

CULTURA CERVECERA EN MEDELLÍN

AUTORES:

DAVID ANDRÉS MORALES CORREA

DANIEL VELÁSQUEZ OSPINA

JUAN PABLO LEÓN RICARDO

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO INDUSTRIAL

2019

CULTURA CERVECERA EN MEDELLÍN

Mercado cervecero artesanal

Línea de investigación: Cultura material

Trabajo de grado para optar al título de Diseñador Industrial

David Andrés Morales Correa

Daniel Velásquez Ospina

Juan Pablo León Ricardo

Asesor:

Raúl Alberto Domínguez Rendón

Historiador

María Ginette Múnera Barrios

Diseñadora Industrial

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Arquitectura y Diseño

Facultad de Diseño industrial

Medellín

2019

10 de mayo del 2019

David Andrés Morales Correa

Daniel Velásquez Ospina

Juan Pablo León Ricardo

“Declaro que esta tesis (o trabajo de grado) no ha sido presentada para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o cualquier otra universidad”

Art. 82 Régimen Discente de Formación Avanzada.

Firma



Firma



Firma



Cultura cervecera en Medellín

Mercado Artesanal

Índice

1. Introducción	5
1.1 Resumen	5
1.2 Pregunta de investigación	6
1.3 Planteamiento del problema	6
1.4 Hipótesis	7
1.5 Justificación	8
1.6 Objetivos	9
1.7 Estado del Arte	10
2. Marco teórico	11
3. Marco metodológico	17
4. Análisis de hallazgos	18
4.1 Estudios de caso	18
4.2 Situación actual cervecera en Medellín	29
5. Conclusiones	34
6. Bibliografía	36
Anexos	37

1. Introducción

1.1 Resumen

Para la investigación se identificaron los factores que incidieron en la creación de la cultura cervecera de Medellín, esto se logró al investigar las grandes marcas del país y las cervecerías artesanales con mayor recorrido en el mercado; se detectó otro tipo de cervecería, este tipo de cerveza no es para un consumo masivo, es una producción que no está para la oferta del mercado. Este tipo es la cervecería *Homebrew*, es así como normalmente están naciendo las cervecerías artesanales en Medellín y a su vez que crezca la cultura cervecera en la ciudad.

En los últimos años el mercado cervecero artesanal ha ido creciendo en pequeños pasos, estos pequeños pasos se han dado gracias a numerosos actos de grandes empresas y personas emprendedoras que han querido crear la cultura cervecera en la ciudad.

Estos actos van desde clases de técnicas de elaboración de la cerveza hechas por emprendedores, hasta eventos gigantescos hechos por las marcas más reconocidas del país; con el fin de crear y concientizar a las personas de cómo es el proceso de elaboración y cómo este producto se lleva a crear experiencias entorno a este. Ayudando así al surgimiento y crecimiento de una cultura cervecera en la ciudad.

Palabras clave: Cerveza – Cultura cervecera en Medellín – Mercado cervecero artesanal – Técnicas de elaboración.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuáles han sido los factores que influyeron en el surgimiento de una cultura cervecera en Medellín?

1.3 Planteamiento del problema

Abarcando un poco la historia de la chicha y su proceso de producción, tenemos que saber que esta es una bebida que en sus “inicios” era realizada o producida por los indígenas de la región, la cual consiste en una mezcla de agua, panela, maíz y otros tipos de ingredientes. Pero sabiendo ya esto, nos preguntamos también del porqué esta, que era la bebida alcohólica por excelencia fue reemplazada por la cerveza; siendo la cerveza un producto totalmente extranjero, no nativo y no tradicional de este sector de los Andes. Con esto nos damos cuenta de que son muchas más las personas que la consumen simplemente por ser un producto que llena sus expectativas, pero no porque haya una cultura alrededor de esta.

Aprovechando la industrialización, y luego de algunas cuantas décadas, encontramos que han comenzado a surgir nuevas cervecerías artesanales con una promesa de un producto premium. Siendo así cervezas con variedades de aromas, sabores, diferentes tipos de elaboración, combinación de maltas, trigos, sorgos y

maíces; para que los consumidores puedan tener sensaciones completamente distintas en cada botella que sea abierta.

En algunos puntos de encuentro y lugares donde se realizan eventos (Plaza Mayor), diferentes cervecerías (Apóstol, ProstBier) de Medellín se han ido presentando varias actividades en torno a la cerveza; juntando gente experta en el tema, aficionados o principiantes para dar a conocer técnicas de producción, catas y talleres sobre la cerveza. Sin embargo, estas actividades solo están comenzando a surgir y son realizadas por pocas personas, pero cada vez más gente se va interesando por tener un conocimiento más amplio sobre este tema. Según esto, ¿qué factores han permitido o permiten el crecimiento de la cultura cervecera en Medellín?; nosotros como diseñadores, ¿cómo podemos hacer parte y qué desde el diseño podemos aportar para este crecimiento cultural?

1.4 Hipótesis

En Medellín si existe una cultura cervecera debido a que, hay ciertos factores culturales como eventos y festivales dedicados a la cerveza, haciendo que el conocimiento y amor por este producto, crezca más. Factores económicos también han influido para el surgimiento y crecimiento de la cultura cervecera debido a que han nacido nuevas pequeñas empresas de cervecerías. Sin embargo, factores políticos como el nuevo Código de Policía han hecho que estos eventos no se realicen en lugares públicos, y lleven esto a eventos privados.

1.5 Justificación

Este trabajo se realizó con el fin de comprender cómo fue el tránsito de la chicha a la cerveza en Medellín y cómo ahora está surgiendo una cultura cervecera en nuestra ciudad, indagando en temas como los siguientes: ¿Por qué se quiso silenciar políticamente la chicha?, ¿Cómo fue el crecimiento de la industria cervecera?, ¿Por qué se está dando el cambio a lo artesanal?, entre otros.

Al darle respuesta a estas y más preguntas relacionadas, conoceremos factores que marcaron y/o cambiaron las costumbres de la población en Medellín y que fueron esenciales para el cambio cultural dentro de la historia de la ciudad. Además, conociendo el pasado y su evolución, se podrá comprender hacia dónde está apuntando esta industria hoy en día.

Entenderemos como son los funcionamientos, la elaboración, los métodos de comercialización de la industria cervecera, y cómo hoy en día industrias diferentes han querido retomar procesos artesanales para la elaboración de su producto.

Esta investigación se liga directamente con la cultura material ya que a través de la historia se han utilizado diversos objetos para la elaboración de bebidas fermentadas, estos objetos han tenido una evolución a través del tiempo y hemos evidenciado, como ha sido su cambio y transformación, como estos se han relacionado con cada persona que sea usuario de dicho objeto y como algunos

objetos han influido en la producción. Ahora bien, la cerveza es un producto que ha estado presente prácticamente desde el inicio de la humanidad al igual que los objetos, por esto, y acompañados del diseño de experiencias, se desea proponer una vivencia para consumidores de cerveza para seguir potenciando la cultura cervecera en Medellín.

Al tener esto claro, tendremos en cuenta la historia de cómo fue el surgimiento de una de las industrias que más generan ingresos en el país, bases de cómo se debe de hacer una cerveza y el conocimiento de las reglamentaciones dadas por las instituciones de higiene y salubridad de Colombia; para así, desde el curso de trabajo de grado, poder crear un proyecto personal a futuro, donde el elemento principal de diseño, no sea una marca de cerveza artesanal, sino el diseño de una experiencia donde las personas de la ciudad de Medellín, en primera instancia, conozcan la historia de la cerveza en el país, mientras disfrutan y consumen el producto.

1.6 Objetivos

Objetivo General:

Identificar los factores que incidieron en la creación de la cultura cervecera en Medellín en el siglo XXI, luego de la prohibición a mitad del siglo XX.

Objetivos Específicos:

1. Diferenciar los tipos de cervecerías y cómo estas se diferencian en cuanto a producción y elaboración.
2. Conocer los procesos y técnicas de elaboración de cerveza en el siglo XXI.
3. Determinar los factores que han influido al surgimiento y/o crecimiento de una cultura cervecera en Medellín.

1.7 Estado del Arte

La revista *Bodas de Oro*, nos cuenta un poco sobre la historia de la cerveza en Medellín, cómo fue la transición de la chicha a la cerveza, la presión del gobierno hacia las fábricas de chicha y el favoritismo por las cervecerías:

“Algunas regiones de Colombia tuvieron que aceptar durante muchos años que las clases pobres consumieran una bebida fermentada, realmente perjudicial para la salud del pueblo: La Chicha” (Cervecería Unión, 1952. p. 3).

Además de esto, nos muestra el personal y sus cargos de la Cervecería Unión, ayudas que hicieron al crecimiento de la ciudad, y publicidades usadas en ese tiempo. En el libro “Fuentes documentales para la historia empresarial”, el autor nos habla de cómo las cervecerías en la ciudad de Medellín empezaron a ganar mercado a finales del siglo XIX y principios del siglo XX debido a que estas empezaron a competir en cuanto a precio y calidad del producto:

“Sirvieron para fomentar el mercado y generar la experiencia necesaria para que nuevos inversionistas y hombres de empresas, con mayor apoyo en

maquinaria y en conocimiento, forjaran un exitoso sector económico”.
(Suárez, 2013, p. 90).

Aun así, estos libros están situados desde 1900 hasta 1952, dejando un lapso de información desde el 52 hasta ahora. Por este motivo se tuvo que ampliar la búsqueda e indagar acerca de este tema en otras zonas del país, para así encontrar referentes similares a los de la ciudad de Medellín.

Colombia es un país de bebedores de cerveza, según la página web: www.portafolio.co, un colombiano consume aproximadamente 60 litros de cerveza al año (Portafolio, 2018). Dentro de Colombia, “en las ciudades que más se consume cerveza artesanal son: Bogotá, Villavicencio y Cartagena” (Portafolio, 2018); en Medellín las cervecerías artesanales e industriales están creando numerosos eventos para aumentar la inmersión de personas en este mundo.

Por consiguiente, en Colombia no existe una evidencia de la cultura cervecera y es muy poco lo que hay escrito sobre este tema. Por lo que esta investigación sería dedicada especialmente a evidenciar en Medellín los inicios de una cultura que va creciendo poco a poco.

2. Marco teórico

Los principales conceptos que estamos trabajando desde la teoría y fundamentación histórica son: La chicha, la cerveza, factores culturales, sociales, políticos, nuevas tendencias y técnicas; las cuales se ven representadas en la siguiente imagen que se explica como en Colombia hubo factores tanto sociales como políticos que afectaron a la chicha para llevar la desaparición de las

productoras de esta bebida en el país; y que a su vez permitieron el auge de las cervecerías en el país, y ya al final como hoy en día el mercado está apuntando nuevamente a lo tradicional que es lo artesanal dentro del mundo de la cerveza. (ver imagen 1):

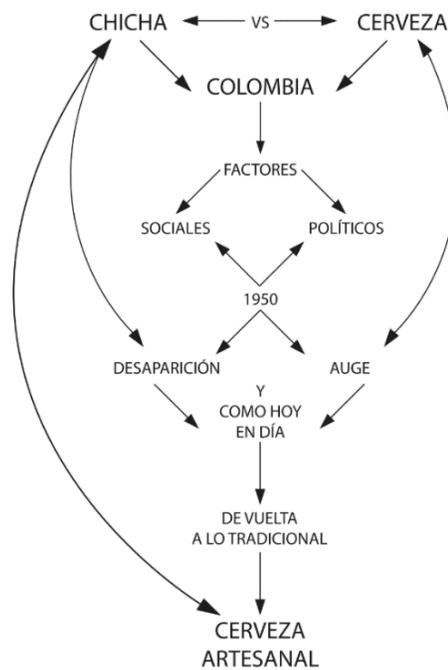


Imagen 1. Cronología del Marco Teórico elaborado por Juan Pablo León

Tránsito de la chicha a la cerveza

La chicha es una bebida alcohólica tradicional que se obtiene por un proceso de fermentación. Los primeros registros de la chicha vienen desde antes del siglo XIX, al ser una bebida indígena consumida en todo Sudamérica. Esta era una bebida

muy consumida en eventos religiosos y ceremonias importantes, que luego dieron paso a toda una sociedad que consumía por placer o por costumbre.

La chicha en Bogotá la tomaban los artesanos de todas las gamas desde aprendices hasta maestros, incluyendo los que tenían 10 empleados a su cargo, los que únicamente tenían dos aprendices y quienes trabajaban con la familia; los obreros de grandes talleres y los de la fábrica, las sirvientas y los cargadores... las prostitutas, los ladrones, los mendigos. (Llano y Campuzano, 1994, p.80).

Luego de un tiempo de mucha chicha consumida, en 1820, fue prohibida la elaboración y comercialización de chicha en Sogamoso.

Estoy asombrado de lo que ha ocurrido en esta población: en menos de cuatro días hemos perdido de la División Valdés más de cincuenta hombres. Ya más de cien han ido al hospital, de los cuales se aumenta diariamente el número de muertos. Tanto por los síntomas de los que mueren, como por el resultado de las diligencias que se han practicado, y denuncias de algunos españoles y otros individuos del ejército, casi estoy convencido de que este vecindario puso en ejecución el inicuo procedimiento de envenenar nuestras tropas con chicha, pero afortunadamente no las hemos perdido todas. (Bejarano citando a Bolívar, 1950, p.9).

Aprovechando estos hechos e intereses políticos de por medio, empezó una controversia contra de la chicha. Principalmente, sacando a luz pública enfermedades y efectos secundarios, la cual esta producía, supuestamente. Un estudio sobre los peligros de esta bebida, publicado en 1919, cuenta detalladamente experimentos hechos en animales a los que les daban grandes cantidades de chicha; mostrando, así como resultado una enfermedad llamada Pelagra (Enfermedad causada por la falta de ciertas vitaminas y que se caracteriza por la

aparición de manchas en la piel y perturbaciones digestivas y nerviosas). “La enfermedad es esencialmente rural y asociada con la pobreza” (Olózaga, 1919, p.45). Apuntándole así al consumidor objetivo de las chichas, y agregando que las personas que tomaban chicha se embrutecen (ver imagen 2), que las personas que tomaban chicha eran carcelarias (ver imagen 3), y que las personas criminales eran las que consumían chicha (ver imagen 4).

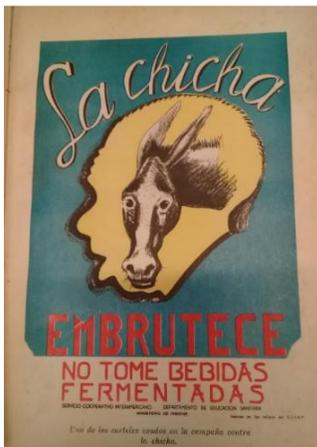


Imagen 2, 3 y 4. Imágenes tomadas del libro “La derrota de un vicio. págs. 46, 65 y 97.

Los agentes químicos que entraban en la composición de la chicha, especialmente a los alcoholes superiores y el furfurol, de electiva acción sobre los centros nerviosos, explican de manera fácil, por qué el chichismo estuvo siempre ligado a nuestras altas cifras de criminalidad. (Bejarano, 1950, p.75).

Esta fue otra forma de presión hacia la gente que consumía chicha.

Ayudados por estas campañas, las cervecerías lograron posicionarse y tener dominio absoluto del mercado a mediados del siglo XX. Se creó un monopolio

alrededor de este producto mediante las grandes cerveceras como Bavaria o la Cervecería Unión.

Colombia dio un salto de la mula al avión, es una expresión común que condensa los rápidos cambios vividos durante la primera mitad de este siglo. (Llano y Campuzano, 1994. p.45).

Con este cambio las chicherías se volvieron clandestinas y muy poco consumidas, casi que los mismos que la hacían eran los que la consumían; por otro lado, las cervecerías:

En el siglo XIX se fundaron una decena de cervecerías artesanales en Medellín y en Antioquia. Todas estas empresas empleaban pocos obreros y tenían al parecer un carácter de empresa familiar. (Suárez, 2013, p.90).

Haciendo así que este mercado creciera de forma descomunal:

Sirvieron para fomentar el mercado y generar la experiencia necesaria para que nuevos inversionistas y hombres de empresas, con mayor apoyo en maquinaria y en conocimiento, forjaran un exitoso sector económico. (Suarez, 2013, p.90).

Las cervecerías han ido creciendo de constantemente y han tenido cambios en el tiempo. Este tipo de negocio se ha caracterizado por tener grandes ventas, y por esto el número de competidores cada vez crece más; dando lugar a un “nuevo” tipo de cerveza: la cerveza artesanal. Con este las pequeñas cervecerías han buscado distinguirse de las grandes industrias, dando así productos de mayor sabor y calidad. la cerveza industrial es bebida fermentada, elaborada con cebada, lúpulos, levadura y agua. Por otro lado, la cerveza artesanal se diferencia de una industrial porque la calidad en sus ingredientes es mejor, el tamaño de la producción es más reducida, garantiza aromas (frutales, cítricos, maderas), colores (ámbar, rojos, negros) y sabores (frutales, florales) que la diferencian de cualquier otra cerveza.

Así como hay cervezas industriales y artesanales, existen también las homebrew o cervezas caseras. Estas últimas son elaboradas con materia prima de alta calidad, pero sin los estándares de sanidad requeridos por la ley, debido a que estas no son para la comercialización.

En el mercado hay muchas variaciones de cervezas, abundantes recetas y diferentes preparaciones para todo tipo de gustos y paladares. A pesar de existir todo un catálogo de fórmulas para su elaboración, solo hay dos familias, el tipo Lager y la ALE.

La cerveza de fermentación en frío o más conocida como Lager, es usada en las cervecerías industrializadas, debido a que su proceso productivo puede llegar a ser más eficiente que el de una ALE. Las cervezas Lager son mayormente consumidas por parte de los usuarios ya que son cervezas con un cuerpo más ligero, de sabores neutros y muy refrescantes. Al contrario de las Lager, las ALE son de fermentación alta, moviéndose entre 18 a 25 grados centígrados para que sus levaduras trabajen correctamente y así conseguir un buen resultado en el producto final. Es más tomada como la cerveza artesanal por excelencia y por medio de esta fermentación se consiguen resultados más complejos, sabores más fuertes, frutados y ésteres.

3. Marco metodológico

Enfoque y tipo de investigación

Histórico-descriptiva

Instrumentos de recolección

Para la toma de información se utilizaron herramientas como bitácoras y diarios de campo, cámaras fotográficas, audios y videos del momento. También se hizo observación participante y una no participante, en la cual se pudo ver como realmente se han adentrado a la cultura cervecera en las personas de Medellín, incursionando para esto en diversos festivales dedicados a la cerveza, que se hicieron en ese lapso del trabajo de campo en la ciudad.

La población que se analizó fueron cervecerías industrializadas, artesanales industrializadas y pequeñas empresas artesanales, como Bavaria, Apóstol y ProstBier, donde se recolectó toda la información sobre el proceso de elaboración de una cerveza común y cuáles son las características cambiantes en este proceso en contraste con las cervezas artesanales respectivamente; Se observó todo el proceso y se llevará registro sobre los materiales utilizados en esta industria.

Fichas teóricas: Se realizaron unas fichas donde se tomó la información más aportante de cada libro para la investigación, en las cuales se pueden encontrar un pequeño resumen del texto, palabras clave, citas tomadas del libro y un análisis del contenido. Ver anexo 1.

Protocolo de entrevistas: En este instrumento de recolección, se redactaron una serie de preguntas, las cuales iban enfocadas a los estudios de caso, con las cuales

tenían como finalidad sacar información relevante de cada una de las cervecerías visitadas. Ver anexo 2.

Fichas de análisis de entrevistas: En este instrumento se recopiló toda la información pertinente y aportante a la investigación de cada una de las cervecerías, aquí la información fue desmenuzada y se tomó la información más importante. Ver Anexo 3.

Fichas de pietaje: En estas fichas, se tomaron los tiempos de los audios junto con la información o la pregunta que se estaba respondiendo en dicho momento, esto con el fin de que cuando se fueran a revisar las grabaciones de audio fuera de más fácil ayuda para nosotros al momento de reproducir estos y optimizar tiempo. Ver Anexo 4.

Fichas de análisis iconográfico: está fichas sirvieron de análisis en cuanto a comparación de las cervecerías en cuanto a: maquinaria, almacenaje, procesos, etc. Ver Anexo 5.

4. Análisis de hallazgos

4.1 Estudios de caso:

Se seleccionaron dos cervecerías artesanales de ubicadas en la ciudad de Medellín, la primera es una casa cervecera donde sus procesos de elaboración son muy caseros, y tienen cero elementos tecnológicos para su fabricación. Además, es conocida principalmente como la mayor distribuidora de materia prima para elaboración de cerveza en el Valle de Aburrá. La segunda es una de las cervecerías

artesanales más grandes del país, además esta cuenta con gran ayuda de la tecnología para cervezas, lo que lleva a esta empresa para nosotros, en una cervecería artesanal con procesos acercados y similares a los de una cervecería industrializada.

ProstBier:

ProstBier, es una empresa paisa que desde el 2009 está en funcionamiento. Marco Arango es un empresario que vio una oportunidad de negocio después de hacer por primera vez cerveza. Al ver que no tenía a quién venderle la cerveza, que como él había más personas y al pasar por todo el proceso que tuvo que hacer para conseguir los insumos; decidió montar un negocio de importación y venta de insumos y maquinaria para la elaboración de cerveza. Tiene en este momento más de 40 cervecerías artesanales como clientes fijos. A ellos les venden diferentes tipos de levadura, maltas y lúpulos con las que pueden hacer muchas combinaciones de recetas. Además de esto esta empresa regularmente hace cursos de elaboración de cervezas al estilo *homebrew*. En estos cursos explican cuáles son los procesos que se tienen que seguir para la elaboración de cerveza, cuál es la maquinaria mínima que se debe tener, qué insumos tienen ellos en el portafolio y que recetas se pueden hacer con estos. Este curso tiene dos finalidades, la primera es atraer más clientes para sus productos, y la segunda, y más importante, es fomentar la cultura cervecera en Medellín. Así las personas se van a expandir a más sabores, más aromas y más colores; y así aprender a diferenciar entre una cerveza artesanal a una industrial. Y que además de diferenciarlas se prefiera tomar una cerveza artesanal.

Con esta visita a ProstBier pudimos encontrar varios aspectos importantes para nuestra investigación. El primero es que este mercado cervecero ha venido creciendo cada vez más; hay catas de cerveza en la ciudad y hay eventos cerveceros que ayudan cada vez más a que este mercado siga creciendo y con esto creando una cultura alrededor de este brebaje. Segundo las personas están entendiendo todo el proceso que se necesita para hacer cerveza artesanal porque con estos cursos ellos mismos son los que hacen la cerveza y gracias a esto, están aceptando pagar un precio mayor por más calidad. Las cervecerías industrializadas y las cervecerías artesanales no se ven afectadas por la creación de nuevas empresas, al contrario, esto invita a que las personas cada vez tomen más y más cerveza. En cuanto a las cervecerías artesanales, como hay tantas recetas de cervezas, invita a que prueben distintos sabores en diferentes casas cerveceras. Para las industrializadas, es un punto a favor porque la gente no va a dejar de tomar esta cerveza por ser un poco más barata y se benefician también porque se aumenta el número de personas que toman cerveza.

Hablando un poco más acerca de ProstBier y su producción de cervezas en los cursos y de manera autónoma, para esto poseen maquinaria digna de una casa cervecera naciente, a baja escala, un homebrew para ser más exactos. Para empezar, cuentan con maquinaria de molienda, una motorizada y una manual, siendo la motorizada intervenida por el mismo Marco Arango (ver imagen 5), haciendo que al moler el grano se aproveche lo más posible la materia prima y así no tener desperdicios y mayor calidad en el producto final. La máquina de moler

manual solo es utilizada en caso de que la otra este en mantenimiento, pero igualmente se tiene que dar una configuración exacta para lo antes mencionado.



Imagen 5 - La maquinaria de molienda, fotografía tomada por David Andrés Morales.

Para el proceso de calentamiento y preparación cuentan con una hornilla de tres pisos, la cual está diseñada también por Arango, en donde explica que está hecha de hierro ya que es un material fácil de conseguir, barato y que funciona muy bien para la función que él le quería dar. Esta hornilla tiene una disposición descendente, este orden fue totalmente pensado ya que acelera el proceso de producción de la cerveza, no por reducir tiempos de cocción de la cerveza, sino que hace todo mucho más eficiente y eficaz (ver imagen 6):



Imagen 6 - La hornilla y ollas, fotografía tomada por David Andrés Morales.

Para la cocción y realización de todo el proceso de la cerveza tienen a su disposición tres ollas (que corresponden respectivamente a cada piso de la hornilla) hechas en acero inoxidable, estas poseen válvulas para dejar salir el líquido y así filtrar casi automáticamente todo el brebaje y dejar el mosto sobrante en las ollas. Al terminar todo el proceso de filtración y cocción, todo el líquido sale por unas mangueras a un enfriador por placas y de ahí a unas canecas fermentadores con airlocks, los cuales permiten la liberación de oxígeno controlada y así evitar la entrada del mismo, esto hace que no se dañe la cerveza en su proceso de fermentación. Seguidamente, se llevan estas canecas a una nevera donde se da todo el proceso de fermentación por unos 8 o 10 días en caso de cervezas tipo Lager, si son tipo ALE se dejan afuera a temperatura ambiente sin que la luz del sol le dé directamente. Pasado el tiempo de fermentación, se procede a esterilizar las botellas con un “lava fácil”, luego se

vierte la cerveza desde el fermentador por medio de un auto sifón y se tapan las botellas con una tapadora manual, la cual funciona haciéndole presión y fuerza a la tapa sobre la botella, tiene que quedar bien sellada ya que si no es así se va a perder la carbonatación del producto y puede que se dañe el proceso de fermentación (ver imagen 7):



Imagen 7 - Cocina donde se lleva el proceso de embotellado, fotografía tomada por David Andrés Morales.

Apóstol:

Apóstol, es una empresa surgida en Medellín hace unos 9 años gracias a un grupo de inversionistas antioqueños, que querían que las personas tuvieran a su alcance una cerveza de muy buena calidad, que fuera fácil de encontrar en el mercado y que a su vez fuera de bajo costo en comparación a las demás cervezas que se encontraban en el mercado que también poseían esas mismas características. Cabe decir que Apóstol es una cervecería artesanal por varios factores como ellos los mencionan; el primero de estos es que son una cervecería artesanal debido a

que elaboran su producto con cebada malteada de alto estándar de calidad internacional; segundo porque el nivel de producción que ellos manejan es un nivel muy bajo en comparación a la que elaboran grandes compañías tal cual es como Bavaria (tiene una producción anual entre los 1000 y los 8000 Hectolitros). Además de esto, Apóstol dice que para ser artesanal no necesariamente signifique que tiene que ser elaborada en casa, también puede haber equipos de alto nivel tecnológico que faciliten la producción y elaboración de esta y que a su vez permitan que la misma cervecería siga siendo artesanal.

Siguiendo un poco con Apóstol, para ellos es de suma importancia generar y hacer crecer la cultura cervecera en Medellín, Antioquia y toda Colombia, por esto ellos siempre hacen presencia en eventos como el festival vive la cerveza, la toma cervecera, el Oktoberfest artesanal entre otros. Con el fin de hacer presencia de la marca y que esta crezca mucho más y hacer que las personas se empapen del tema y que a futuro este tema cultural sea propio de la población local.

En Apóstol se realizó una visita el 14 de septiembre del 2018 con el fin de saber un poco más allá de lo que ellos mismos nos pueden contar. Además de esto se tuvo una clase de maridaje donde nos enseñaron a catar y probar distintos tipos de cervezas elaboradas por ellos mismos donde pusieron en práctica el objetivo empresarial de ellos que es fomentar la cultura cervecera en el público colombiano; entre ellas la más importante de su portafolio que ha sido reconocida internacionalmente ganando varios premios como la mejor cerveza negra a nivel mundial en el año 2013, esta se ha convertido en insignia para la marca y ha tenido

buena aceptación por parte del público que consume este tipo de cerveza, esta cerveza la denominan ellos como la tipo Bock.

Además de la cerveza ya mencionada se degustó la cerveza sin alcohol, el tipo *helles*, le tipo *weizen* que es cerveza de trigo, le tipo *dubbel* y le tipo *marzen*, todas tienen una preparación y con materia prima similar (agua, cebada malteada, lúpulo, levadura), pero lo que hace diferente a cada una de estas es el tiempo de cocción, la cantidad de ingredientes agregados, el lúpulo agregado y tiempo de fermentación.

Hablando un poco más de la planta de producción, ellos cuentan con equipos de alta tecnología y alto estándar internacional, en este punto es donde nos explican por qué ellos siguen siendo una cervecería artesanal, haciendo el énfasis que para ser cerveza artesanal no es obligatorio de que esta sea casera, entendiéndose como hecha en casa o más conocida como *homebrew* o *homemade*; siguiendo con el tema de la maquinaria con la que cuenta Apóstol y con el debido proceso que se debe de llevar para la elaboración de cervezas el primer elemento o utensilio utilizado es el molino o la molienda (ver imagen 8), aquí se trituran las maltas, para que cuando se vayan a cocinar en la caldera (ver imagen 9), estas logren liberar mucho más fácil los azúcares necesarios que se necesitan para elaborar las diferentes cervezas, ya después de esto entra la caldera de cocción de las maltas y el lúpulo:



Imagen 8 - La molienda, fotografía tomada por Juan Pablo León Ricardo.



Imagen 9 - La Caldera, fotografía tomada por Juan Pablo León Ricardo

Esta es muy importante para la elaboración de cervezas, porque es aquí donde se le liberan los azúcares a la malta por medio del calor implementado en este proceso, este tiene una duración promedio de 2 horas, ya que para cada tipo de cerveza se necesitan de tiempos distintos para sacar la cantidad de azúcar deseada para que

tengan así un sabor característico. Así mismo pasa cuando se va a lúpular, ya que hay distintos lúpulos para distintas características, como lúpulos de aroma, de amargor, de sabor, etc.

La siguiente fase y máquina es la de enfriamiento, se utiliza el resultado obtenido de la cocción (llamado en este mundo como mosto); este enfriamiento se debe de hacer para el proceso a seguir que se llama o denomina como la fermentación y para esto el mosto debe de estar a una temperatura no más de unos de 35 grados centígrados para que la levadura haga reacción con los azúcares y en un proceso de liberación de CO₂ estos azúcares a cabo de 1 semana se convierten en alcoholes convirtiendo el mosto en cerveza.

Luego, en estas mismas maquinarias (ver imagen 10), se deja alrededor de 1 mes madurando la cerveza, porque para ellos esta maduración le da más cuerpo, textura y más personalidad a la cerveza:



Imagen 10 – Fermentadoras, fotografía tomada por Juan Pablo León Ricardo.

De aquí empieza el penúltimo paso para terminar la producción entra en función el proceso de filtración de la cerveza, la cual deja a esta translúcida y clara,

exceptuando la cerveza tipo weizen (trigo), que esta es la única que debe de quedar turbia y sedimentada, para así conservar y hacer la experiencia de sabor mucho mejor. Y para finalizar entra en función la línea de embotellamiento y etiquetado, esta es totalmente automatizada, utilizando máquinas de última tecnología de la SBC italiana (ver imagen 11):



Imagen 11 – Embotelladora, fotografía tomada por Juan Pablo León Ricardo

Aparte de esto y comparando con la anterior visita, también los lugares de almacenamiento, la experiencia en Apóstol, fue gratificante, porque además de conocer el funcionamiento de una planta de producción de cerveza artesanal en “grandes” masas en Colombia, nos dimos cuenta que como ellos lo dicen, no es necesariamente artesanal la cerveza que es casera, la que solamente se hace con las manos; la hace artesanal el hecho que utilizar ingredientes de mejores estándares de calidad, cervezas con aromas, cervezas con cuerpos y texturas distintos, no obviando también los niveles de producción de hectolitros anuales, y siguiendo la ley de la pureza universal de la cerveza de 1516 dictada en la región

de Baviera, Alemania. Otro hallazgo muy importante que nos dejó la visita a Apóstol, es que la cultura cervecera en Medellín ha crecido en los últimos tiempos, dando así más cabida a la elaboración y consumo de cervezas artesanales tanto como las industriales, incrementado así los niveles y lugares donde se elaboran cervezas en este territorio. Y terminando con este, además de lo ya hablado, se aprendió el cómo catar y maridar diferentes tipos de cerveza con diferentes tipos de comida, dándonos cuales pueden ser las mejores combinaciones para resaltar sabores mientras nos empapamos más sobre la cultura cervecera.

4.2 Situación actual cervecera en Medellín

Festivales de cerveceros:

En la ciudad de Medellín, en los últimos años ha habido diversos festivales donde la cata de cervezas ha sido la protagonista, de estos festivales se destacan: Vive la Cerveza, La Toma Cervecera, Oktoberfest Artesanal, Oktoberfest por Club Colombia, Festival cervecero Artesanal del Norte, Torneo cervecero de las flores, Maridaje, entre otros. Cada uno de estos es realizado en diferentes épocas del año, con diferentes temáticas dependiendo la fecha del año en que sea realizado.

Vive La Cerveza: El 17 de marzo de 2018, se visitó dicho festival para detallar y degustar las diferentes cervezas que realizan las casas cerveceras de la ciudad y algunas del país. En este festival, hubo charlas donde explicaban cómo elaborar cervezas, charlas sobre los tipos de cervezas que se pueden encontrar el mercado, cuales son actualmente las cervezas más reconocidas y más apetecidas globalmente. Además, se realizaron diferentes eventos gastronómicos dónde se

pudo aprender a diferenciar sobre qué tipos de comidas eran buenas para acompañar con algún tipo de cerveza. Se aprendió a catar, oler y diferenciar por cada una de las casas cerveceras, las cuales explicaron cada una de sus cervezas en cuanto a ingredientes, elaboración, maduración y otros tipos de factores. El evento fue de agrado porque también tuvo temática del Día de San Patricio, haciendo honor a la cultura irlandesa, una insignia para la cultura de las maltas fermentadas. Aquí se pudo concluir que este tipo de influencia cervecera en nuestra ciudad si existe, está en auge, y en constante crecimiento, cada vez que hay un evento de esta magnitud, son más las personas que se acercan, y logran hacer parte de este mundo rico en tradición, experiencia y sabor.

Nuevas cervecerías en Medellín:

Cada vez hay más demanda en la ciudad, más personas se han envuelto en este mundo y prefieren tomar cerveza artesanal antes de cualquier otra cerveza, y no es gratuito que toda la influencia cervecera que ha surgido en los últimos años en la ciudad, para que hayan y se están generando cada vez más cervecerías en la ciudad, hoy en día, lo cual las cervecerías ya posicionadas no lo ven como algo malo, debido a que: primero, hacen incrementar el consumo de cerveza que beneficia tanto a las grandes productores como a las cervecerías que han surgido en los últimos años; segundo, porque estas pequeñas productoras se hacen conocer más, hacen que el público consumidor incremente y que por obvias razones la demanda crezca; tercero, las cervecerías ya posicionadas hacen de esto una oportunidad más para generar más ganancias, y por eso implementan cervezas mucho más premium, con ingredientes un poco mejores.

Hoy por hoy la ciudad cuenta con más de 40 cervecerías artesanales según Marco Arango, dueño de ProstBier, y cientos de personas que se dedican al “HomeBrew” más conocida como la elaboración casera. Según Marco Arango, dueño de ProstBier, negocio que se dedica a distribuir insumos para cervecería, en el transcurso de un año se pueden abrir más de 2 cervecerías de este tipo.

Estas son algunas de las principales cervecerías artesanales que encontramos en la ciudad, estas son algunas casas cerveceras más importantes, debido a que estas son las que más participación tienen en los distintos festivales cerveceros, son las cuales quieren que esta cultura termine de surgir y tenga la fuerza que debe de tener en una ciudad tan abierta a nuevas experiencias tanto culturales como gastronómicas (ver imagen 12):



Imagen 12 – Collage realizado por Daniel Velásquez Ospina con imágenes tomadas de www.biernes.co/cervezas

Influencia cervecera:

Cada empresa cervecera que hay en el mercado contribuye al crecimiento de la cultura cervecera, haciendo cursos, patrocinando eventos y haciendo catas (BBC, 3 cordilleras, Apóstol entre otros). Cada uno de estos eventos hace que las personas se interesen más por estos productos. Al final de cuentas, lo que todas las empresas quieren es que las personas (personas que toman cerveza por recreación u otros que lo hagan por adquirir conocimiento), tomen cada vez más cerveza, así sea de otra empresa, en algún momento se tomarán alguna de ellos.

Las catas cerveceras en empresas sirven para dar a conocer los productos de cada empresa, en ellos no se enseña a hacer la cerveza, se enseña a combinar esas cervezas con comidas. También en estas catas se crean recuerdos en las personas que van, lo que hace que quede un mejor reconocimiento de la marca en sus clientes.

Los eventos cerveceros crean experiencias en torno a este producto. Son eventos multisensoriales que despiertan el gusto de las personas. Con ellos, las empresas quieren que las personas tengan mejores recuerdos de sus sabores y creen recuerdos positivos sobre sus cervezas.

Los cursos de elaboración de cerveza son los eventos que más crean una cultura cervecera. Con ellos las personas (15 personas por clase) toman más conciencia de todo el proceso que requiere la elaboración de cervezas. Y gracias a esta concientización las personas buscan más cervezas artesanales y están dispuestas

a pagar un poco más por estas. También impulsa a las personas a crear su propia empresa de cervecería artesanal y expandir el mundo cervecero de Medellín.

Gracias a todos estos eventos, que se han ido haciendo a lo largo del tiempo, la creación de una cultura cervecera en Medellín ha sido posible. Todas las empresas han ido contribuyendo un poco con este factor indispensable para esta industria. Así esta cultura cervecera no sea tan marcada, si existe y cada vez crece más.

5. Conclusiones

1. Se identificó que los factores que incurrieron para la creación de la cultura cervecera en Medellín son de carácter cultural debido a que en la ciudad se han venido presentando con más frecuencia festivales cerveceros como lo son “Vive la cerveza”, “La toma cervecera”, “Oktoberfest Club Colombia”, “Oktoberfest artesanal”, entre otros. En cuanto a lo social las cervecerías artesanales han generado una influencia entre las personas, haciendo catas con todo su portafolio, en sus propias plantas de producción así fidelizando a los usuarios con sus marcas. Por último, está el factor económico, que trata sobre el surgimiento de nuevas cervecerías creando oportunidades para que persistan en el mercado.

2. En el mercado de Medellín se pueden diferenciar tres tipos de cervecerías: industriales, artesanales industrializadas y artesanales. Además, se evidenció una cuarta cervecería que ha ido creciendo, y es así como las artesanales llegan a posicionarse en el mercado. En cuanto a elaboración estos tipos de cervecería solo se diferencian por la tecnología utilizada en cada paso del proceso, lo que conlleva

a que las cerveceras industrializadas tengan un volumen de producción mayor frente a los demás tipos de cervecerías. para la HomeBrew se estima que es hasta 50 hectolitros, las artesanales de 1000 hasta 8000 hectolitros y las industrializadas desde 8000 hectolitros en adelante.

3. Los procesos para la elaboración de las cervezas son: molienda del grano, cocción, fermentación, maduración, filtrado y embotellado; los cuales no cambian muchos en sus métodos de producción, lo que cambia es el volumen de esta y por lo tanto las herramientas utilizadas; por esto un proyecto homebrew es un negocio rentable gracias ya que se logra una gran producción, (siendo está a baja escala) comparando la tecnología de las herramientas utilizadas y la poca materia prima necesaria.

4. Uno de los factores principales para la incursión de una cultura cervecera fue el apoyo de las grandes marcas con la incursión en eventos en la ciudad. Por parte de las cervecerías artesanales, la experimentación con nuevos sabores y aromas han llevado a ampliar el portafolio de productos no solo de ellos como marca, sino de todo el mercado. Cabe señalar que esto crea una relación simbiótica entre las marcas que hacen parte de este mundo, esto quiere decir que es beneficioso para las demás cervecerías el surgimiento de otras, porque ayudan a las personas a degustar nuevas experiencias y estar en busca de nuevas.

6. Bibliografía

- Bejarano, J. (1950). La derrota de un vicio. Bogotá. Editorial IQUEIMA.
- Caracol Radio. (2018). Con IVA, Colombia tendría la cerveza con más impuestos del mundo. Recuperado de https://www.google.com/amp/caracol.com.co/radio/2018/11/23/nacional/1542979849_171829.amp.html
- Cervecería Unión (1902). Bodas de oro. Medellín. Cervecería Unión.
- Cervezas Ambar. (2016). La cerveza inventaron ellas. “recuperado de <https://ambar.com/noticias/cultura-cervecera/la-cerveza-la-inventaron-ellas/>
- Cordero, L. (2013). Guarapo: la bebida del pueblo colombiano. Universidad de Antioquia, Medellín Colombia.
- El Espectador. (2018). Colombia, el tercer país que más toma cerveza en la región. Recuperado de <https://www.elespectador.com/economia/colombia-el-tercer-pais-que-mas-toma-cerveza-en-la-region-articulo-818769>
- Grupo de historia Empresarial Eafit. López, J. Barreto, P. Gonzáles, N. Londoño, D, León, K. Lezcano, L. Marulanda, F. Ramírez, S. Álvarez, V. Álvarez, J. Campuzano, J. Jurado, J. Molina, J. Suárez, J. Aristizábal, C. (2013). Fuentes documentales para la Historia Empresarial Tomo 2. Medellín. Fondo Editorial Universidad Eafit.
- Llano, M. & Campuzano, M. (1994). La chicha, una bebida fermentada a través de la historia. Bogotá. Editorial Cerec.
- Olozaga, G. (1919). *Chichismo pelagra*. Bogotá. Editorial IQUEIMA.
- Plano, R. (2011). La industria cervecera en Colombia. “recuperado de <http://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-260/la-industria-cervecera-en-colombia>.
- Portafolio. (2018). Un millón de pesos gasta un colombiano en promedio en cerveza al año. Recuperado de <https://www.portafolio.co/tendencias/un-millon-de-pesos-gasta-un-colombiano-en-promedio-en-cerveza-al-ano-519744>
- Quintero, Rafael. (2019). Así pasó la chicha de ser un ‘veneno embrutecedor’ a bebida turística. “recuperado de <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/historia-de-la-chicha-en-colombia-331180>
- Toro, D. (2016). Introduciendo a Bartending Colombia una experiencia artesanal. Universidad Pontificia Javeriana. Bogotá.

Anexos

1. Fichas Teóricas:

Cultura cervecera en la ciudad de Medellín	
Autor	
Título	
Año	
Ciudad, País	
Palabras claves	
Resumen de Contenido	
Contenido	
Citas	
Referencias	
Realizó	
FOTO DE PORTADA	

2. Protocolo de entrevistas:

- ¿Cómo fue el inicio de Apóstol?
- ¿Por qué se consideran o por qué son una cervecería artesanal?
- ¿Cómo fue meterse a un mercado totalmente industrializado?
- ¿Y cómo se ha mantenido en este?
- ¿Qué enfoque tiene la empresa?
- ¿Cómo se mantiene Apóstol dentro el ámbito artesanal?
- ¿Cómo ha sido el crecimiento desde el comienzo?
- ¿Cómo planea Apóstol el incentivar a una cultura cervecera en Medellín?
- ¿Cómo le llega Apóstol a su público?
- ¿Cómo hace apóstol para llegarle a un nuevo público?
- ¿Cuál es el portafolio de productos?
- ¿Han llegado a sacar productos por temporadas?
- ¿Por qué se diferencia Apóstol de las demás cervecerías?
- ¿Cómo se mantienen en el margen de la cerveza no industrializada

3. Fichas de Análisis de entrevistas con resultados:

Tránsito de la chicha a la cerveza	Entrevista elaborada por:
------------------------------------	---------------------------

Ficha de análisis #1	Cervecería:	
Preguntas	Hallazgo	Análisis de las respuestas

4. Fichas de Pietaje:

Ficha de pietaje Audio # 1	Cervecería:	
Entrevistado:	Palabras clave	Minuto

5. Fichas de análisis iconográfico:

Análisis iconográfico Tránsito de la chicha a la cerveza		Registro elaborado por:
Imagen #	Cervecería:	
Nombre imagen	Análisis	