productoras, comprando el licor a precio justo y manteniendo una identidad social de la bebida que sea su bandera comercial. Igualmente, hay una perspectiva de desarrollo comunitario que permea las narrativas empresariales asociadas con la pertinencia de crear e implementar un negocio de este tipo, que evite un "modelo extractivista" de apropiación sobre los activos culturales de las comunidades. Al respecto, los fundadores de la marca nos comentaban:

> […] con respecto al modelo de negocio con el cual vinculamos a las comunidades, nosotros siempre tuvimos en el corazón y tenemos que esto tiene que ser un negocio con impacto social y que realmente sea transformador de la economía del Pacífico, que sirva no solamente, digamos como el viche, sino que haya un desencadenamiento productivo alrededor del viche, en temas, sobre todo: culturales, el rubro de la música, el turismo y demás. […] esta es la tercera lucha más importante que han tenido las comunidades negras en el país. La primera fue el derecho a su libertad, la segunda fue el derecho a sus tierras, porque una vez quedaron en libertad necesitaban dónde vivir, se crean las zonas, los territorios de colectividades negras, básicamente son Consejos Comunitarios Negros, así como hay resguardos indígenas, hay zonas protegidas para comunidades negras, de las cuales pues ellos son propietarios; y la tercera es esta, que es el derecho a sus prácticas ancestrales. Entonces ¿aquí qué entendimos? […] nosotros con estas experiencias y entendiendo la relevancia que tenía para las comunidades, comenzamos a investigar diferentes modelos que ocurrían, sobre todo en el agro, y para poder replicar modelos que realmente fueran vinculantes, incluyentes y que estuvieran alineados con nuestro propósito, que es impactar esa economía y que es transformar la región. Y en ese sentido comenzamos a mirar las mezcalerías en México y

> comenzamos a mirar temas como el café en Colombia y miramos también ejemplos como es el cacao, particularmente en Tumaco. Entonces mirando hacia México, que es uno de grandes referentes para nosotros, nos encontramos con un modelo de abastecimiento inclusivo que trabajaba con unidades familiares, haciendo un tipo de desarrollo muy similar al que nosotros hacemos, entonces tuvimos la oportunidad de comunicarnos con esta mezcalería, nos explicaron bien cómo funcionaba y básicamente hicimos un *benchmark*, obviamente adaptándolo al territorio nuestro y a las dinámicas sociales que se dan en el territorio donde estamos.

De esta forma, la marca Playa y Estero realizó una curaduría de cincuenta viches producidos a o largo de la costa Pacífica colombiana, provenientes de comunidades famosas por su producción de viche. Tras una cata a ciegas se decidieron por el que consideraron el mejor viche de la selección: la bebida destilada por el maestro Ruperto González Biojó y su hijo en la comunidad Soledad de Curay, ubicada a orillas de la ensenada de Tumaco, en el departamento de Nariño. Don Ruperto se encuentra vinculado como socio productor, y a pesar de que la mayoría de su viche la destina para la marca Playa y Estero, no tiene un acuerdo de exclusividad que lo obligue o límite para la venta de su viche a otros intermediarios o clientes que busquen su bebida de calidad.

Actualmente, la marca se encuentra en proceso de montar una micro destilería en Soledad de Curay para procurar una mejora y aumento de la productividad de la bebida en su origen. Para esto, se han establecido acuerdos entre los propietarios de la marca y los maestros vicheros, con el ánimo de definir qué etapas de la producción pueden tecnificarse para optimizar el proceso y cumplir con los requerimientos sanitarios actuales del INVIMA, así como definir cuáles requieren del mantenimiento de las prácticas ancestrales para la elaboración del viche. Sobre esto, nos comentaban:

> […] eso es un proceso de co-creación y colectividad, ¿Qué significa esto? Es que nosotros no estamos mandando directrices de arriba hacia abajo, de cómo tiene que ir una planta, sino nosotros hemos sentado básicamente una conversación entre dos actores. Uno, entre el

> Invima, o digamos, una persona que hace la reglamentación del INVIMA para entender qué es lo que necesitamos, cuáles son los mínimos que necesitamos hoy para poder entrar al comercio como hoy lo exige la ley; y lo segundo, es con nuestro productor, preguntándole a él "*Oiga ¿qué partes de la producción podemos sofisticar y qué partes no debemos sofisticar?"* Entonces hay cosas de corte como: los tanques de fermentación tienen que ir en cierto material, el destilador, por ejemplo, tiene que tener un horno de leña ¿sabes? Entonces es un proceso de concertación donde el maestro vichero nos va diciendo dónde cree que debería sofisticarse el proceso. Si ustedes ven, por ejemplo, para la parte del trapiche, ahí es donde la mayor cantidad de los vicheros van a pedir la sofisticación ¿Por qué? Porque en este momento el guarapo se pasa por una prensa en frío que es de tracción animal, o se hace con una mata cuatro, que es para cuatro personas que están pasando el mismo proceso de prensado en frío, entonces un vichero te va a decir "*okay, ahí necesitamos un proceso de sofisticación si queremos escalar la producción*". Entonces, como te digo, es un diálogo con el maestro vichero y entre eso y lo que exige hoy la norma para poder tener la reglamentación al día para la comercialización.

En el proceso que vive la bebida desde su destilación, otra de las características que tiene la cadena de valor gourmet es que logra acercarse más precisamente a los requerimientos de la norma, tal como puede evidenciarse en la cita anterior. Los procesos de certificación de negocios verdes y la sostenibilidad ambiental también tienen una cabida más grande en esta cadena de valor, debido a la capacidad económica y el capital social de sus propietarios. Llama la atención cómo procesos de difícil alcance para los actores de las comunidades, como lo son la consecución de envases amigables con el medio ambiente, que respeten las leyes del monopolio rentístico y sean apetecidas en los mercados extrarregionales; para los empresarios foráneos son más accesibles y asequibles en la estructuración de sus procesos productivos. El embotellado en Playa y Estero, muestra un claro ejemplo de ello:

> Para nosotros ese pilar de sostenibilidad ambiental es muy importante. De hecho, ahorita en este momento estamos en el *track* de certificación de Negocios Verdes del Ministerio de Ambiente y yo creo que sí se puede hacer porque, digamos que no se está haciendo utilización de cultivos extensivos, de monocultivos, sino esto viene de procesos agroforestales, la escala va por parcelas y con familias y digamos que, para que pudiera pasar un tema como el que tú planteas, donde la producción represente una amenaza para la sostenibilidad ambiental […] te puedo decir que nosotros estamos empleando sistema circulares de uso de todo lo que hay como materia prima. Entonces es un proceso muy sostenible. De hecho, nosotros somos la primera compañía del país que utilizó botellas de vidrio 100% reciclado, pero digamos que esa ya es la parte final del proyecto. En la parte de proceso hay una reutilización de absolutamente todo el material que se utiliza en la producción de viche. Al final la caña, digamos que los residuos de la caña se utilizan para hacer abonos, inclusive para servir como fuente de energía para las fogatas, para los hornos y demás. Entonces es un proceso que es, digamos, muy de lo mismo, artesanal, pero muy sostenible, muy circular.

Finalmente, en cuanto a los clientes que actualmente tiene el negocio, la preponderancia está en el sector gastronómico, de restaurantes y bares de alta cocina y coctelería. Los mismos empresarios, detallaban:

> Mira, yo creo que ahí tenemos unos aliados comerciales espectaculares, que nos han ayudado a transmitir la voz, principalmente están en el sector gastronómico. Aliados de bares y restaurantes donde, no solamente nos ayudan con ejecución a nivel de coctelería, sino que también nos abren los espacios para hacer charlas, para poder comentarle a la gente, para hacer catas ¿Sabes? como mucha labor de educar a la gente en qué es esto. No te puedo decir solamente un establecimiento, pero tenemos unos aliados increíbles como Takami que nos ha abierto las puertas de una manera impresionante y que nos ha ayudado en todo ese proceso. Tenemos aliados también chiquitos como Bar Continental, como Oreste y son muchos, no me alcanzarían las palabras para agradecerles a ellos y para nombrárselos a ustedes. Entonces, pues, básicamente gracias a esa

labor que ellos hacen con el consumidor es que hemos podido crecer pues de la manera que hemos crecido.

En términos generales, esta es la forma de la cadena de valor gourmet reconocible en el negocio del viche y que se muestra de manera esquematizada en la tabla presentada a continuación.

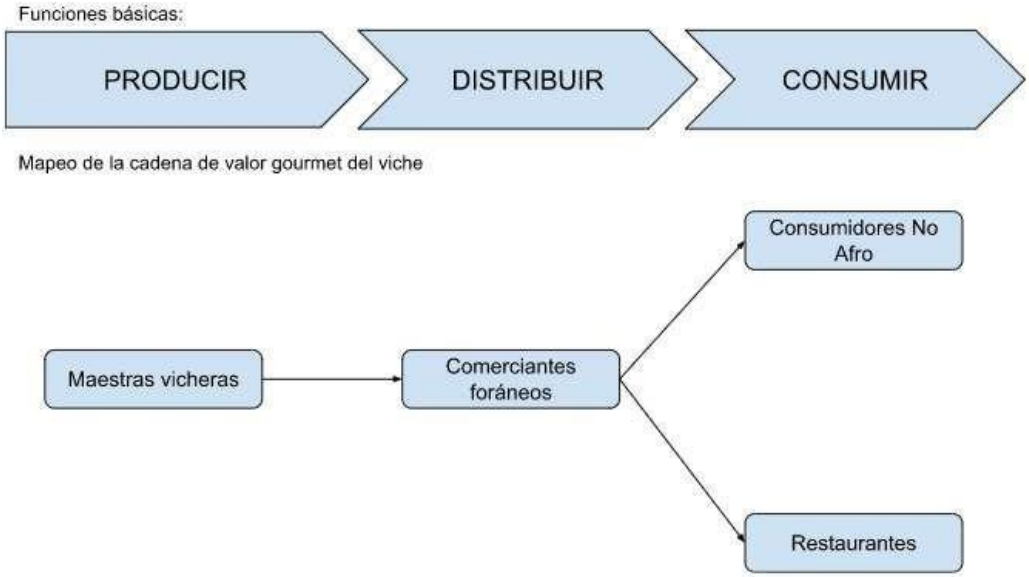

Gráfico 2: Cadena de valor gourmet

7.4. Consumo

7.4.1. El consumo de viche: una historia de nuevos y viejos

El veintiuno de mayo de 2022, un numeroso grupo de ciudadanos se encontraba en el Centro de Bogotá para escuchar el discurso de Francia Márquez en su cierre de campaña a la vicepresidencia de la República. El discurso de Francia era determinante en cuanto al reclamo histórico de los pueblos étnicos y ciudadanos del común, quiénes han tenido que luchar por el bienestar social y los derechos humanos, en cada una de las configuraciones históricas de Colombia; en tanto, estas menciones sobre el anhelado cambio social que estaban acompañadas de gritos, evasiones, llantos y manifestaciones artísticas, se entremezclaban con las actividades convencionales de jóvenes un viernes por la tarde al frente de la Estación de Transmilenio de Las Aguas:

> Precisamente nuestra identidad está en eso, en reconocernos como somos, en valorar nuestra humanidad y en reconocer el legado de nuestros mayores y mayoras a la construcción de esta nación. Hay algo que hemos aportado mucho a la construcción de esta nación [...] El mensaje es que nos comprometemos a trabajar con el arte, la cultura, el deporte, la ciencia, la tecnología, la investigación para generar oportunidades laborales, oportunidades económicas de una economía para la vida, de una economía que permita a todos los colombianos y colombianas vivir con dignidad.

En medio del frenesí del momento, salía una que otra botella de viche de las manos, las maletas, los bolsillos y las mochilas para rápidamente ser tomada colectivamente de la misma botella o en su defecto, ser servido en las copas plásticas que igualmente son recursivas para servir otros tragos de vino o ron. Sin embargo, a diferencia de las bebidas alcohólicas legalmente y socialmente admitidas (ron, cerveza, vino), el viche se repartía con rapidez y destreza como quién debe ser cuidadoso para no develar un misterio, y paralelamente, emanando un aroma, el cual resulta familiar para quienes ya hemos tomado de él. Esta observación que involucra un suceso de carácter político, acontece en medio del caos del regreso a casa

hacia diferentes puntos de la ciudad, la vigilancia de todo tipo de autoridades, el miedo por la integridad de Francia y su equipo ya que fuimos testigos de un suceso que atentó contra su vida, y los ánimos de la gente ante la expectativa de un país que estaba a unos días de las elecciones presidenciales.

Luego de escuchar el discurso de Francia, nuestra intención era ir hacia el sector de Chapinero Alto, porque nos habían dicho que se conseguía viche en algunos restaurantes, así que nos dirigimos a realizar acercamientos etnográficos puerta a puerta, por establecimientos comerciales principalmente, gastrobares y restaurantes reconocidos que nos pudieran ofrecer una cata de viche, pero sobre todo intentábamos escuchar las múltiples voces de clientes, administradores, meseros y posibles actores para conversar acerca de la venta y el consumo de esta bebida. El sector en donde pudimos encontrar venta de viche comprende las calles 58 y 60 entre las carreras 7 y 4.

En el primer restaurante de comida mexicana, el costo del trago de viche servido en copa de brandy era de $3.500 pesos, no pudimos saber su procedencia, debido a que el administrador titubeó en su respuesta para finalmente decir, “que no nos podía dar el nombre de las personas que producen y distribuyen el viche” y además, que este es un acuerdo entre varios restaurantes vecinos. Unas horas más tarde, pedimos un cóctel de viche en otro restaurante. La presentación venía en una jarra, cuyo costo era de $120.000 pesos y alcanzaba para el consumo de siete personas. Este cóctel era a base de viche puro con trozos de lulo y hielo, que emanaba un olor a cítrico mezclado con guarapo. A diferencia de la primera copa, esta presentación venía en jarra de vidrio y fue servida ante nosotros con la misma ritualidad que se sirven otros licores en los restaurantes, sosteniendo la bandeja mientras se sirve el licor copa por copa a los comensales.

Figura 7: Unos tragos de viche en un restaurante en Chapinero, Bogotá

El viche del cóctel en jarra era de la marca Viche Mano de Buey, destilado por el maestro Onésimo González Biojó en Soledad de Curay, un pequeño pueblo costero ubicado en el corregimiento de Bocas de Curay sobre el Pacífico nariñense. El maestro Onésimo es uno de los pocos productores que ha logrado vincularse con éxito en la cadena de valor del viche gourmet de los restaurantes que ofrecen la bebida en la localidad de Chapinero en Bogotá. Es destacable la relación cercana que mantiene con el restaurante Minimal, donde ofrece charlas y catas de viche periódicamente.

En los discursos de los meseros y administradores de ambos locales, hay una referencia continua hacia su labor como "ayudantes" en la cadena de valor del viche y de sus implicaciones sociales, así también, como una de las personas más interesadas en contribuir con su participación en la generación de recursos económicos y justicia social para los productores de la bebida, a pesar que tan sólo en un restaurante nos dijeron la procedencia y el nombre del maestro bichero. Estas reflexiones también están situadas en un contexto evidentemente ambientalista y que está preocupado por la reivindicación de lo "local" en cada uno de los menús de los restaurantes, en estos espacios se aprecia una cultura visual y gastronómica que

está en constante mención de productos campesinos y étnicos cuidadosamente presentados ante el comensal con un emplatado y una técnica de cocción poco convencional, la cual, no es fácil de encontrar en restaurantes y plazas de mercado de sectores populares de la capital.

Es entonces, cuando notamos que en estos lugares las clases más favorecidas entran en contacto con la biodiversidad de las regiones del país y sus culturas culinarias bajo otro concepto, porque a esta población se le facilita comer en lugares que tienen el músculo financiero, espacial y de mercado para poder traer lo mejor y más exclusivo de la alimentación regional a los menús de estos restaurantes, teniendo en cuenta que un almuerzo puede costar entre los $40.000 en adelante. Por ende, el viche no es ajeno a este relacionamiento en los circuitos gastronómicos de esta zona de Bogotá, más aún cuando en los menús se hace hincapié en la idea de alimentos que están en "rescate", que son "tradicionales" y de "ingredientes autóctonos y exóticos", cuyos platos son nombrados con palabras del francés, el inglés y el italiano que a su vez juegan con menciones a la cultura popular y palabras del español mestizo.

Esa noche las indagaciones por lo que consideramos era una posible parte de la cadena de valor del viche en su venta, distribución y consumo, nos dejaron varias interpretaciones sobre la aparición de esta bebida en un sector que visiblemente posee una gran oferta y demanda comercial en Bogotá, mientras caminábamos, algunos administradores de los bares nos mencionaron su intención de vincular el viche al menú de sus negocios y otros desconocían su origen, su modo de elaboración y su cultura ritual para las poblaciones del Pacífico Colombiano, pero tan solo dos personas nos pudieron hablar de los problemas de aceptación del viche para los registros sanitarios del Invima y esa era una de las razones por las que no podían incluir al viche en el menú, por tanto, los comensales podían conseguirlo con los meseros gracias a la recomendación de quiénes lo tomaron previamente.

En este punto, comprendimos que el viche se consigue a través de la estrategia orgánica del voz a voz y que depende de un entramado de relaciones que implican: la capacidad adquisitiva o económica, el

conocimiento previo sobre lo que es el viche y un interés de la persona por probar algo nuevo en cuanto a productos locales se refiere, los círculos de personas o de los mismos restaurantes que lo toman como un gusto adquirido ante las sombras de la ilegalidad, o en su defecto, a lo que llaman los administradores de los restaurantes el apoyo al "desarrollo local".

Finalmente, este acercamiento constituyó una primera aproximación a la complejidad de la cadena de valor de esta bebida partiendo de su punto final. Aunque parece poco coherente, la verdad fue de gran utilidad, debido a que aportó preguntas para la salida de campo que se desarrolló en el mes de julio, en algunos territorios de producción del viche en Buenaventura.

7.4.2. Circuitos tradicionales de consumo

Doña Gloria Arboleda hizo una presentación en el mes de marzo de 2022 en el Museo Nacional y describió el viche como parte esencial de la vida, en sus palabras, "que, sin viche no hay velorio, renacimiento, no hay alegría, no hay nada... se siente vacío y no como se dice que sacralizar lo que no, es una esencia que nos mueve". Para las comunidades rurales afrocolombianas del Pacífico, el consumo de viche ha desempeñado y sigue desempeñando un papel central en su vida social, cultural y religiosa, el viche comienza con la vida en las tradiciones de las parteras ancestrales y en el final de la vida gracias a que se reparte en medio de ritos fúnebres.

La maestra vichera y lideresa, agrega que cada hogar tendría por lo menos tres botellas de viche, una de viche puro, y otras que contienen una variedad de hierbas, cada una con propiedades medicinales que han jugado un papel central en el bienestar de las comunidades, y en términos socioeconómicos, son una alternativa a varias funciones del sistema médico. Doña Marina Mar complementa la importancia de estas plantas cuando dice que:

> En pleno siglo XXI, me atrevo a decirlo con seguridad. Hay muchos lugares que no conocen un

Figura 8: Toma de viche curado de la planta pipilongo, Triana

> médico y que nunca en la vida lo han visto. ¿Y por qué hay vida si no conocen un médico? Porque nunca ha llegado. ¿Sí? ¿Por qué hay vida si no es a través de las plantas, las raíces y los

Figura 9: Ventas de viche en el festival del Petronio Álvarez de Cali, 2019

> bejucos? No le busqué más. ¿Y las parteras? Si no, no habría vida.

A pesar de estos patrones de consumo altamente integrados, como ya se ha mencionado, la producción y distribución comercial de viche artesanal ha sido en su historia declarada como "ilegal"[26], lo que ha repercutido en el consumo de la bebida fuera de los territorios donde se produce. El gobierno ha permitido excepciones, como festivales como el Petronio Álvarez de Cali, el evento más grande de Colombia que celebra la cultura del Pacífico del país.

El evento que generalmente tiene lugar durante el mes de agosto de cada año, cuenta con puestos oficiales donde los vendedores pueden vender viche, normalmente de empresas o colectivos más establecidos, pero la bebida también es fácilmente accesible con personas que caminan vendiendo entre la multitud o que tienen puestos en las entradas de las zonas principales del evento. En estos casos es casi imposible estar seguro de la calidad del viche que se compra, pero con unos 325,000 visitantes al Petronio en 2022 (El País, 2022), durante los cuatro días del festival, éste es posiblemente el mayor evento de ventas para los pequeños productores de la región, beneficiando a los que están más cerca de la ciudad.

A pesar de no tener la categoría de "legal" ante el Estado, el viche ha tenido posiblemente su venta más regulada a personas de fuera de los territorios tradicionales en el muelle turístico de Buenaventura. Aquí

Figura 10: Comercialización de viche y sus derivados en la Muelle de Buenaventura

[26] Esta información está explicada en los primeros capítulos del presente documento, así como la mención del informe "Alambiques prohibidos y destilación proscrita" (ICANH,2007).

se puede encontrar una gran variedad de mezclas de viche, como las cremas de arrechón que representan formas de consumo de viche muy distintas a las de los territorios, producidas para un público hasta ahora poco acostumbrado y desinteresado en beber viche y entender su historia.

En los centros turísticos asociados de Juanchaco, Ladrilleros y La Barra, en Bahía Málaga, el viche artesanal o curado, elaborado a base de viche y una mezcla de hierbas, se vende en botellas de plástico o, más comúnmente, en botellas de vidrio reciclado de ron o aguardiente, que se venden en quioscos y tiendas de productos artesanales. Como en esta zona no se puede producir caña de azúcar por la acidez del suelo, este viche también es traído de zonas como el Bajo Baudó en el Chocó, según conversaciones con los dueños de las tiendas. Las personas que venden estos productos rara vez son los productores y, sin embargo, representan circuitos cortos, en los que la producción y la venta del producto permanecen dentro de un territorio más amplio.

Figura 11: Oferta turística en La Barra, con Viche Curao en la carta

Doña Marina Mar creó el Museo del Bebidas Ancestrales en Juanchaco, en parte para promover el consumo del producto entre los visitantes y afirmó que tenía clientes de todo el mundo que compraban su viche, además de emplear nombres como “Trago marinero”, “Curado menor adrenalina pura” y

“Orgasmo de diosa amada”, para tentar la imaginación, lo que también ofrecía a los clientes era un abanico más amplio de opciones. La clientela de Doña Marina Mar está formada por personas principalmente fuera del territorio y con más capacidad económica, como demuestran los comentarios de que su selección de botellas de plástico se debe en gran parte a que es más fácil volar con ellas.

También informa que le han propuesto vender las botellas en los aeropuertos o en otros escenarios fuera del territorio, ella afirma que la falta de registro INVIMA y regulación del producto a nivel nacional lo ha impedido. Aunque los compradores provienen de afuera de la región, los circuitos de comercialización y distribución en Bahía Málaga, siguen siendo relativamente pequeños pero al mismo tiempo naturalizados en un sistema cultural de consumo, por ejemplo encontramos dos casetas de venta y preparación pertenecientes a dos familias afrodescendientes y que no exponen el viche, bajo los estándares de un producto convencional, por ejemplo, etiquetado, botellas especiales, publicidad, etc, por el contrario, las personas acuden a envasarlo en botellas de otros licores reutilizados, aunque no está claro cuántas otras personas participan en el negocio de Doña Marina, por lo que es difícil evaluar hasta qué punto su iniciativa beneficia a la comunidad en general.

Figura 12: La señora Marina Gamboa en su Museo del Bebidas Ancestrales en Juanchaco, con una selección de viches de ella en el fondo

7.4.3. Las nuevas pautas de consumo

El último y más emergente espacio de consumo, se encuentra en los grandes centros urbanos de Colombia. Aunque en Cali se encuentra fácilmente viche durante las fiestas del Petronio, al recorrer el centro de la ciudad y sus principales zonas turísticas en otras épocas del año, nos era relativamente difícil encontrar viche, pues sólo se ofrecía en tiendas artesanales, con una oferta similar a la que se encontraba en el muelle de Buenaventura, pero a un precio más elevado y representativo de los intermediarios que intervienen en su distribución y comercialización.

Sin embargo, hoy en día en Bogotá, hay una tendencia creciente a encontrar viche a la venta, en tiendas artesanales más exclusivas, así como en bares y restaurantes en zonas de moda como Chapinero Alto, donde el precio del viche puede variar desde un trago a $3.500 pesos a una Lulada por $120.000 como se describió en el primer subtítulo de este capítulo. El restaurante Leo, de la chef Leonor Espinosa, considerado uno de los mejores restaurantes del mundo, ofrece viche en su carta y Laura Hernández Espinosa, sommelier e hija de la fundadora, suele promocionar el viche como parte del menú, amabas son reconocidas en circuitos de la gastronomía y la alta cocina.

Este aumento en el interés por el viche resume de muchas maneras la nueva era en el consumo de viche, donde la promoción activa del gobierno nacional del viche como bebida por excelencia en el país y la intención de posicionarlo para la exportación, como el mezcal en México o Pisco en Perú, en parte a través de la Ley de Viche, ha visto aumentar la tendencia de consumo. Marcas como Monte Manglar, que han combinado el acceso al capital, la producción de viche que les ha permitido el INVIMA, junto con una fuerte estrategia de mercadeo, les ha permitido capturar un gran segmento del mercado, permitiendo una ventaja de ser los primeros, y significando que su producto se puede encontrar en muchas tiendas y

bares de la ciudad, donde son marcas de viche han luchado por llegar debido a las restricciones del INVIMA.

7.5. Influencias y dependencias entre actores

En el plano de influencias y dependencias puede evidenciarse que los actores más influyentes en la cadena de valor del viche son aquellos que se encuentran ligados con la etapa de producción de la bebida, como lo son los Maestros y Maestras vicheras o las personas Transformadoras de la flor del viche en sus derivados. En el mismo nivel, se encuentran las personas y organizaciones que orbitan más cercanamente alrededor de la actividad productiva: la red de Dinamizadoras que promueven y lideran la valoración social de las labores vicheras, así como el colectivo Destila Patrimonio, que trabaja en la defensa de la propiedad y usufructo de carácter comunitario sobre el que se sostiene, y según argumenta la organización, debe sostenerse a futuro la producción y comercialización del viche. La razón de esta influencia superlativa tiene que ver con la propiedad intelectual que este grupo ostenta del origen del negocio, que no es otro que el conocimiento ancestral de la destilación del viche y las prácticas culturales

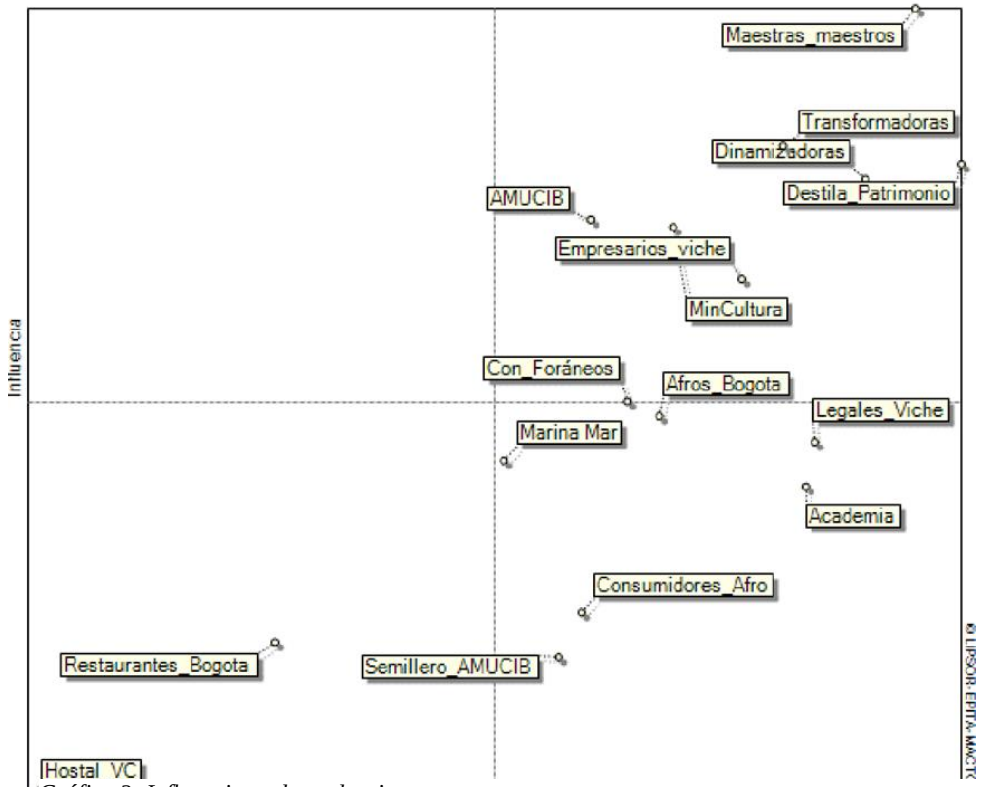

Gráfico 3: Influencias y dependencias entre actores

afropacíficas sobre las que está sustentado. En ese sentido, se evidencia la potencia política que tienen los actores productivos en el universo vichero.

Paradójicamente, estos mismos actores son también los más dependientes en la cadena de valor y de los demás vínculos sociales, económicos, legales y hasta simbólicos que giran sobre el negocio y la comercialización del viche. Los productores se deben a una larga sucesión de relaciones e intercambios, de manera que la dependencia en la cadena de valor fluye en el mismo sentido en el que se dirige la bebida como artículo comercial: productores → distribuidores → consumidores, siendo los primeros los más dependientes y los últimos los que menos dependencia registran, aunque esta sigue siendo de término medio alto; con la excepción de los restaurantes gourmet que venden viche en Bogotá, cuya influencia es francamente baja y prácticamente opuesta con aquella de los productores, pero con un nivel de dependencia igualmente pequeño en comparación con los actores del otro lado de la cadena de valor. Esto se debe a que el viche es apenas un producto entre otros muchos que ofrecen los restaurantes y su misionalidad o existencia no se limita a la venta de la bebida.

Por su parte, los intermediarios dedicados a la comercialización del viche se ubican en un nivel de dependencia media alta respecto de los demás actores del negocio, lo que es coherente con su posición dentro de la cadena de valor y el emplazamiento general de los actores involucrados. No obstante, los dos intermediarios reconocidos tienen rangos distintos de influencia. Los empresarios foráneos que se dedican a comercializar el viche fuera de los territorios de producción, tienen una influencia mayor debido a que la envergadura económica y comercial de su actividad suele ser más grande que la de sus pares afrocolombianos, quiénes acostumbran manejar mercados más reducidos y especializados, marcados por los ritmos y presupuestos de los programas gubernamentales y las necesidades impuestas por la experiencia migratoria de la población afrocolombiana en las grandes ciudades del país, como Bogotá.

La gran conclusión que puede extraerse es la alta interrelación de influencia y dependencia que mantienen los actores de la cadena de valor del viche. Las acciones e intereses de uno de los eslabones,

irremediablemente afectará las funciones, tareas y alcances de los demás, provocando cambios en la forma del negocio.

7.6. Convergencias y divergencias entre actores

La información presentada permite afirmar que hay una convergencia fuerte entre productores y comercializadores pertenecientes a las comunidades afrocolombianas, quienes son los conocedores y portadores de la tradición de la producción y consumo del viche. Seguidamente, la mayoría de los actores registra convergencias relativamente importantes entre sí, salvo por el hostal Villa Chila (y por extensión, los demás hostales, hoteles y actores de hospedaje para turistas), los Empresarios foráneos del viche y los Restaurantes de Bogotá donde se ofrece la bebida. Estos tres presentan convergencias débiles con el resto debido a que no necesariamente tienen un relacionamiento directo en el desarrollo de la cadena de valor, pero, sobre todo, porque no comparten la valoración de los objetivos de fortalecimiento en la intermediación y apropiación comunitaria de la capitalización de activos culturales afro.

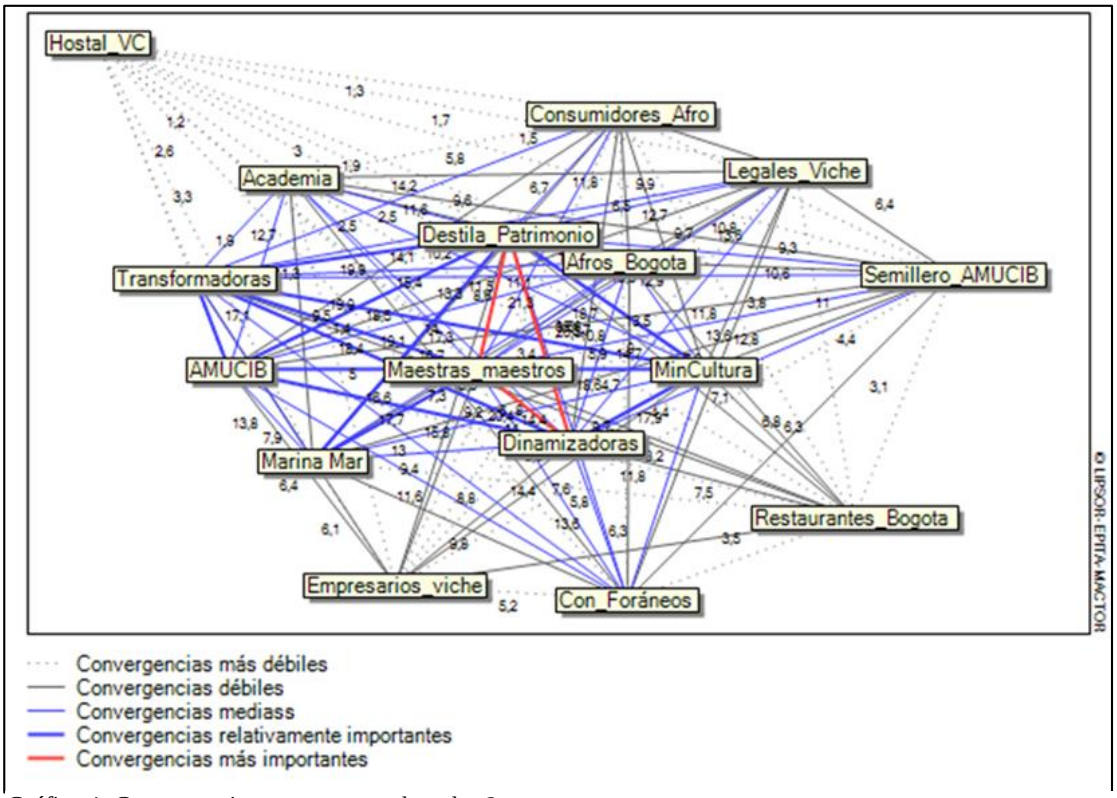

Gráfico 4: Convergencias entre actores de orden 3

Es por eso también, que hay actores como Destila Patrimonio, las Maestras y los Maestros vicheros y las Dinamizadoras, que manejan una relación más directa y afín entre ellos para tres etapas de la cadena de valor: producción, transformación y comercialización, compartiendo, por ejemplo, los acuerdos de Desarrollo Local y Sostenibilidad ambiental para las comunidades productoras de viche.

En sentido contrario, las divergencias se manifiestan entre actores como Destila Patrimonio, los consumidores autóctonos de la bebida y los pequeños y medianos comercializadores Afro del viche en Bogotá, mientras que, las divergencias más importantes están ligadas a los actores que pertenecen a la producción del viche frente a los Empresarios foráneos del viche: AMUCIB, transformadores, maestras y maestros vicheros y Destila Patrimonio.

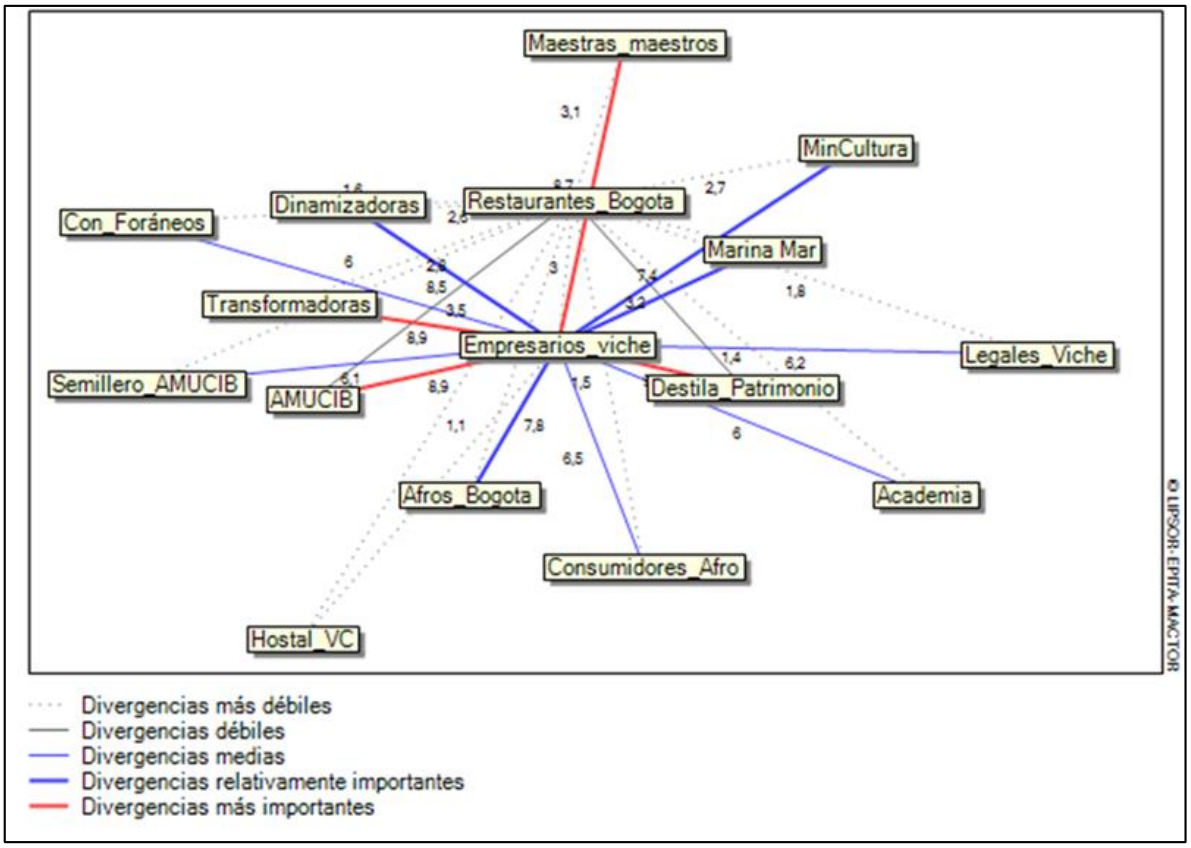

Gráfico 5: Divergencias entre actores de orden 3

De igual forma, se muestra que las instituciones representantes del Estado y el gobierno nacional a través del Ministerio de Cultura y quienes promueven la Ley del Viche, registran las divergencias más débiles entre sí.

8.El biocomercio del viche como desarrollo local

El biocomercio del viche es una iniciativa de desarrollo local que permite a las comunidades productoras aprovechar al máximo los recursos naturales de la región y los conocimientos prácticos de la cultura Afropacífica para generar ingresos por medio de la venta del viche y sus derivados. A través del biocomercio del viche, las comunidades pueden mantener vivas sus tradiciones y fortalecer su identidad cultural, además de impulsar el crecimiento económico local y reducir la dependencia de la migración y otras actividades económicas. Al promover el biocomercio del viche, se está contribuyendo al desarrollo sostenible de las comunidades y al cuidado del medio ambiente, al utilizar prácticas agrícolas respetuosas con el ecosistema.

De manera central, por medio de la investigación evidenciamos que el negocio del viche en las comunidades productoras de Buenaventura es una herramienta efectiva para generar tejido social y fortalecer la cohesión comunitaria. A través del trabajo en equipo en la producción y comercialización del viche y los productos elaborados a partir del destilado, se fomenta el trabajo en conjunto y la colaboración entre los habitantes de la comunidad. Además, el negocio del viche también brinda oportunidades de empleo y formación técnica a los habitantes de la región, lo que contribuye a mejorar su calidad de vida y a reducir la pobreza. La generación de empleo local también impulsa el crecimiento económico y ayuda a mantener a las personas en la comunidad, reduciendo así la migración hacia otras regiones en busca de trabajo.

Otro aspecto importante es que el negocio del viche también contribuye a preservar la biodiversidad y el medio ambiente de la región. Al utilizar prácticas agrícolas sostenibles y respetuosas con el ecosistema,

se garantiza la conservación de la naturaleza y se promueve la producción de alimentos saludables y libres de químicos dañinos. De manera general, el negocio del viche es una oportunidad única para generar tejido social, impulsar el crecimiento económico y proteger el medio ambiente de la región. Al fomentar el biocomercio, se está contribuyendo al desarrollo sostenible y a la construcción de un futuro mejor para las comunidades.

8.1 Tejido social/comunitario alrededor del viche

La organización AMUCIB ha desempeñado un papel fundamental en la generación de tejido social a través del negocio del viche en las comunidades productoras de Buenaventura. Esta ofrece apoyo y recursos valiosos a las comunidades vicheras, fomentando la organización y la unidad entre las diferentes personas vinculadas. La organización ayuda a las comunidades a desarrollar estrategias de negocios efectivas para la comercialización de su viche, lo que les permite mejorar sus ingresos y fortalecer su economía local. Sobre la historia de la organización, doña Gloria comentaba:

> Bueno, AMUCIB es la segunda Asociación Defensora de Derechos Humanos y perteneciente al proceso de mujeres rurales, negras, campesinas, indígenas de Colombia. Yo hice parte, fundadora de ese proceso. […] Nosotras nos quejamos de hacer como mujeres un proceso, de que existía una organización que era la ANUC (Asociación de los campesinos) y pues nosotras participamos y todo, pero no nos sentíamos reflejadas y participativas. Y hay unas cosas de mujeres, empoderamiento de mujer, en eso empezamos y ahí nació la organización que ha pasado en distintos territorios, tiene una diversidad y posicionamiento en el caso de Buenaventura. […] Hoy AMUCIB ha ido avanzando un poco desde el querer y el sentir de la defensa de derechos, pero también de saberes culturales y tradicionales. Y hoy se cuenta con un semillero que son los hijos, ahijados, sobrinos de las socias, y esa intención es para hacer cultura, para legar, para que cuando nosotros no estemos los muchachos puedan seguir con este posicionamiento, haciendo la parte de la creatividad, de la tecnología, de la transformación, sin perder la esencia ni la razón de ser rurales y campesinas y especialmente negros y negras. (Arboleda, 2022)

Igualmente, la transmisión intergeneracional de conocimientos sobre la elaboración de viche es un aspecto clave en la generación de tejido social. Las maestras vicheras más experimentadas comparten sus habilidades y técnicas con las nuevas generaciones, lo que les permite continuar la tradición y fortalecer su conexión con su patrimonio cultural. Esta transmisión de conocimientos no solo mantiene viva la

tradición, sino que también ayuda a las comunidades a mejorar la calidad de su viche y a mantenerse competitivas en el mercado. En este sentido, el Semillero de AMUCIB ha sido clave para dar continuidad al proyecto de vida de las comunidades alrededor del viche. En este sentido, Wasinton, relataba:

> Entonces se crea lo que es el semillero juvenil de AMUCIB. Entonces allí en el semillero es donde empiezan a vincular hombres, especialmente hombres jóvenes ¿sí? que hago parte yo, que hace parte el compañero que está allá atrás, que hacen parte los otros jóvenes que están aquí. Desde 2017, 2018 inicia el ejercicio. Sí, aquí pues todo esto es parte del territorio de Buenaventura. Pues AMUCIB su trabajo ha estado centrado más en zona rural y zonas suburbanas. Las zonas suburbanas han sido donde han estado haciendo presencia mujeres que han sido desplazadas por el conflicto armado. Esta parte es zona rural. Es un Consejo Comunitario. Esta comunidad hace parte del Consejo Comunitario de la Cuenca Alta y Media del río Dagua, es la comunidad de Triana que estamos aquí. Entonces dentro de las distintas comunidades desde AMUCIB trabajamos en diferentes consejos comunitarios. Por lo menos, trabaja aquí en Triana, trabaja en el Calima, trabaja en Palmeras, trabaja en el río Dagua y en otros territorios también. Cada uno de eso como que hay unas coordinaciones de mujeres, pero además de eso hay jóvenes que hacen parte pues de los procesos distintos de esas comunidades que vinieron de Palmeras y esos jóvenes que hacen parte de esa comunidad, pero que a su vez también hacen parte del semillero. (Carabalí, 2022)

Además, las reuniones regulares entre diferentes maestras vicheras de distintas comunidades son una oportunidad para compartir ideas, aprender unas de otras y fortalecer los lazos entre las comunidades. Estos encuentros permiten a las comunidades trabajar juntas para destilar viche, comercializarlo y pensar en las expectativas a futuro del negocio. Estos encuentros son un ejemplo de cómo el negocio del viche puede ser un catalizador para la generación de tejido social en las comunidades productoras de Buenaventura. Para las mujeres de AMUCIB, el objetivo de las reuniones está más que claro:

> El hecho de que ustedes nos hayan visto encontrarnos es 1), para hablar un solo idioma, 2) para ponernos de acuerdo, 3) para seguir dando la ruta de qué es el viche que viene de verde desde los territorios. O sea, ustedes nos encontraron a cinco territorios hablando de viche, exclusivo este territorio que es donde se hace el festival. Ayer estábamos Colonia, estaba Villa Estela, Triana, Palmera. Todas y todas hacen parte de tres consejos. Triana es Alto y Medio Dagua, Colonia y Villa Estela son Cuenca Baja y Media del Río Calima y Palmeras es un Consejo aparte. Son territorios colectivos. (Arboleda, 2022)

La Ley del Viche, sancionada en el 2021 en Colombia, también ha contribuido a la generación de tejido social en las comunidades vicheras. La ley establece normas y regulaciones claras para la elaboración y comercialización del viche, lo que ayuda a las comunidades a tener más confianza en su capacidad de hacer negocios de manera efectiva y sostenible. Al tener un marco legal sólido, las comunidades pueden trabajar juntas para impulsar el negocio del viche y mejorar sus vidas.

8.2. Destila patrimonio y la ley del viche

8.2.1. Plan Especial de Salvaguardia

En el año 2017 en Buenaventura una junta de productores, transformadores, organizaciones y sabedores ancestrales se unieron para proteger el viche y salvaguardarlo como 'patrimonio vivo', bajo las concepciones propias del patrimonio cultural inmaterial concebidas por la Unesco en el año 2003 y adoptadas por el Estado colombiano a través del Ministerio de Cultura[27]. Posteriormente, en el año 2018, un exconcejal de Cali y empresario trató de apropiarse del viche cuando intentó registrar la marca "Viche del Pacífico" con la Superintendencia de Industria y Comercio, este acto fue tomado por la comunidad

[27] El Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) abarca un vasto campo de la vida social y está constituido por un complejo conjunto de activos sociales, de carácter cultural, que le dan a un grupo humano sentido, identidad y pertenencia. Comprende no sólo los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas de un grupo humano, que hunden sus raíces en el pasado y que se perpetúan en la memoria colectiva, sino también los apropiados socialmente en la vida contemporánea de las comunidades y colectividades sociales. Comprende además los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes a dichos activos sociales (Ministerio de Cultura, 2006).

afrodescendiente del Pacífico Colombiano, como una iniciativa ambiciosa y que ponía en riesgo la tradición y la sabiduría de la elaboración del viche, abriendo un camino muy peligroso a la apropiación cultural y legitimada por autoridades estatales.

En este orden de ideas, la Superintendencia de Industria y Comercio, a través de la Resolución 77612 del 12 de octubre de 2018, canceló el registro de la marca Viche del Pacífico por considerar que:

> Es un producto de origen ancestral, y su nombre deriva de tiempos pasados, que se remontan a la época colonial de Colombia. El nombre proviene, no de la creación e inventiva del titular del registro estudiado, sino del nombre que varias generaciones de familias y comunidades provenientes del Pacífico colombiano le han asignado a esa bebida característica de la región, fabricada y producida de manera artesanal por quienes adquieren la habilidad y el conocimiento para elaborarla (SIC, 2018).

En este contexto, surgió la asociación Destila Patrimonio y con el acompañamiento del Ministerio de Cultura, han venido construyendo instrumentos legales de corto, mediano y largo plazo, el principal es el Plan Especial de Salvaguardia (PES) del Paisaje Cultural Vichero, asociado a la política nacional de Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) reglamentada bajo el Decreto 2491 de 2009, para reconocer el viche como Patrimonio Inmaterial Cultural de la Nación y salvaguardar los saberes, tradiciones y elementos tangibles asociados a la manifestación del Viche del Pacífico como patrimonio colectivo e instrumento de desarrollo económico, social y cultural de las comunidades negras del Pacífico. (PES Viche, SF),

El PES desde una visión cultural, reconoce los aspectos socioculturales, espirituales, medicina tradicional ancestral, partería y la cocina tradicional que surge a través del consumo del viche, en el Pacífico Colombiano. Además el PES tiene cinco líneas estratégicas que son: fortalecimiento organizativo; gestión institucional; mecanismos para el manejo y protección del territorio Vichero – Paisaje Cultural Bichero; mantener vigente la tradición ancestral; y el emprendimiento.

La relación de trabajo entre el Ministerio de Cultura y el colectivo Destila Patrimonio se fortaleció en el 2019, justamente, en la entrevista realizada a la Coordinadora del Grupo de Patrimonio Cultural Inmaterial, se mencionaron aspectos de las dificultades, fortalezas y planes que están gestándose entre ambas partes, esto involucra una caracterización de las sabedoras y sabedores tradicionales, la relación con el territorio, teniendo resultado 271 personas caracterizadas. Igualmente, nos comentaba que el PES también incluye la interlocución con a la pregunta sobre los usos del medio ambiente, ya que el Patrimonio Inmaterial también implica el análisis de procesos territoriales y ambientales, en palabras de la Coordinadora: "si no hay calidad de vida para la gente, pues que patrimonio, qué saberes se van a sostener?"

El desarrollo del Paisaje Cultural Vichero puede impulsar aspectos del Desarrollo Local del viche, sin embargo, aún necesita el establecimiento de acuerdos con entidades que regulan el uso del medio ambiente y los procesos territoriales en Colombia, por ejemplo, con el Ministerio de Agricultura frente al cultivo y con las Corporaciones Autónomas Regionales, estas instituciones hasta el momento no han sido vinculadas específicamente en los proyectos de carácter cultural asociados al viche, como el Plan Especial de Salvaguardia.

8.2.2 El Ley del Viche

En otro proceso paralelo que se ha venido gestando desde octubre de 2020, veintitrés parlamentarios afrodescendientes de Nariño, Cauca, Chocó y Valle del Cauca, impulsaron la creación de la Ley de Viche en el Congreso de la República (2021), para proteger la propiedad intelectual y producción del viche, esta Ley fue aprobada en noviembre de 2021. La Ley pretende ser el marco legal y general para proteger a la bebida ancestral y se espera que tanto la Ley como el PES sean instrumentos complementarios por parte del Estado, pero sin olvidar la construcción colectiva de procesos con sus portadores en el Pacífico Colombiano.

En principio, notamos que la Ley le otorga una protección de derechos de autor a la bebida, porque pretende que a partir de registros sanitarios, de marca y de denominación de origen, pueda ser producida por comunidades afrocolombianas de los departamentos del litoral Pacífico de Chocó, Cauca, Nariño y Valle del Cauca, especialmente en aquellos municipios con vocación vichera.

Además, la ley establece que los ministerios del Interior, Comercio, Trabajo y Agricultura deberán diseñar e implementar un programa de fomento a la producción y comercialización artesanal, y a través del SENA y el Ministerio de Educación, junto con el programa Escuelas Taller de Colombia del Ministerio de Cultura, se consolidarán programas de capacitación para la producción de esta bebida.

En el reciente Gobierno de Gustavo Petro, los esfuerzos se han encaminado desde el Ministerio de Cultura a realizar los enlaces con actores y recopilando la información técnica necesaria, a propósito de los nuevos planes de cultura y la creación del Ministerio de la Igualdad, se pretende que el viche siga siendo generador de Desarrollo Local, garantizando un proceso social más incluyente para los actores que confluyen en su producción.

8.3 Luces y sombras en el desarrollo local alrededor del viche

Respondiendo a la pregunta de investigación planteada para este proyecto de grado: “: ¿La cadena de valor del viche puede posibilitar el desarrollo local sostenible para sus productores locales en el municipio de Buenaventura-Valle del Cauca?”, se puede decir, que el viche sí está aportando desarrollo, no sólo en Buenaventura sino en los diferentes puntos visitados durante la investigación, incluso un asunto revelador que se encontró en campo, es que donde hay dinámicas de comercialización y consumo de viche, posiblemente ya se estableció un mercado de productores, proveedores y clientes, que como consecuencia ha venido creciendo y aporta ganancias económicas las cuales no regresan en su inversión y capitalización a los productores y maestras vicheras.

¿Pero qué tipo de desarrollo está aportando a la comunidad productora?, para explicar esta pregunta que resultó de nuestra investigación, podemos concluir que es un desarrollo cargado de “luces” y “sombras”, porque no responde a las concepciones del “desarrollo” mediático, competitivo e impuesto en el sistema económico contemporáneo y por el contrario, refleja un desarrollo que se ha sabido acomodar a las transiciones históricas que vive la comunidad desde sus herencias africanas, sus formas de vida, sus procesos de resistencia socioeconómica y habitabilidad hasta la actualidad.

Primero se debe aclarar, que las luces y sombras de la cadena de valor del viche suceden como todo proceso social en un intercambio constante de perjuicios y beneficios de cada uno de los actores involucrados, más aún cuando las ganancias económicas son un resultado principal y cuantificable. Por tanto, no existe un lugar, espacio y tiempo delimitado en donde ocurran sucesos negativos y otros de sucesos positivos respecto a la cadena de valor de la bebida, por ello a continuación se ha querido describir la relación de ciertos grupos de actores que tienen intereses y consecuencias comunes, bien sea por su participación como productor, distribuidor y/o comercializador del viche.

8.3.1. La producción

En la etapa principal de elaboración del viche es importante contar con: el conocimiento de aprovechamiento ecológico (acceso a la cosecha de caña de azúcar y su transformación en guarapo), los utensilios y artefactos relacionados a la destilación y el momento adecuado en el que el viche puro está listo para el consumo humano. Este conjunto de habilidades y requerimientos que están presentes en un marco cultural, no se encuentran por fuera del territorio en las otras etapas de la cadena de valor, -aquí valga hacer un paréntesis de las particularidades de la alimentación de origen étnica y rural-, ya que a diferencia de otros productos que actualmente están inmersos en el boom de los activos culturales étnicos y campesinos, como artesanías y tejidos, la alimentación muchas veces depende de su ecosistema para la generación y regeneración de su materia prima en términos de la calidad y las condiciones bióticas y abióticas en las que debe cosecharse, así como de un adecuado almacenamiento y transporte.

Respecto a lo anterior, idealmente el biocomercio toma un rol importante como dinamizador entre la administración de los recursos del territorio y los sistemas culturales que interactúan con él, finalmente, entre la distribución y la captación de mercados que aporten a la sostenibilidad de los recursos. Sin embargo, la observación participante en medio de las reuniones del Consejo Comunitario en Triana, posibilitó comprender las prácticas de "sostenibilidad", tal vez contrarias a las que se mencionan constantemente en los discursos de Desarrollo Sostenible[28], en espacios como las agendas públicas estatales, la cooperación internacional y humanitaria, en estos discursos el "ser sostenible con el medio ambiente", resulta una utopía transcrita en manuales, infografías y capacitaciones, para que las comunidades sean receptoras de un aprendizaje que francamente a ellas les ha tocado aprender en medio de la escasez, las dificultades económicas y políticas que paralelamente están relacionadas con la violencia ambiental.

> A la hora del almuerzo, cena o desayuno, nos invitan a comer a la mesa más grande, compartiendo principalmente con los niños y jóvenes, un grupo de mujeres coordina la entrega de alimentos que constan de: sopa con una buena porción de proteína animal (hueso de res o de cerdo), un arroz blanco, ensalada de cebolla, pimentón, zanahoria y trocitos de pepino cohombro; a veces, la cena podían ser hamburguesas de carne con pan y el asado que era una preparación exclusiva de los hombres, y para el caso de las bebidas, algunas mujeres preparaban agua de hierbas de azotea principalmente con aroma a limoncillo, que a su vez se entremezcla con el olor del humo del asador y el olor a tierra mojada del bosque seco tropical. El viche y sus bebidas derivadas eran infaltables.
>
> En todo este conjunto de acciones alrededor de la cocina y la preparación de alimentos, se observan ollas de gran tamaño para la comida abundante, se reutiliza el limoncillo para hacer más agua y a pesar de que desconozco el origen de la obtención de las carnes, una pequeña parte de los productos ofrecidos como el pan provienen del sector industrial y la restante proviene de lógicas de

[28] Esta explicación se encuentra en el apartado 4.1 sobre la transición histórica del concepto de Desarrollo Sostenible y Desarrollo Local Sostenible.

abastecimiento y autoconsumo, por ejemplo, las hierbas de azotea. En el momento de lavar los platos y cubiertos en donde nos sirven la comida, los cuáles son de icopor blanco y de plástico, no se desechan, se lavan al lado de los asadores con jabón rey y se reutilizan para más comensales o la comida siguiente. Ese mismo jabón rey, es utilizado en el arroyo o fuente de agua natural en donde nos encontramos, se reparte entre jóvenes y adultos para que cada uno se pueda asear dentro del agua, incluso cuando me bañé me ofrecieron. El jabón rey retorna nuevamente a su rol de lavaloza.

Luego, en la noche doña Gloria pregunta desde la zona alta del arroyo a los vecinos del corregimiento de Triana ¿sí alguien tiene un colchón de sobra que le presten?, para que ninguna persona quedara sin uno en donde dormir, inmediatamente un vecino sube con el colchón por el puente del arroyo, al mismo tiempo, una mujer camina tras él con las ollas que facilitó para la cocina. En un momento doña Gloria me regaña con cariño diciéndome que no necesito agua embotellada para lavarme los dientes, que estamos en el Chocó Biogeográfico y que mire a mi alrededor toda el agua que hay (la del arroyo y la de la lluvia). Al siguiente día, cuando nos disponíamos a regresar a las casas y en nuestro caso el viaje hacia Buenaventura, doña Gloria se encargó de que jóvenes, mujeres y familias participantes tuvieran un vehículo o transporte de regreso. Los colchones, las ollas y demás implementos que habían sido prestados para la realización del encuentro, fueron entregados a sus respectivos dueños o habitantes de Triana. (Molano, 2022).

En el anterior fragmento de diario de campo, se pretende transmitir que desde un enfoque antropológico la sostenibilidad también hace parte de formas de vida más complejas que no se pueden limitar a una lista de características o rasgos, sino a procesos de larga duración en la historia que hoy se viven a través de la experiencia cotidiana, de aspectos más amplios de la organización social de la gente afro pacífica, como lo son las familias extensas, la relación colectiva con el territorio y las lógicas de administración, cuidado y consumo dentro del territorio, no solamente del viche sino en términos generales, dejando en evidencia, que los recursos naturales se “reutilizan” o retornan, , también que una parte de ellos no necesitan ser comprados bajo la transferencia habitual de dinero, porque están

dispuestos en el territorio o se prestan entre personas de la misma comunidad. Esta idea nos dejó otra perspectiva de los estereotipos que la modernidad trae sobre el consumo y cómo ella puede transgredir el concepto clásico del Desarrollo que aporta a economías capitalistas, ya que contrariamente a la compra y obtención de productos que se efectúan en la sociedad, en lugares como Triana, existen dinámicas de abastecimiento que no dependen exclusivamente de las transacciones económicas, los acercamientos etnográficos nos permitieron conocer, que esto sucede en la sociedad afro pacífica la cual sienta unas bases de sororidad y cuidado entre las personas y el territorio.

Por lo tanto, estos acercamientos etnográficos, demuestran que los circuitos de paso y transacción de objetos y enseres aparecen en escenarios colectivos y en torno al cuidado de los recursos naturales de producción de viche. Bajo estos argumentos, la idea de "sostenibilidad" que viene de la mano de los negocios verdes y los biocomercios, no están en sintonía con estas formas de asociatividad de la propia

Figura 13: Viche con hierbas en el proceso de convertirse en un curado

comunidad, cuestión que vale la pena reflexionar para la creación a futuro de iniciativas prósperas de desarrollo local para la comercialización del viche.

Sí bien el territorio es el espacio donde se desenvuelve la cultura de producción de viche, dentro de los resultados de las observaciones en campo, se tomaron en cuenta las posiciones encontradas con las maestras vicheras y los miembros del Consejo Comunitario del Medio y Alto Dagua, identificando diferentes discursos de apropiación y defensa por el Viche así como las posibilidades que aporta el viche al futuro de la comunidad, estos discursos surgen por un lado, desde las historias de vida de las maestras vicheras y lideresas como doña Gloria, y por otro lado, desde la voz de las generaciones más jóvenes que voluntariamente están recibiendo la tradición, en este caso el semillero de jóvenes.

Doña Gloria es enfática en reconocer que las luchas recientes por la salvaguardia del Viche, no son aisladas de aquellas situaciones en las que comunidades de zonas rurales de Buenaventura, se enfrentan a la indiferencia del Estado, la escasez de recursos y la convivencia insegura con grupos armados y por supuesto, el ya mencionado racismo estructural, de hecho, cuando salíamos de Triana, una pareja de habitantes del corregimiento, nos explicó el significado de un mural que hacía referencia a una masacre paramilitar ocurrida en el año 2000, perpetrada por miembros de las AUC, quiénes una noche ingresaron a un billar ubicado en la vía principal del Corregimiento, asesinando a varios habitantes ya que los acusaban de ser colaboradores de la guerrilla. Esta lamentable situación ocurrida hace veintitrés años, también sucedió en dos puntos más del fragmento de carretera nacional llamada Alejandro Cabal Pombo, donde se encuentra la vía Cali-Buenaventura (Corpografías,2023).

Actualmente, este hecho se recuerda en medio de los procesos de memoria histórica, así como la casa que fue el lugar de la masacre, así como las historias de resiliencia de las madres, familias y habitantes de esta zona del país quienes no olvidan este episodio de la violencia en su territorio. En medio de estas circunstancias, el viche también ha resistido a desaparecer de una comunidad productora como Triana, pero ahora, respecto al auge que ha tenido después de la creación de la Ley del Viche, esta bebida logró trazar un camino que a su paso construye desarrollo local y los cimientos de este camino están presentes en la

resistencia para evitar la pérdida cultural, o al menos respetar que inevitablemente la cultura se adapte a los nuevos mercados y a la misma globalización, intentando proyectar un desarrollo a futuro cuyas ganancias en términos económicos y socioculturales retornen a sus productores, así lo menciona Wasinton Carabalí, líder del Semillero de Jóvenes:

> Se quiere vivir del viche y no simplemente vivir del viche como algo comercial, sino también con esa condición espiritual que se tiene a través del viche, ese tejido intergeneracional que está allí. Ese proceso que tanta importancia que tiene el viche para la vida. El ejercicio mismo de las parteras, es la relación. Es que el viche, no es simplemente una bebida, así sola o suelta, sino que el viche es un conjunto de acciones que giran en torno a esa bebida. (Carabalí, 2022)

Justamente, para evitar la pérdida cultural en el auge del viche por fuera del territorio, algunas de las mujeres participantes en la reunión del Consejo Comunitario, reconocen que se han venido desdibujando los usos del viche en procesos como la partería tradicional de su región, sin embargo, sí habían menciones al consumo de viche en ritos fúnebres. Retomando incluso la noción de espiritualidad, doña Gloria afirma que el viche es salud, no embriaguez, ya que “el viche es la sangre que corre por nuestras venas y si no hay sangre no hay vida”.

Por lo tanto, la espiritualidad concebida por las comunidades afrodescendientes, es una base importante en el orden social, que ha generado un fortalecimiento para la protección del viche, primero, porque los jóvenes están recibiendo el traspaso generacional de conocimiento ancestral sobre la bebida adaptándose a las nuevas tendencias del consumo, como la preparación de cócteles de viche, infusión de bebidas de viche y al mismo tiempo sino a evitar que terceras personas o actores ajenos al abriendo paso a la comercialización de otros productos locales como la papa china y territorio y cultura afro se tomen con propiedad la producción, distribución y venta del viche, solamente con la intención de generar ingresos económicos.

8.3.2. La distribución y venta de viche

Uno de los aspectos positivos que encontramos en distribuidoras de viche y sus bebidas derivadas como Deyna, Olga y la Maestra Marina, es que ellas hacen un esfuerzo por vender un producto atractivo, en términos de: presentación, publicidad y variedad a diferentes compradores, la mayoría de ellos provienen de lugares de afuera de Buenaventura. Para estas productoras y distribuidoras existe un circuito comercial que radica en pequeños y medianos negocios familiares, para lo cuál unas personas se encargan de la producción en el territorio local y otro grupo lo comercializa en lugares estratégicos de la ciudad o del turismo, como sucede con el Malecón de Buenaventura y el Museo de Bebidas Ancestrales.

Con respecto a este tipo de ventas de viche, una de las características más evidentes es la variedad de viche que se ofrece, en el punto de venta de Deyna, se consigue incluso productos con texturas, aromas y sabores de la misma referencia (crema de viche, tumbacatre, arrechón y curao); de igual manera, Marina Mar, ofrece cientos de botellas de viche variadas, con nombres que ella misma les ha puesto; los nombres de botellas de viche vendidos por Deyna y Marina Mar, están cargados de un mensaje erótico y sexualizado para hacerlos más llamativos a los clientes, la razón se debe a los usos medicinales del viche para la vida sexual y reproductiva de hombres y mujeres:

> Este es el curao, que este sirve para limpiar la sangre, para purificar, para cuando por lo menos tiene mucho frío, y uno de los tantos problemas que decimos que ¡la menopausia!..., cuando las mujeres no pueden quedar embarazadas, cuando muchos de los hombres tienen ya una cierta edad,que tienen el 80% del esperma muerto, eso lo que hace es rejuvenecerle los espermas, (Entrevista Deyna,2022).

Al ser estos temas, un tabú en la sociedad occidental es evidente cómo son útiles para el márketing y la posibilidad de aumentar las ventas, por la curiosidad que puede despertar en los turistas o clientes que no estén familiarizados con estos usos medicinales. En medio de esta transición, de bebida con propiedades medicinales a bebida "exotizada" por un público de afuera, el Consejo Comunitario de Triana a mencionado estos aspectos en sus reuniones y doña Gloria a sido muy enfática en hacer un llamado al respeto de la ancestralidad ya que nombres como "tumbacatre" y el exceso de discursos sexualidaos para comercializar estas bebidas, las terminan dejando con nombres "ridiculizantes", este tipo de iniciativas que protegen al viche como bebida espirituosa, hacen parte de las expectativas a futuro que tiene las comunidades vicheras.

Figura 14: Deyna, comercializadora de "El Buen Sabor del Pacifico" en la muelle turístico de Buenaventura, mostrando su selección de viche y sus derivados, así como otros productos del Pacifico

Continuando con el marketing, otros aspectos importantes que encontramos en Buenaventura y Bahía Málaga, se relacionan con las nuevas formas de organización en cuanto al marketing y al acceso a las

tecnologías de la información, o al interés a nuevos conocimientos que permiten la creación de una pequeña empresa entre el mismo grupo familiar. Al igual que en Triana y en Bahía Málaga, las distribuidoras y vendedoras nos explicaban que las etiquetas y el envasado para las ventas, se consiguen sólo en Cali o Buenaventura, esto a raíz de la normativa emitida por la Gobierno Nacional en la Ley del Viche, así lo comenta doña Gloria en su charla durante la reunión ante el Consejo Comunitario:

> Les quiero decir que la Ley del viche ya existe, como existe la Ley del viche, nosotros no podemos empacar podemos empacar en esto (botellas recicladas de una marca reconocida de aguardiente), ni en ninguna, que no sean las nuestras, que le pongan la etiqueta, si nosotros seguimos empacando en esto...Y venimos, por ejemplo, el día del Festival del Viche, viene Aguardiente Blanco del Valle, nos puede llevar a todos presos. ¡Oyeron!, nos joden, porque estamos haciendo un uso, una violación de una propiedad privada.

Figura 15: Una tienda en Ladrilleros donde es muy común ver viche vendido en botellas recicladas

Aquí encontramos de nuevo las luces y las sombras de la sostenibilidad, en parte porque algunas vendedoras y distribuidoras están de acuerdo en crear sus marcas de viche, lo cual implica invertir parte del dinero en la compra de envases de plástico estandarizados y sus correspondientes etiquetas, contrariamente,

a otras mujeres quiénes continúan vendiendo el viche en botellas de vidrio reutilizadas conservando la etiqueta de otra marca, en estos casos, identificamos que una de las razones es porque no todas están al tanto de la Ley del Viche que prohíbe el re-envasado. También, en las mujeres distribuidoras se observó, que no conocen o practican el proceso de destilación, pero sí saben transformar el viche puro en las bebidas derivadas que comercializan.

Teniendo en cuenta, que los lugares de investigación escogidos apenas corresponden a una muestra de la cadena de valor y no a todos los municipios y actores partícipes de la tradición de viche en el pacífico colombiano, podemos concluir que en los acercamientos etnográficos, cada grupo o familia alrededor del viche, produce, destila y distribuye la bebida dependiendo de las circunstancias que le permitan hacerlo, en ciertos grupos se visibilizaron: la organización comunitaria, el establecimiento de "buenas prácticas" y parámetros de trabajo operativo en la elaboración del viche. En el Consejo Comunitario se mencionaron los requisitos para la medición del grado de alcohol en la bebida, la información de la etiqueta y el modo de elaboración de cócteles de viche que los jóvenes del Semillero están creando, en este tema se hace un hincapié en aclarar, que estas prácticas son recientes y acompañan parte del fortalecimiento de la Ley del Viche, reproduciendo prácticas occidentalizadas de la industria alimenticia, más específicamente la industria licorera, la cual exige conocer los componentes y los detalles químicos (entre otros), para tener la certeza de que el producto sea apto al consumo humano, en este plano de relacionamiento al momento de la investigación en el segundo semestre del año 2022, entran en conflicto los saberes tradicionales y la estandarización de las productos alimenticios.

En Colombia la entidad estatal que regula y controla los productos alimenticios y farmacéuticos es el Invima (Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos), y según su normativa:

> En Colombia todas las bebidas alcohólicas que se suministren directamente al público y las a granel con o sin marca, deben contar con registro sanitario expedido por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos –Invima–, conforme a lo establecido en el Decreto 1686 de 2012. (Invima, 2023).

La Ley de Viche, en su artículo 10, estipula que se creará un Registro Sanitario especial por parte del INVIMA que contempla "considere y preserva las prácticas de producción ancestral, artesanal y étnico" del viche, lo que incluye la creación de una etnia artesanal especial para bebidas como el viche o sus derivados, señalando además que sólo aplicará para "cuando este no se destine al consumo propio de las comunidades, en el marco de sus usos, costumbres, cosmovisión y derecho mayor."

8.3.3. Dinámicas de consumo

Como se mencionó en la metodología, las preguntas sobre el auge del viche comenzaron precisamente por el consumo de esta bebida en territorios ajenos al pacífico y por un grupo de personas que usualmente cumplían las siguientes características: son jóvenes o adultos jóvenes, han tenido acceso a la educación superior, profesionales o con postgrado, pertenecen a sectores de la sociedad que interactúan con capitales culturales y artísticos. Conforme a ello, en nuestra primera exploración en campo en el sector de Chapinero Alto en Bogotá, interactuamos con estos grupos de personas y con los y las trabajadoras de los restaurantes visitados.

Una de las primeras conclusiones de esta indagación, es que el viche sigue siendo una bebida "proscrita", a pesar de que exista la Ley emitida por el Gobierno nacional, es decir, para las personas entrevistadas (administradores, meseros y demás trabajadores de este sector), es "proscrita" en la medida que no es clara las implicaciones normativas sobre su distribución en lugares como Bogotá, por tanto, sí no hay un marco legal y oficial de distribución, mucho menos de generación de acuerdos justos con los productores y maestras vicheras en el Pacífico colombiano, esta serie de dificultades genera que el viche en Bogotá circule desde circuitos de distribución y venta sin ninguna regulación, pero que finalmente benefician económicamente a los restaurantes que ofrecen viche para sus comensales.

Sin embargo, el beneficio no es sólo económico, aquí confluyen una serie de aspectos que se deben mencionar. Primero, el sector de Chapinero indagado corresponde a estratos socioeconómicos: 4,5 y 6,

adicionalmente, los restaurantes gozan de un reconocimiento por ofrecer menús y experiencias gastronómicas que parten de discursos contemporáneos frente al “rescate” de la alimentación local de las regiones colombianas. Segundo, cuando se preguntaba por el origen de la destilación del viche, algunas personas mencionaron el nombre del maestro vichero y el municipio de destilación, pero en su mayoría, no nos otorgaban la información precisa y más bien, hacían alarde de una especie de “pacto” entre algunos administradores de restaurantes del mismo sector, para conseguir los galones de viche. Tercero, es por lo anterior que el viche ha alcanzado unos niveles de “exotización” entre comensales, aportando un gusto adquirido que algunas veces se ve limitado, debido a que no se puede conseguir en estos establecimientos, porque el restaurante depende de otros factores para la obtención de la bebida, el principal es que el productor pueda enviar el galón de viche consiguiendo el transporte adecuado y sin ser incautado por las autoridades, teniendo en cuenta que al igual que el municipio de Triana, distintas poblaciones destiladoras se encuentran ubicadas en los ecosistemas de litoral o riberas, lo cual es uno de los obstáculos más presentes en la cadena de valor por la dificultad en el transporte.

Frente a este panorama, el consumo de viche se ve mermado por el desprendimiento de su base cultural, es decir, la integralidad de valores rituales, ambientales y medicinales que está presente como un cuadro vivo en la vida de las personas afrodescendientes del Pacífico Colombiano y que además representa un hito de resistencia para la historia de las familias entrevistadas. Por ende, el consumo en las nuevas ciudades de distribución y venta (Bogotá y Cali) toma una nueva significación de entretenimiento y disfrute gastronómico, que evidentemente está llegando a más consumidores con una cadena de valor en donde no se conoce muy bien su procedencia. En este punto, hay un riesgo inminente en la afectación del tejido social que fomenta la producción, destilación y distribución comunitaria entre miembros de una misma familia, como el caso de Deyna y las mujeres vicheras de Triana, porque la falta de regulación y acuerdos entre las familias productoras ya está desencadenando un afán por producir y distribuir el viche por fuera del territorio, aun cuando el transporte y la llegada del viche a su destino sea una incertidumbre constante.

9. Conclusiones y recomendaciones:

En primer lugar, reconocemos que este trabajo cumplió con las expectativas que planteamos en la pregunta de investigación, de igual manera, nos permitió observar que el Desarrollo Local en torno a la cadena de valor del viche, se inscribe en un panorama en donde el respeto por salvaguardar la identidad que surge a partir de la relación entre el territorio y la cultura, continúan siendo el cimiento social de generación de acuerdos por la comercialización del viche, pero a su vez, una oportunidad de reparar poco a poco, las dolencias sociales, ambientales, económicas y políticas que han vivido las personas afrodescendientes, desde las voces y las propuestas de ellas mismas.

En este orden de ideas, la investigación nos permitió comprender que el Desarrollo debe ser visto no como el fin sino como el medio, y para ello el Desarrollo se presenta en comunidades como Triana, Buenaventura y Bahía Málaga siendo un puente entre el presente y el futuro para los actores que participan en su cadena de valor. Sin embargo, encontramos ciertos puntos de fuga en los cuales nos vamos a detener, ya que es en ellos, en donde el Desarrollo Local Sostenible se puede desdibujar, dejando a las comunidades productoras en estado de vulnerabilidad, si no se llegan a acuerdos claros rápidamente sobre la comercialización del viche.

9.1. ¿Para quién es el riesgo?

Durante las charlas con amigos, colegas y docentes, encontramos la multifacética versión de la posible desaparición de viche, gracias a la apropiación cultural por parte de personas no afrodescendientes y ubicadas en ciudades como Cali y Bogotá. Esta versión es apenas una mirada occidental y desconocida frente a los riesgos de desaparición del viche en su territorio autóctono, las entrevistas con doña Gloria, permitieron conocer otra mirada local del problema, y es que para ella, el viche no está en riesgo de desaparecer, debido a que está presente de manera constante en la vida afrodescendiente y es ampliamente consumido, el problema radica en la falta de garantías para su destilación, distribución y acopio, pero sobre

todo en aquellos actores de la cadena de valor del viche, que sólo ven en el viche un producto de usufructo y no el entramado sociocultural al cual pertenece, en este sentido, doña Gloria

explica a nivel general los propósitos que tiene el colectivo Destila Patrimonio, en pro de la salvaguardia del viche:

1. Reconocimiento al territorio ancestral (Chocó, Valle, Cauca y Nariño)
2. Conservación de la caña
3. Reconocimiento de los sabedores y productores de la cadena de valor del viche.

Con lo anterior se acompañan temas de diversa índole como: la labor ejercida por las mujeres alrededor del viche, las estrategias de trabajo colaborativo para que las nuevas generaciones reciban la información y el conocimiento para la elaboración de la bebida, la creación de cronogramas de comunicación con actores sociales claves en el Estado, Instituciones y otros interesados, incluso, doña Gloria afirma:

> Bueno, para hacerle franca, nosotros queremos educar al país, queremos educar al mundo, queremos compartir y que no sea el... sino la narrativa..., es eso que ustedes están haciendo hoy, que tenga un costo, un valor que nos permita tener entrada y desarrollo, pero también que ha disminuido y que la razón de estar en el campo y de haber tenido esta razón de sostenerlo. Pero no estamos interesados en que esto se vuelva, no, si se va a ir dando, perfecto, pero nosotros queremos preservar y cuidar. Por lo menos en mi caso, enseñar, salvaguardar y defender algo natural y ancestral.

Para muchas comunidades de organizaciones rurales afrodescendientes, por ejemplo, AMUCIB y Destila Patrimonio, el Desarrollo ha sido y es, un constructo a largo plazo que permite no sólo la posibilidad de ingresos económicos a partir de actividades propias de la comunidad, sino además el Desarrollo Local cumple un rol de cohesionador social, en donde las personas están en potestad de tomar sus propias decisiones en búsqueda del bienestar social por su territorio, e incluso puede decirse que el Desarrollo es el establecimiento de un proyecto de vida, que incluye el traspase del conocimiento ancestral sobre la destilación del viche a las generaciones más jóvenes.

Esta idea también aporta un fortalecimiento a las iniciativas de gobernanza y soberanía sobre la administración de los recursos que disponga el territorio, para garantizar su sostenibilidad en el tiempo.

9.2. Fortalecimiento

Proponemos entonces, considerar que el mapa de actores identificados: lideresas, jóvenes, mujeres productoras y comercializadoras, sea fortalecido en cuanto a visibilizar el estado actual del viche en cada una de las comunidades que conforman la tradición cultural de esta bebida, esta intención serviría incluso para los programas que lleva a cabo el Ministerio de Cultura en la aplicación de programas y proyectos para el Plan Especial de Salvaguardia.

Esta cartografía social de actores por cada uno de los territorios integrados sería un instrumento prioritario para convocar acciones más precisas en torno a garantizar acuerdos de comercialización y sostenibilidad que beneficien a las comunidades portadoras. De esta misma forma, los espacios de socialización sean propicios para que las personas que viven directamente del viche puedan exponer las fortalezas y debilidades de la producción actual, una vez se establezca esta información, se recomienda recoger por escrito una serie de acuerdos para mantener la sostenibilidad de un negocio verde como el viche.

Para esto, pueden formularse los siguientes objetivos:

- Fortalecer Desarrollo Local en las comunidades productoras de viche

Se refiere a la generación de tejido social y comunitario en las comunidades afro productoras y comercializadoras de viche.

- Garantizar Sostenibilidad Ambiental en todas las etapas de la cadena de valor del negocio del viche.

Busca garantizar procesos productivos, de suministro y consumo del viche que sean sostenibles ambientalmente.

- Producir Desarrollo Económico para las familias y organizaciones productoras y comercializadoras de viche y sus derivados

Trata de producir mayores ingresos monetarios y estabilidad económica para las familias, personas y organizaciones afro que son productoras y comercializadoras de viche y sus derivados.

- Fomentar la creación y fortalecimiento de empresas o asociaciones distribuidoras y comercializadoras del viche que pertenezcan y estén conformadas por productores de las bebidas o sus redes familiares asociadas.

Busca fomentar la creación y funcionamiento efectivo de empresas, asociaciones o cooperativas de productores o personas asociadas a estos (por medio de redes de parentesco, vecindad o paisanaje) para disminuir la intermediación y acotar la brecha entre productores y consumidores finales del viche.

- Promover la apropiación de beneficios de la capitalización de activos culturales Afro por parte de personas u organizaciones pertenecientes a los pueblos afrocolombianos.

Trata de promover la apropiación general de los beneficios resultantes de capitalizar los activos culturales Afro por parte de personas pertenecientes a los pueblos Afrocolombianos.

Los datos obtenidos de la cartografía social, permiten pensar, en relación con los objetivos propuestos una retroalimentación en cuanto a los siguientes aspectos básicos de la cadena de valor y el negocio del viche:

1. Reconocimiento de los servicios ecosistémicos de los territorios donde crece la caña de azúcar, identificando sus necesidades y buenas prácticas de cuidado.
2. Identificación y mapeo de actores de familias destiladoras y productoras.
3. Realización de un catálogo de productos en donde la comunidad establezca acuerdos de producción y comercialización.

4. Establecimiento de un cronograma de trabajo continuo y permanente con instituciones locales y nacionales (Universidades, Ministerio de Cultura, Corporaciones Autónomas Regionales, ICANH, Secretarías de Cultura, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible).

5. Finalmente, un manual de Buenas Prácticas de producción y comercialización del viche que propenda por la construcción de acuerdos que beneficien las transacciones comerciales, de distribución y comercialización.

6. Para que los circuitos comerciales del viche se presenten en lo posible de la manera más justa para las familias productoras, se debe regular la venta de viche en establecimientos comerciales ubicados por fuera de los territorios de origen del viche, además, que los trabajadores y administradores se comprometen a informar de manera clara el lugar de destilación del viche que están ofreciendo en sus menús, los nombres de los productores y maestras o maestros vicheros.

Bibliografía

Acevedo Tarazona, A; Torres Güiza, J. S. (2016). La renta de tabaco en la Nueva Granada, 1744-1850: Administración, comercio y monopolio. Sociedad y Economía, (30), 281-303. Rescatado el 28 de enero de 2023, en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-63572016000100012&lng=en&tlng=es.

Acosta Rojas, M. A., y Ortiz Barbera, J. D. (2020). Análisis de los servicios ecosistémicos y el aprovechamiento del ecosistema de manglar por parte de las comunidades de Juanchaco, Ladrilleros y La Barra. Recuperado de: https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/12456/T09315.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Arias Barrero, L. A. (2011). Indígenas y afrocolombianos en situación de desplazamiento en Trabajo social - Universidad Nacional de Colombia, ISSN 0123-4986, Nº. 13, 2011, págs. 61-76.

Arocha. J. Homobiósfera en el Afropacífico. (abril de 2009). Revista de Estudios Sociales No. (32). P.p. 86-97.

Barfield, T. (SF). Diccionario de Antropología. Etnografía. P.p. 254.

Castro Ramírez, L. A. (2005). Cuerpos, espacios de encuentros y desencuentros: misas afrocolombianas en Bogotá. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.

CEPAL, N. (2014). Agricultura familiar y circuitos cortos: Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013.

Corpografías. (2023). Asociación de Mujeres y Hombres de Triana. Recuperado en: https://corpografias.com/asociacion-de-mujeres-y-hombres-de-triana/

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, (2018), Censo Nacional de Población y Vivienda 2018; http://systema59.dane.gov.co/bincol/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=CNPVBASE4V2&lang=esp

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, (2021), Informe, Buenaventura, Valle del Cauca.

https://www.buenaventura.gov.co/images/multimedia/20221212_datos_estadisticos_de_buenaventura_____informe_dane_2021.pdf

De Luxán Meléndez, S. (2019). El proceso de construcción del estanco imperial hispánico 1620-1786. Las reformas borbónicas del siglo XVIII. Anuario de Estudios Atlánticos, vol. AEA, núm. 65, pp. 1-26, 2019.

Demera, J. D. (2022). Ciudad, migración y religión. Etnografía de los recursos identitarios y de la religiosidad del desplazado en Altos de Cazucá (Bogotá). Theologica Xaveriana - Vol. 57 No. 162 (303-320). Abril - Junio de 2007. Bogotá, Colombia. ISSN 0120-3649

El País (2022, agosto 15). Un éxito: la impresionante cifra de asistentes que tuvo el Petronio Álvarez 2022 Recuperado de: https://www.elpais.com.co/cali/un-exito-la-impresionante-cifra-de-asistentes-que-tuvo-el-petronio-alvarez-2022.html

Etimologías de Chile. (2022). Concepto de Desarrollo. Recuperado en: http://etimologias.dechile.net/?desarrollo

Gómez, A, Flórez, C, Rubiano, N, Granados, E, Agier, M, Hoffmann, O, Arocha Rodríguez, J, Gracia, J, Montañez Gómez, G, Páramo, C, Puyana Mutis, A, Franco, F, Vargas, A y Barbary, O. (1999). Desplazados, migraciones internas y reestructuraciones territoriales. Universidad Nacional de Colombia.

Henry, G., Hodson, E., Aramendis, R., Trigo, E. y Rankin, S. (2017). La bioeconomía: Motor de desarrollo integral para Colombia. Cali: Centro Internacional de Agricultura Tropical. Recuperado en 20 de septiembre de 2022, de https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/90548/La_bioeconom%c3%ada_motor_de_desarrollo_integral_para_Colombia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández Bonilla, J.M (2017, Diciembre 11). La triste paradoja del puerto de Buenaventura. *El Espectador*. https://www.elespectador.com/economia/la-triste-paradoja-del-puerto-de-buenaventura-article-727663/

Invima. (2023). Productos vigilados, bebidas alcohólicas. Recuperado en 25 de enero de 2023, de https://www.invima.gov.co/es/web/guest/bebidas-alcoholicas

Jaramillo, L. (2021). La producción de viche por mujeres afro campesinas del Chocó. *El origen de la producción del viche en el Chocó y el monopolio departamental licorero en Colombia*. Universidad Autónoma de Chapingo. Chapingo-Estado de México: P.p. 118-120.

MADS. (2014). Plan Nacional de negocios verdes

Marín, J. W. (2018). Análisis del papel de la bioeconomía y los negocios verdes, con énfasis en uso agropecuario y turismo de naturaleza.

Martínez Rangel, Rubí, & Reyes Garmendia, Ernesto Soto. (2012). El Consenso de Washington: la instauración de las políticas neoliberales en América Latina. *Política y cultura*, (37), 35-64. Recuperado en 20 de septiembre de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-77422012000100003&lng=es&tlng=es.

Meza, C. (2007). Informe número 10. Monopolio departamental de licores y proscripción de destilados ilegales en Colombia: Proscripción de destilados y memorias de su prohibición ICANH & Universidad del Pacífico. P.p. 30-41.

Meza, C. (2007). Tradiciones elaboradas y modernizaciones vividas: Solidaridad y formas asociativas de trabajo. ICANH. Bogotá D.C. P.p. 207 - 217.

Meza, C. (2013). La ruta del viche: producción, circulación y consumo de una bebida destilada en el litoral Pacifico colombiano Revista Estudios del Pacífico Colombiano Quibdó, Chocó No. 2: 137-157 agosto-diciembre 2014 pp. 235.

Meza, C. et al, &. Instituto Colombiano de Antropología e Historia. (2014). Informe final Alambiques prohibidos y destilación proscrita. Recuperado el 17 de marzo de 2022 de: https://www.icanh.gov.co/index.php?idcategoria=8691

Mora de Tovar, G. (1983). La política fiscal del estado colonial y el monopolio de la industria del aguardiente en la Nueva Granada durante el siglo XVIII. Revista Desarrollo y Sociedad 1983 :10, 91-119

Muñoz, M. (2020). Circuitos agroalimentarios del medio Atrato: Proximidades ecológicas y sociales. Universidad Externado de Colombia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas Área Cultura y Sociedad. Bogotá.

Palacios, Martha L. y Cantera Jaime R., 2017. Mangrove timber use as an ecosystem service in the Colombian Pacific. Hydrobiologia, 803 (1), 345-358.

Pita Pico, R. (2019). La renta de aguardiente durante el proceso de independencia de la Nueva Granada, 1810-1819. Ciencia Nueva. Revista de Historia y Política - ISSN 2539-2662. Vol. 3 Núm. 2 - Julio-Diciembre de 2019. Páginas 105-122. Pereira, Colombia.

República de Colombia & DPN, (2018). Documento COMPES 3934. Recuperado de: https://www.dnp.gov.co/Crecimiento-Verde/Documents/Pol%C3%ADtica%20CONPES%203934/CONPES%203934%20-%20Pol%C3%ADtica%20de%20Crecimiento%20Verde.pdf

Ruíz Ruíz, N. Y. (2008) El Desplazamiento forzado en el interior de Colombia : caracterización sociodemográfica y pautas de distribución territorial 2000-2004. Universitat Autònoma de Barcelona.

Ruiz, Helem A., Vargas Luis A., 2014. Percepción de las comunidades del territorio del consejo comunitario de La Plata Bahía Málaga frente a la vulnerabilidad al cambio climático. Ambiente y sostenibilidad 2014 (4):51-64. Revista del Doctorado Interinstitucional en Ciencias Ambientales. ISSN: 2339-3122

SIC – Superintendencia de Industria y Comercio (2018, octubre 16). SIC protege prácticas ancestrales del litoral Pacífico colombiano y cancela la marca Viche del Pacífico. Recuperado de: https://www.sic.gov.co/noticias/sic-protege-practicas-ancestrales-del-litoral-pacifico-colombiano-y-cancela-la-marca-viche-del-pacifico#:~:text=La%20Direcci%C3%B3n%20de%20Signos%20Distintivos,es%20el%20caso%20de%20bebidas

Valcárcel, (2006). Génesis y evolución del concepto y enfoques sobre el Desarrollo. Universidad Católica del Perú. Departamento de Ciencias Sociales. Lima: P.p. 4-7.