



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

## El Tequila como emblema social y patrimonio cultural de México

Elaborado por: Melanie Daniela Pemberti

*El Tequila como símbolo de lo mexicano se convierte en patrimonio.*

*(Dr. Mauricio Pilatowsky Braverman , 2012)*

El presente ensayo tiene como finalidad reflexionar sobre el papel del tequila a medida de la cultura mexicana que define como símbolo y patrimonio; al respecto se destacó la perspectiva histórica, cultural y económica que tiene México como país y los factores diferenciadores que hacen de este licor el orgullo nacional y aspectos constitutivo en el desarrollo económico y como ha venido teniendo un crecimiento y una expansión en el consumo, también de como aporta al turismo y la parte social de México ante el mundo.

**Palabras Claves:** Tequila, agave, México, consumo, social, tradición, símbolo patrimonio, marketing experiencial.

Ciudad de México es una de las principales capitales del mundo, donde el tequila como bebida destilada surge en el siglo XVI como resultado de combinar una materia prima

auténtica americana con un proceso de producción europeo. Por esta razón, el tequila puede considerarse símbolo del encuentro de las dos culturas. (Cabrales Luis Felipe Y González Lucia, 2008). Esta bebida, representa gran participación del mercado y consumo en el país, originalmente proviene de la región de Tequila, ubicada en el Estado de Jalisco, Nayarit, Tamaulipas, Guanajuato y Michoacán, utilizada el “agave tequilana weber” para la elaboración del Tequila, según lo establecido por el Consejo Regulador de la Denominación De Origen Tequila. (Denis Román Moncada, 2016). Su elaboración se realiza a partir de una variedad particular de agave, a la que se conoce como tequila Weber de variedad azul, ya que es una planta endémica del país.

El objetivo es plasmar una reflexión sobre esta bebida como algo simbólico en la medida cultural que definen la mexicanidad al respecto del tequila, desde lo observado y la perspectiva personal en la Ciudad de México.

La experiencia, análisis e investigación del proyecto me enfocó en lugares visitados como lo son el museo del tequila, en licorerías donde tenían conocimiento de este licor, guías que nos acompañaban y en las pirámides de Teotihuacan donde pude observar y tocar la planta maguey y probar el tequila mezcal, allí donde surge esta bebida y sus múltiples beneficios.

Los beneficios que pude observar es que el tequila favorece como imagen a México de lo simbólico, que representa una gran experiencia e investigación del producto y la gran variedad que hay, también ver de como por medio de un producto se puede llegar a las emociones y recordar (marketing emocional y experiencial). Este producto que se ofrece al consumidor es una experiencia de consumo única, estableciendo una vinculación con el

producto, basada en las emociones, sentimientos o pensamientos, entre otros aspectos, que despierta el producto en el consumidor. (Hosany y Witman, 2010; Tsiotsou y Ratten, 2010)

Inicialmente se denominó al tequila como “vino mezcal”, posteriormente “vino de mezcal de tequila” hasta derivar en sólo Tequila – nombre de uno de los cuatro municipios de origen, como actualmente se le conoce (Cabrales y Gonzáles, 2008). Por otra parte el tequila es una bebida que se obtiene de una planta llamada maguey y que fundamentalmente proviene y se elabora en Jalisco; la hoja de esta planta tiene múltiple funcionalidad como prendas de vestir, papel, fabricar agujas, punzones, alfileres y clavos, realizar buenas cuerdas, además de utilizarse las pencas secas como combustible, sus cenizas se usaban como jabón y anteriormente sus hojas más grandes les quitaban las espinas y quedaban como cunas para los bebés por eso era considerado como algo mágico y sagrado la cual era respetado por sus antiguos pobladores (Consejo Regular del Tequila, 2012).

Con base en lo anterior el objetivo principal de este ensayo está enfocado a reflexionar sobre el aporte del tequila, a la cultura mexicana, en términos de sus tradiciones, el desarrollo social y económico del país ante el mundo.

Al respecto de lo anterior, es importante destacar que, en el caso de México, el tequila es una bebida etílica tradicional originaria de una región del país, y forma parte de la identidad sociocultural nacional, regional y local. Es considerado un producto étnico y de la nostalgia mexicana (Olmedo, 2006), asociado con mariachis, fuertes sabores gastronómicos, folklore y grandes festejos mexicanos (Olmedo, 2014).

En línea con lo anterior, el tequila como símbolo nacional, se construyó como identidad nacional en el periodo de auge del cine mexicano (CRT, 2012; Cabrales y González, 2008; Rodríguez, 2007), cuando la industria cinematográfica local se vio favorecida por la crisis del cine norteamericano, generada por la Segunda Guerra Mundial (Braverman, 2012). Así en ese orden de ideas y desde su proceso histórico se presenta en todas las categorías socioeconómicas posibles y, por ende, se hace imperativo considerar a los actores sociales, el consumo como proceso cultural de alienación y dominación (Alonso, 2005).

En la base del tequila, está el *pulque*, bebida ancestral mexicana, se dice que fue descubierta en el año 1.340 por un noble llamado Papamtzi, hoy existen estudios médicos, hechos por el doctor Cravioto, que aseguran que, como el vino, un vaso de pulque al día es un gran preventivo contra el infarto, además de que tiene altas cualidades alimenticias (Yarza, 2008).

La corona española quiso reglamentar su consumo, por lo que los habitantes jesuitas empezaron a producirlo en grandes cantidades. En la actualidad lo que antes se conocía como *pulque*, hoy se le otorga el honor al tequila, al constituirse en el 75 por ciento de la producción nacional, tipo exportación (en alrededor de 120 países del mundo).

En México, El paisaje agavero como símbolo de lo mexicano, se ha convertido en patrimonio de la humanidad y del resto de continente dándole importancia a la bebida del tequila desde las antiguas haciendas industriales de Tequila, se ha convertido en rutas turísticas y en un patrimonio de la Organización Mundial para la educación, la ciencia y la cultura para generar crecimiento económico y bienestar social. Una de las empresas que ha sobrevivido hasta la fecha y aportado un crecimiento económico es José Cuervo y paso a

ser “una de las memorias más antiguas de México” y “símbolo de la identidad nacional”(Terreros, 2010: 88; Cuervo, 2007). Ya que se da a conocer como una denominación de origen y se convierte en un término simbólico e importante en el territorio mexicano.

Posteriormente de que el tequila se convirtió en un emblema social y representativo de la cultura mexicana se establece al turismo como una actividad prioritaria y una de las actividades económicas de mayor crecimiento en esta región, esta importancia hace que le genere ingresos, empleo, aporta divisas y favorece a las actividades económicas asociadas con base en cifras de la Secretaría de Turismo. (Manzo, 2011). Enseguida UNESCO declara al Paisaje Agavero como patrimonio de la humanidad en la categoría de paisaje cultural y como un elemento importante en la identidad de la nacionalidad mexicana. (UNESCO, 2006)

Hoy por hoy, en el caso de México, la industrial del tequila está en crecimiento, el licor es cada vez más reconocida a nivel mundial y es la primera bebida mexicana en obtener la denominación de origen hace ya 33 años y probablemente una de las industrias de mayor tradición nacional, México se bebe el 40% del llamado “licor de los dioses”, con un consumo anual de litro y medio. El tequila sólo es tequila si se fabrica exclusivamente con agave azul Tequilana Weber plantado en la zona con denominación de origen, que comprende 182 municipios de 5 estados mexicanos. (Ávila Zesatti Cristina (2007).

La cadena productiva agave-tequila en Jalisco genera alrededor de 60 mil empleos directos y es sustento de más de 30 mil familias que participan a lo largo de toda la cadena. (GEORGINA NAVARRETE, 2015) En la actualidad el Tequila y la industria que lo

respalda es un orgullo de México y un ejemplo de profesionalismo y modernidad. La producción, con la más moderna tecnología disponible. Existen 68 empresas afiliadas a esta Cámara, que producen millones de litros de Tequila con una óptima calidad, a través de combinar sabiamente los métodos (Dr. Mauricio Pilatowsky Braverman, 2012). El tequila es considerado la bebida nacional por excelencia y es producido hoy por 160 empresas de diferentes tamaños y tradiciones, todas verificadas y certificadas por el CRT órgano encargado de promover la calidad, cultura y prestigio del tequila, así como de hacer valer la denominación de origen de la bebida en todo el mundo y combatir la piratería (GEORGINA NAVARRET, 2015).

El tequila hoy en su parte social, los consumidores se construyen de la alta cultura entre los grupos dominantes de México y del mundo. Así, hoy el tequila es parte de un estatus y clase de los grupos de poder. Esta bebida es una de las formas culturales que se identifica como parte de la mexicanidad dentro y fuera del país. (Alfaro, 1999)

Para finalizar, puedo concluir basándome en las investigaciones, experiencias, hallazgos de este licor es que es simbólico, emblemático y representa culturalmente, gastronómicamente a todo el territorio mexicano.

El tequila como bebida hoy en día hace parte de la cultura mexicana y que ha sido un factor de desarrollo de la cultura, tanto por su trascendencia histórica como a nivel tradicional y que hace parte de los hábitos de consumo de los diferentes pueblos de México. Hoy en día es un producto emblemático y simbólico de México ya que es reconocido y preferido a nivel mundial y que, por tal motivo, sus consumidores tienen diferentes perfiles y no radican única y exclusivamente en México.

Los valores culturales asociados a la producción, como la relación del tequila con el charro y el mariachi, elementos de identidad y de la imagen del mexicano en el exterior, es otro de los temas que se debe destacar de dicho producto y que por tal motivo, forma parte de la identidad sociocultural nacional regional y local, que demuestra una de las tantas cosas a destacar de México, aquellos beneficios para el desarrollo de la ciudad, desde la parte cultural y turística, es decir, de los paisajes agaveros y las antiguas haciendas industriales del Tequila y que fomentan los ingresos, empleo y favorece al crecimiento y bienestar del país.

La experiencia que pase en Ciudad de México de aprender de su cultura ante un producto que es simbólico, su hábito de consumo y un estilo de vida, me ha provocado emociones y estímulos sensoriales en mi decisión de conectar con este producto y país y provocados de un modo creativo y viviendo el marketing experiencial.

“El Tequila es Orgullo de México y un regalo para el mundo.”

(Cabrales Luis Felipe y González Lucía, 2008)

## Referencias

Noemi Martinez Largo. (2002). *Los pueblos más bellos de México*. México: Limusa, 23-27

Marcelo Yarza. (noviembre, 2008). *101 rumores y secretos en la historia de Mexico*.p, 170 - 172

Zygmunt Bauman. (2007). *Vida de consumo*. castellano: fondo de cultura economica

Jean Baudrillard. (1968). *El sistema de los objetos*. Paris: Éditions Gallimard.

Luis Enrique Alonso Benito. (2005). *La era del consumo*. Ed Siglo XXI. Madrid, 2005

Bernardo Olmedo Carranza. (2014). *TEQUILA: ORIGEN, ATRIBUTOS Y PATRIMONIO CULTURAL EN RIESGO*. México, Distrito Federal: Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México

Alfaro Alfonso, Laura Esquivel, Efraín Huerta et al (1994) *El Tequila, arte tradicional de México*. Núm 27. México. Artes de México. 112 págs.

Denis Roman Moncada. (octubre 2016). *TEQUILA, BEBIDA EMBLEMÁTICA*. México: Asociacion madrigueña de sumilleres.

I Siglo - Cía. Editora de la Laguna S.A. de C.V. (2018). *El siglo de correón*. Torreón Coah. México:

GASTRONOMIA Y CULTURA MUNDIAL. (2013). *El Tequila: historia y tradición de México*. puerto Vallarta

GEORGINA NAVARRETE. (06. febrero. 2015). *El tequila, símbolo de la economía jalisciense*. Milenio.

Dr. Mauricio Pilatowsky Braverman. (3 mayo 2012). *México Posrevolucionario*. Mexico: Fantastico S.A.

Ávila Zesatti Cristina (2007) "*El Tequila... una historia de telenovela*" en: Revista Expansión. Viernes, 07 de septiembre de 2007

Cabrales Luis Felipe y González Lucía (2008). "*Tequila, territorio y turismo*" en: Homenaje a Joaquín Bosque Maurel. Madrid. Real Sociedad Geográfica.

Cámara Nacional de la Industria Tequilera (CNIT) (2012)

Dirección General de Normas (2006). *Norma oficial Mexicana NOM-006-SCFI-2005*, Consultada el 11 de abril de 2012.

Mexico gobierno de la republica. (2018). *Tequila, la bebida mexicana favorita del mundo*.

Alfaro, Alfonso (1999). "El tequila y sus signos: elogio del hidalgo campirano", el tequila, arte tradicional de México, colección Artes de México, núm. 27, México, México.