

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

“Del estigma a la dignidad de ser jicarero de neuhtle. Una genealogía sobre el oficio de mantener viva y con aura la tradición del pulque en Xochimilco, ahora que las mujeres también somos jicareras”

TRABAJO RECEPCIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTAN:

**ESTEFANÍE LABASTIDA ARMAS
JOSÉ UBALDO ROJAS LIMA**

DIRECTORA

Dra. Janik Amarela Varela Huerta

Ciudad de México, mayo de 2019

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimientos

El presente trabajo de investigación lo dedicamos a nuestra familia y a todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Agradecemos también a los conflictos entre las dos partes, estas escenas y pasajes ríspidos significaron una palanca de oportunidad para rehacernos y construir nuevos discursos, mismos que a la larga nos sirvió de estímulo para retomar el camino.

Por otra parte, agradecemos a los docentes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, quienes nos apoyaron en cada paso durante la carrera, además de la dedicación, paciencia y pasión en cada aspecto académico.

Reconocemos a la Dra. Amarela Varela por guiar esta investigación y formar parte de otro objetivo alcanzado, sus consejos y exigencias nos motivaron para explotar al máximo nuestro trabajo.

Externamos el apoyo brindado por los entrevistados que nos prestaron su tiempo y abrieron su baúl personal de recuerdos para colaborar en el armado de este trabajo, en este mismo renglón agradecemos a los espacios, a la misma bebida del pulque, porque fue el pretexto de toda esta aventura.

INDICE

Dedicatoria	Pág. 1
Introducción	Pág. 3-7
Artesanía metodológica.	Pág. 8-21
Andamiaje teórico.	Pág. 22-36
Capítulo I	El pulque en la historia. Pág. 37-43
Capítulo II	Genealogía Pág. 44-69
Capítulo III	Industrias Culturales Pág. 69-104 El pulque enlatado. Pág. 77-78 Gentrificación 78-80 Hegemonía 80-82 Fuerza pública 82-85 Medios de comunicación 86-88 Producción 99-91 Pulque Gourmet 91-104
Capítulo IV	La mujer y el hombre en la cultura pulquera Pág. 105-139 La mujer en la cultura del pulque 105-133 Masculinidad 112-115 Espacios 115-117 Neopulquerías 117-120 Los Toreos de pulque 120-124 Prácticas culturales 124-127 Consumo 128-133
Capítulo V	Valor de uso Pág. 134-160 Valor de uso del pulque Pág. 135-139 Función social del pulque 139-143 Aura 144-147 Pérdida del Aura 148-156 Tramas comunitarias 157-160
Conclusiones de la tesis	Pág. 161-163
Líneas de fuga.	Pág. 164-165
Fuentes bibliográficas	Pág. 166-174
Anexos (Glosario, entrevistas, diarios de campo)	Pág. 175.213

Introducción.

Esta tesis tiene como principal objetivo analizar, comprender y explicar los cambios en las prácticas culturales y patrones de uso (producción, distribución y consumo) del pulque en pulquerías y toleos de la delegación Xochimilco.

Con este trabajo también buscamos señalar aquellas relaciones y cambios que existen entorno a la cultura del pulque en Xochimilco.

Esta investigación muestra cómo se ha ido modificando el sentido y significado del pulque a lo largo del tiempo, debido al contexto y reestructuración de las prácticas culturales. Un ejercicio que basamos, sobre todo, en la apuesta por tejer la genealogía de una familia intermediaria que se dedica a la venta y curación del pulque en toleos y pulquerías que ha presenciado la transformación de lo que significó el pulque desde su auge, decadencia, hasta el impulso actual que se ha dado desde los nuevos espacios y medios.

Nos planteamos esta investigación partiendo de la utilidad social de estudiar el escenario actual del pulque porque partimos de la apuesta de mostrar los espacios poco reconocidos en donde siguen vigentes las prácticas culturales de producción y consumo del pulque. Nos referimos específicamente a los “toleos”¹, lugares de resistencia y permanencia de una cultura viva, la del pulque, además de señalar las principales mutaciones que han tenido los escenarios donde se reproduce el pulque.

¹ El toleo es un espacio diferente de las pulquerías tradicionales. Siendo estos espacios móviles, sin un permiso de las autoridades de la Ciudad, pero que, por volumen y diversidad, nos atrevemos a considerar una especie de “movimiento colectivo por el pulque”.

Son puestos ambulantes, chozas en parajes, la señora de los cocolos que vende pulque en el mercado, una mesa ubicada en el zaguán de una casa, chalupas en los canales de Xochimilco, triciclos y diablitos deambulando que se dedican exclusivamente a la venta de pulque de manera clandestina.

Este trabajo se centra en estudiar el efecto y transformaciones que ha tenido el campo semántico en el que se desenvuelve la cultura del pulque, así como de mencionar elementos que componen esta práctica donde la comunidad y el medio hacen posible que siga vigente hasta nuestros días. Esta Investigación comenzó a raíz del interés que nos despertó indagar el proceso y los factores que intervienen en los cambios de las prácticas culturales dentro de los toreo de pulque y pulquerías en Xochimilco. El deseo por conocer más a fondo esta cultura la mezclamos con el gusto y empatía que nos genera el tema del pulque, es por esto que decidimos exponer el cambio en las prácticas culturales y los nuevos usos que rodean al pulque y a los establecimientos donde se produce, distribuye y consume.

Ahora bien, las razones por las cuales elaboramos esta tesis radican en nuestro aprecio y afinidad por la cultura popular y los espacios en la Ciudad de México. Consideramos de suma importancia analizar los escenarios, los sujetos, circunstancias y la permanencia de las tradiciones.

Desde nuestra investigación partimos de la intención de usar el campo de los estudios culturales y la mirada crítica propuesta por los pensadores de la Escuela de Frankfurt, para interpretar nuestro trabajo de campo y así responder a las inquietudes de investigación que sostuvieron el proceso de investigación que hoy presentamos en esta tesis.

En otro rubro, el aporte social con el que elaboramos esta tesis se encamina en una nueva mirada a los espacios donde se generan prácticas culturales pulqueras, en este caso las pulquerías y toreo de pulque definidos como estandartes de la cultura urbana dentro del territorio urbano. Alrededor de la

investigación llevada a cabo priorizamos concentrarnos en las prácticas culturales y el entramado que mantiene vigente al pulque.

Desde la definición del concepto de pulque la palabra *neuhli* en azteca significa pulque o bebida que proviene del maguey² y los factores internos y externos que lo rodean, mismos que originan cambios dentro de esta cultura, canjes que consideramos se ven reflejados en el valor de uso del pulque, producción, distribución y consumo.

Para obtener más elementos que sostuvieran nuestras hipótesis realizamos una etnografía genealógica a tres integrantes de familia de pulqueros, estos sujetos pertenecen a una estirpe de jicareros que han estado del lado de la producción, distribución y el consumo del pulque en Xochimilco. Además de ello decimos incluir una entrevista a una mujer que se dedicara a la producción y distribución de pulque, ya que consideramos pertinente hacer énfasis en cómo la mujer se encuentra involucrada dentro de la cultura del pulque.

Nuestra pregunta de investigación es: ¿Cuáles son los cambios en las prácticas culturales y patrones de uso (producción, distribución y consumo) del pulque en pulquerías y toleos de la delegación Xochimilco?

Consideramos que el pulque es el objeto que sirve para conectar nuestro pasado prehispánico con nuestro presente, para sostener este argumento consideramos tomar las vivencias de los jicareros, ya que ellos arribaron a la escena pulquera en distintas épocas.

Es por esto que señalamos como hipótesis de este trabajo que con el paso del tiempo estos espacios atraviesan por un proceso de mutación física y culturalmente, planteamos que los cambios que suceden en estos territorios

² El pulque, Revista Cultural, UAM 1997, http://www.destiempos.com/n6/pilarmaynez_n6.htm consultado el 15 de noviembre de 2018

han sido encaminados por distintos factores. Para argumentar esto señalamos que los factores externos e internos colaboraron directamente para que las prácticas culturales y valor de uso del pulque mutaran hasta llegar a un punto donde cada generación resignifica la cultura del pulque de acuerdo a su contexto.

El Objetivo general de esta tesis es analizar, comprender y explicar los cambios en las prácticas culturales y patrones de uso (producción, distribución y consumo) del pulque en pulquerías y toleos de la Delegación Xochimilco. Para conseguir este objetivo general, delimitamos unos objetivos particulares.

Objetivos particulares.

- Analizar la actualidad de la producción de pulque en la delegación Xochimilco.
- Explicar cómo surgen los toleos destinados a la venta producción distribución y consumo del pulque.
- Descubrir el uso actual que se le asigna al pulque
- Explorar las causas que determinan los cambios en el uso social de las pulquerías y los toleos de pulque.
- Comprender de qué manera la industria cultural (venta de cerveza en las pulquerías, el pulque gourmet, el alcohol de baja calidad, la ley seca) ha intervenido dentro de la escena pulquera.

Cabe mencionar que nuestros objetivos particulares no tienen un orden jerárquico predeterminado debido a que son abordados por distintas categorías.

Partimos de reconocer como expertos en el tema a los propios jicareros entrevistados. “El jicarero o pulquero somos los que curamos, preparamos y despachamos el pulque, es un oficio que se aprende con los años, hoy en día

ya quedan muy pocos en Xochimilco". (Entrevista con Jorge Lima Rueda, junio 2018)

Los testimonios de estos productores nos llevan de la mano para explicar cómo surgen los toleos destinados a la producción, distribución y consumo del pulque. Una vez abordado este tema nos enfocamos en explorar las causas que determinan los cambios en el uso social de las pulquerías y los toleos de pulque, con la finalidad de saber a qué se debe la continuidad de esta bebida en el gusto de los consumidores.

Ya descritas las preguntas, hipótesis y objetivos de la investigación, es preciso mencionar a los sujetos que nos confiaron su memoria, el cual no sirve como material para este análisis.

En primera instancia vamos a mencionar al Señor Antonio Lima Vergara, con 88 años de edad, 68 años de experiencia la cual la ha desbordado en toleos y pulquerías desde el año de 1950 hasta el 2013.

Jorge Lima Rueda con 57 años de edad y 43 de experiencia trabajando en pulquerías y toleos de pulque de desde 1975.

Nuestro tercer sujeto entrevistado es Ubaldo Rojas Lima con 37 años de edad y 10 años de experiencia dentro de la cultura pulquera.³

Finalmente, como parte esencial del papel de la mujer decidimos entrevistar a Zaira Cruz Rodríguez quien tiene dos años de experiencia curando pulques e introduciéndose dentro de la venta del pulque.

³ Es importante recalcar que este tercer testimonio, al ser de autoría de uno de los dos tesisistas que firmamos esta tesis, responde a un ejercicio de conocimiento situado, partió de la elaboración de una autoetnografía y fue completado con una entrevista en profundidad realizada por Estefania, la otra coautora de esta tesis.

Artesanía metodológica.

Nuestra tesis se aborda en un ámbito social con actores en constante movimiento. Por eso nos basamos en la metodología cualitativa como estrategia metodológica, que parte de analizar a profundidad los actores, escenarios y cambios en el ámbito de nuestra investigación.

Es necesario mencionar que esta tesis está narrada en tercera persona del plural, por lo cual en la parte que se hace alusión a uno de los miembros que conforman esta investigación, nos referimos en tercera persona con el fin de que sea una lectura narrativa que el lector pueda entender. Así mismo en la cuestión de entrevista y análisis es que referimos una narración referente a tercera persona.

Decidimos aplicar este método debido a que nos permite realizar aproximaciones a los productores, consumidores y a las pulquerías y toreos de pulque, donde la materia prima son los testimonios, vivencias, anécdotas y significaciones que nos mencionan los integrantes de esta estirpe de jicareros.

Smith, M.L. (1987) señala que la metodología cualitativa parte de la interpretación de los hechos y escenarios desde la mirada del actor, esto con el fin de comprender y entender el contexto en donde se sitúa.

Por otra parte, esta metodología nos permite establecer un nexo con el escenario donde los entrevistados se desenvuelven, es decir, las herramientas de este método apremian el trabajo en campo, en nuestro caso fue de suma importancia estar presente en las pulquerías y toreos de pulque para empaparnos de todas las prácticas culturales que en ellos se desbordan.

A través de la metodología cualitativa el investigador parte de un conocimiento directo tanto del escenario, así como de sus actores, por lo que no solo se basa

en definiciones, estadísticas, o datos, va más allá de ello buscando la realidad desde un punto de vista anclado en los sujetos de la escena que se analiza.

Desde este enfoque nos permitió realizar un análisis a los hechos y elementos recuperados de la voz de los pulqueros que entrevistamos, de esta manera realizamos una reconstrucción de la realidad que ellos nos mencionan.

Para Taylor, S.J. y Bogdán R. (1986) los actores dentro de la investigación conforman parte de un todo, en el cual es necesario explicar parte por parte, por ello, las personas no son pensadas como variables, sino como sujetos desde su pasado.

Desde esta definición planteamos a nuestros entrevistados no como meros sujetos que conforman una parte de la investigación, sino que pensamos que son parte fundamental desde el punto de vista en donde nos comparte su vida, trabajo, experiencia, anécdotas, posturas y distintas aristas que nos ayudan a pensar más allá de lo que se encuentra a simple vista.

Consideramos más que oportuno aprovechar las herramientas que nos provee la metodología cualitativa, estas son la investigación militante, la etnografía, la observación participante y la entrevista a profundidad.

Investigación militante.

En el tema de las herramientas cualitativas que utilizamos para resolver nuestra pregunta de investigación pensamos pertinente la utilización de la investigación por militancia, ya que esta técnica nos acerca a los fundamentos extraídos desde el interior del fenómeno y así generar nuevos conocimientos sobre el tema. (Colectivo Situaciones en VVAA; 2004: 68.).

A partir de este enfoque nos permite un acercamiento más horizontal con los integrantes de la familia de pulqueros, además de nuestra entrevistada y las personas involucradas dentro de la observación participante, ya que los significados y las lecturas que ellos le atribuyen a la cultura pulquera desde su perspectiva nos ayudan a mirar esta cultura de una forma horizontal en donde veamos desde su mirada.

Cabe mencionar que esta tesis se encuentra compuesta por dos polos, Estefanie inmersa en el mundo del consumo de pulque y constante visitante de pulquerías de la Ciudad de México y por otro lado Ubaldo con la profesión de jicarero dentro del ámbito de la producción y distribución del pulque en Xochimilco, es por esto que contemplamos importante sustentar nuestra tesis con las vivencias propias.

Esta técnica de investigación nos ubica en el escenario de las pulquerías y los toleos de pulque, y de esta manera abona una visión compleja e íntima del objeto de estudio.

De esta investigación aplicamos el rigor que conlleva la indagación de un fenómeno social y lo aplicamos a la escena pulquera que nos atañe, y por el lado de la militancia nos comprometemos como consumidoras y productoras a realizar un análisis a las prácticas culturales, valor de uso y la función social que conocemos del pulque, de igual manera nos enfocamos en realizar un ejercicio crítico desde el interior esta cultura popular.

La investigación por militancia permite dialogar con mayor profundidad y libertad con nuestro objeto de investigación debido a que esta nos otorga la pauta para tomar en cuenta la experiencia personal y las vivencias de los

sujetos que integran el fenómeno que nos compete investigar. (Colectivo Situaciones, en VVAA: 2004: 68.).

Desde esta mirada podemos actualizar el conocimiento que se tiene de las prácticas culturales en torno al valor de uso del pulque.

Dentro de la investigación por militancia podemos encontrar la coinvestigación, que nos instala dentro del fenómeno para comprender la dinámica que se gesta en el interior, por consiguiente, es idónea para construir conocimiento y comprender la realidad social para posteriormente crear nuevas hipótesis.

A través de una experiencia directa sobre la producción, distribución y el consumo nos permite obtener un punto más certero y apegado a la realidad social del tema que nos ocupa abordar y comprender.

Etnografía.

Para acercarnos a las pulquerías y observar las prácticas culturales que reproducen los productores y consumidores nos dimos a la tarea de visitar las pulquerías vigentes en Xochimilco y toleos de pulque en distintas horas y días aleatorios, con la finalidad de aproximarnos a los rituales y los elementos que permean en los espacios destinados para distribuir y consumir pulque.

Esta técnica es una de las herramientas que integran a la metodología cualitativa, la cual lleva por nombre "Etnografía". Entendida como un acercamiento a las interacciones de una población y los aspectos seleccionados, como sus vidas rutinarias, notables y rituales unos con otros.

Desde este punto consideramos hablar del significado y sentido que dan los productores al pulque y consumidores en la distribución y consumo, inquirimos señalar los aspectos más importantes de los sujetos y los escenarios en donde

participan, ya que reflejan la reproducción de prácticas y costumbres relevantes que nutren nuestra investigación.

El método etnográfico involucra un proceso de análisis tanto descriptivo como interpretativo de los sujetos a los cuales observamos, nuestra investigación radicará en el campo de pulquerías y toleos de Xochimilco, particularmente en un análisis diferencial de tres generaciones de pulqueros en una familia, además de consumidores.

La etnografía busca la comprensión de los fenómenos sociales desde el punto de vista de aquellos sujetos que la integran (Guber R: 2001 p: 23).

Por consiguiente, consideramos que la etnografía permite recopilar datos sin tener un orden específico, de esta manera podemos interpretar el comportamiento de nuestros sujetos de estudio en el terreno donde se desenvuelven involucrando distintos aspectos contados de una forma lógica que de sentido a nuestra principal inquietud en esta tesis.

Como lo menciona Mora Nawrath HI. (2010, p: 11), la etnografía es útil para interpretar el objeto y sujetos de estudio para recabar datos y comportamientos que nos llevaran a generar teorías y postulados para interpretar de qué manera se forma el fenómeno que deseamos analizar.

Consideramos de vital ayuda presenciar las prácticas culturales donde se presenta la distribución y consumo del pulque curado, esto con el afán de adentrarnos aún más a la cultura actual del pulque.

Según Miguel Martínez (2007:35) la finalidad que busca la etnografía por medio de la investigación es la descripción e interpretación de un grupo en particular, por lo que el investigador enumera las diversas características que definen a

este grupo como tal, por ello se vale de describir comportamientos, costumbres, lenguajes, etc.

Con ello la etnografía será de utilidad en nuestro campo, ya que nos muestra “porciones de vida” recopiladas a través de entrevistas, observaciones y etnografías relatadas de forma coloquial y natural que represente a nuestros actores, además de que le sea fiel a sus costumbres.

Observación participante.

Para reforzar la etnografía realizamos diarios de campo en distintas horas, días aleatorios y consumidores distintos, la observación en las pulquerías y toros de pulque nos permite encontrar prácticas que no están escritos o que han sido interpretadas desde otra perspectiva.

La observación participante nos permitió estar más próximos a nuestro objeto de estudio y crear un parámetro con apego a la realidad de las condiciones actuales de los cambios en las prácticas culturales.

La observación es “la descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado”, es decir la observación participante permite a los investigadores involucrarse en el medio que se encuentran los sujetos para un mayor entendimiento de su contexto, además de entender las actividades que estos mismos realizan dentro de su medio” (Marshall y Rossman: 1989. p: 79).

Consideramos que la observación participante nos facilitó establecer un nexo con el territorio cultural que nos compete y con los actores sociales que interactúan en este.

La función de la observación participante es la de generar conocimientos a través de la observación de los rituales. “El proceso de aprendizaje a través de

la exposición y el involucrarse en el día a día o las actividades de rutina de los participantes en el escenario de investigación. (Schensul, Schensul y Le Comte: 1999. p: 91).

La observación nos facilita la obtención de datos específicos que son importantes para nuestra tesis, también consideramos que los testimonios son parte fundamental para contrastar nuestra pregunta de investigación con la perspectiva de los personajes que están insertos en nuestro objeto de estudio.

Cabe mencionar que la ruta metodológica que construimos en el octavo semestre de la carrera de Comunicación y Cultura no se acoplaba a nuestros objetivos de investigación, la etnografía y la observación participante no daban *suficiente* materia para explotar en un trabajo de tesis, por consiguiente durante el transcurso del noveno semestre decidimos elaborar un guion de entrevista en profundidad con la finalidad de obtener elementos que nos permitieron desarrollar un amplio análisis y de esta manera obtener materia prima, la cual nos resultó oro puro para explotar el tema de las prácticas culturales y el valor de uso en pulquerías y toleos de pulque en la Delegación Xochimilco.

La entrevista a profundidad.

La empleamos con la finalidad extraer elementos que nos resulten importantes para fortalecer nuestra investigación, es por esto que decidimos echar mano de ella.

El proceso de construcción de la entrevista a profundidad nos causó un gran debate, esto se suscitó a la hora de estructurar la guía de entrevista, ya que elaboramos un gran corpus de preguntas, las cuales considerábamos interesantes y puntuales debido a que eran muchas y algunas repetitivas

decidimos descartar algunas, la clasificación de la basamos a que todas debían abordar las categorías conceptuales que proponemos apartados más adelante.

Para realizar una entrevista se deben tener claros y bien definidos los intereses y propósitos de la entrevista, en todo momento debe seguir la charla narrativa en conjunto con las preguntas, con el fin de obtener datos más precisos.

El instrumento cualitativo lo limitamos después de varias sesiones de cabildo entre las integrantes de este equipo de investigación, con un total de 23 preguntas, posterior a esto decidimos aplicar un piloto de 10 preguntas a uno de los jicareros, esto con la finalidad de vislumbrar que las interrogantes fueran comprensibles y asimilables por nuestros entrevistados, de esta manera crear una soltura verbal en nuestros sujetos de estudio.

En esta técnica, el entrevistador es un instrumento de análisis, explora, detalla y rastrea por medio de preguntas, cuál es la información más relevante para los intereses de la investigación, por medio de ellas se conoce a la gente lo suficiente para comprender qué quieren decir, y con ello, crear una atmósfera en la cual es probable que se expresen libremente (Taylor y Bogdán: 1990, p: 108).

Esta herramienta de la metodología cualitativa resulta de suma importancia para obtener los elementos que nos proporcionan nuestros entrevistados para posteriormente contrastarlos con las categorías con las que construimos un marco analítico propio.

Para realizar el análisis y responder a nuestra hipótesis es necesario obtener la visión del tema de los cambios en las prácticas culturales y patrones de producción, distribución y consumo en pulquerías y toreros de la delegación Xochimilco.

Es por esto que nos dimos a la tarea de realizar cuatro entrevistas a profundidad para encontrar los elementos principales que nos mencionan los actores esenciales que se encuentran dentro del fenómeno de estudio a desarrollar en este trabajo.

“En la entrevista en profundidad la construcción de datos se va edificando poco a poco, es un proceso largo y continuo; por lo que la paciencia es un factor significativo que debemos rescatar durante cada encuentro.” (Robles, Bernardo: 2001 p: 41).

Debemos mencionar que después de aplicar las entrevistas los jicareros nos seguían compartiendo más información respecto a un tema en específico, se llegó a dar el caso de que uno de ellos nos pidió otra sesión de preguntas debido a que días después de la entrevista había recordado cosas que no mencionó en la primera entrevista.

Este aspecto nos permitió retomar más datos y elementos que nos permitieron construir la realidad que tiene los jicareros entrevistados, por ello consideramos preciso este tipo de entrevista donde analizaremos cada generación de productores de pulque en donde posteriormente se buscará la recolección de tópicos dentro de la entrevista para analizar y comprender el antes y el después de la brecha generacional, así como diálogos, interacciones que involucren los actores y el escenario.

Las entrevistas y el trabajo en campo nos permitieron obtener elementos, datos, referencias y posturas que nos facilitan la comprensión y la interpretación de los fenómenos sociales dentro de las pulquerías y los toros de pulque, estos concentrados son los que a más adelante llevamos al análisis.

Debido a que este trabajo se hace en conjunto cuando realizamos el análisis de las entrevistas nos referimos en tercera persona a uno de nuestros integrantes del equipo esto con el fin de que sea más factible la investigación y la redacción de la presente tesis.

Para concretar el análisis retomamos los elementos del cuadro analítico que elaboramos durante la segunda mitad del 2017 mientras cursábamos el segundo seminario para la elaboración de esta tesis. El cuadro contiene los factores que consideramos son las ruedas sobre las que circulan los cambios de la producción, la distribución y el consumo de pulque en Xochimilco.

La elaboración del cuestionario para aplicar la entrevista a profundidad obedece al cruce de las categorías entre sí en un cuadro de doble entrada, el cual nos permite organizar la información por medio de las columnas horizontales y verticales. (CCH, UNAM, 2017).

De esta manera podremos esquematizar la información y recopilar los elementos que consideremos importantes que nos refieran nuestros entrevistados.

Se llevó a cabo una comparación de los elementos obtenidos mediante nuestras tres entrevistas a profundidad y la observación participante en contraste con las categorías seleccionadas, esto con la finalidad de responder a nuestra pregunta general, la cual es: ¿Cuáles son los cambios en las prácticas culturales y patrones de producción, distribución y consumo en pulquerías y toreros de la delegación Xochimilco?

Para lograr nuestro cometido, concentramos los elementos obtenidos dentro de un cuadro de doble entrada con las categorías analíticas que consideramos oportunas. De esta manera comparamos los elementos que se encuentran en

la transición del pasado al presente que definen la actualidad de nuestro objeto de estudio.

Cuadro de doble entrada.⁴

	Producción	Distribución	Consumo
Escenario			
Actores			
Prácticas			
Industria cultural			
Valor de uso			
Producción			
Consumo			
Aura			
Hegemonía			
Tramas comunitarias			

Vino entonces el momento de la interpretación hermenéutica de los datos. Decidimos, como ya dijimos al principio de esta introducción, partir de dos enfoques teóricos, dos campos socio-analíticos: los estudios culturales y la escuela de Frankfurt. A continuación, presentamos un resumen de las principales coordenadas teóricas que sostienen este trabajo.

Matriz de observación.

Otro de los instrumentos que consideramos pertinente utilizar es la matriz de observación definida como “[...] instrumento en el que se fijaron los contenidos a observarse y su organización en las distintas dimensiones y/o unidades de análisis propuestas por el investigador” (Debates en Sociología., No 17. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Pp. 83-115.)

⁴ Para conocer la matriz ya aplicada a los testimonios y la práctica etnográfica en general, véanse los cuadros en la sección de anexos

Por lo que a partir de esta definición es que consideramos observar distintos componentes que se encuentran alrededor de espacios, lenguaje, memoria, historia, actores sociales y otros elementos que se involucran en la cultura de pulque.

Dentro de los aspectos a observar consideramos las siguientes variables:

- ❑ **Escenario:** Espacio donde se desarrolla la acción (Lugares donde interviene el pulque)
- ❑ **Actores:** A través de la observación de los individuos es que pretendemos señalar el valor de uso y consumo del pulque, así como el sentido y significado.
- ❑ **Prácticas:** Mostrar las transformaciones en la elaboración del pulque, espacios y nuevas generaciones involucradas en la cultura del pulque.
- ❑ **Producción:** Analizar de qué manera los instrumentos tecnológicos forman parte dentro de la elaboración del pulque, además de conocer los índices de producción en la Ciudad de México.
- ❑ **Distribución:** Observar de qué manera se ha dado una distribución del pulque en distintos espacios tanto rurales como urbanos.

Algunos de los objetivos que nos planteamos a partir de esta matriz son los siguientes con el fin de tener un mayor parámetro de nuestra problemática que engloba la investigación.

- Explicar cómo surgen los toreoos destinados a la venta y producción del pulque
- Descubrir el uso actual que se le asigna al pulque
- Explorar las causas que determinan los cambios en el uso social de las pulquerías y los toreoos de pulque.
- Comprender de qué manera la industria cultural (venta de cerveza en las pulquerías, el pulque gourmet, el alcohol de baja calidad, la ley seca) ha intervenido dentro de la escena pulquera.

Componentes del escenario	Aspectos a observar
<i>El escenario de las pulquerías y toleos</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Fachada de las pulquerías • (Murales, tipo mobiliario dentro de la pulquería, tipo de música que se escucha, menú que ofrecen al público, tipo de recipientes en donde sirven el pulque, elementos en donde se alberga el pulque) • Componentes del toreo • (Estructura, alimentos y bebidas que ofrece, ubicación, objetos donde se sirve el pulque, elementos decorativos y característicos del puesto)

<i>Los componentes del escenario</i>	<i>Aspectos a observar</i>
<i>Los Actores del Escenario:</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Grado escolar ❖ Nivel socio-económico ❖ Edad ❖ Estado civil ❖ Tipo de consumidores de predomina
<i>Practicas</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Significación del pulque en un toreo y en una pulquería para sus consumidores ❖ Tipo de uso que se le asigna al pulque según el lugar y la persona ❖ Como se ve reflejada la industria cultural en la comercialización del pulque en los diferentes espacios ❖ efectos

<i>Cambio</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Tipos de bebidas que se ofrecen en las pulquerías y toreos ❖ Música, consumidores, propaganda, fachada, nuevos productos al mercado pulquero ❖ Modo de producción, tipo de uso, tipo de significado. ❖ Ruptura en los cánones tradicionales la elaboración del pulque curado.
<i>Producción</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Objetos que se utilizan para la elaboración del pulque ❖ Proceso por el cual atraviesa la extracción y elaboración del pulque ❖ Frutas, utensilios, ingredientes, componentes ajenos al pulque (mezcal, saborizante artificial) ❖ Insumos, transformación, cantidades por producto.
<i>Distribución</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Costo, precio, cliente, lugar, fabricación, proveedor, competencia, intermediarios. ❖ lugares de venta ❖ Lugar de elaboración ❖ Número de personas que trabajan en pulquerías y toreos

Andamiaje teórico

Teoría crítica.

La teoría crítica se formula con base en la repetición de acontecimientos y la interacción del sujeto con el objeto de estudio con apego a las cuestiones éticas, esta teoría no está dirigida a una clase social en específico sino a la crítica de la sociedad.

La principal directriz de la teoría crítica es cuestionar la reducción de la razón y el proceder del hombre moderno al instaurar un orden social. (Ybélice Briceño Linares, 2010). Es decir, el pensamiento crítico no tiene la ideología del “Yo” como en la burguesía, sino que consiste en la construcción del presente histórico de los sujetos y las problemáticas que emergen de su contexto.

La teoría crítica reinterpreta el conocimiento Marxista y sus categorías económicas, sociales y políticas para hacer un análisis a la realidad de la sociedad moderna.

Para Max Horkheimer, el pensamiento crítico y su teoría no son ni la función de un individuo aislado ni la de una generalidad de individuos. Tiene, en cambio, conscientemente por sujeto a un individuo determinado, en sus relaciones reales con otros individuos y grupos, y en su relación crítica con una determinada clase, y, por último, en su unión, así mediada, con la totalidad social y la naturaleza. (Max Horkheimer: 2000 p: 47).

A partir de las categorías elegidas consideramos pertinente la crítica hacia los nuevos cambios que han surgido en los últimos años, esto con el fin de comprender, cómo es que se dota un nuevo significado a un objeto a través del cambio semántico en la práctica.

Es por esto que nuestra investigación está basada en el enfoque crítico que busca cuestionar y poner en duda lo socialmente establecido, bajo esta línea es que cuestionamos los constantes ataques que se le han dado al pulque a lo largo del tiempo, por otro lado resaltamos el papel de los actores principales que han sido estigmatizados bajo el supuesto que el pulque es solo para las clases bajas, otro punto que cabe mencionar es la trasmisión de la cultura en sus actores en donde surge una nueva transformación y significado que se traslada a otros espacios y sujetos.

La escuela de Frankfurt.

Surge dentro del Instituto de Investigación Social como una corriente de pensamiento que se gesta en la ciudad de Frankfurt Alemania en el año de 1923. Los fundamentos principales de esta escuela crítica obedecen a un enfoque marxista que cuestiona las condiciones de la sociedad que permea en esos años.

La escuela de Frankfurt se sitúa históricamente en el proceso en el que se desarrolla la República de Weimar (1919-1933). Debido a sus características ideológicas y su proximidad con la comunidad judía la escuela es cerrada y los pensadores son exiliados a Estados Unidos por las constantes amenazas nazis. (Álvarez, Leonardo, 2011, p. 443.)

Una vez ya instalada en América, la escuela de Frankfurt dirige su teoría a la práctica y aplica todos sus análisis a la sociedad industrial y al consumo de las masas. Comienza a criticar a la industria cultural, el capitalismo y la poca capacidad de razonamiento de las masas ante los embates de los objetos mercantiles, por otra parte, intenta rescatar el aspecto individual de los sujetos, es decir que los sujetos practiquen un pensamiento diferente al de la masa.

Retomamos la escuela de Frankfurt, sus pensadores y la filosofía que contrapone la idea de la razón como instrumento para la enajenación de bienes, un tema fundamental que se tocó fue la industria cultural y el consumo de las masas, es aquí cuando surge nuestro apego por esta teoría, su análisis a la cultura y las mediaciones que la rodean para llegar a los consumidores.

Con lo anterior decidimos completar este paradigma crítico debido a que nos permite reflexionar sobre las prácticas culturales y el proceder de los sujetos que tejen las redes dentro de estas mismas y el consumo en los espacios donde se distribuye.

Utilizamos nuestro tema de investigación para contraponer los cambios en las prácticas culturales y patrones de producción, distribución y consumo en pulquerías y toros de la delegación Xochimilco, la teoría crítica nos sirve de guía para cuestionar el proceder de las mediaciones y la industria cultural en el ámbito del abordaje de esta práctica cultural.

Hacemos especial énfasis en la teoría crítica y cómo abordarla desde la realidad en donde nos situamos en este caso las pulquerías, toros y espacios en donde converge y resiste, cabe mencionar que no solo nos ocupamos de utilizar este paradigma, sino que se conforma de otras disciplinas que nutren nuestra investigación para tener una mirada más amplia del panorama de nuestra tesis.

La escuela de Frankfurt se plantea el poner en duda cómo se está llevando a cabo el conocimiento teórico, apostando por nuevas formas de conocimiento a partir de diversas disciplinas en donde no se vea de forma hermética el conocimiento encaminado a una sola dirección, sino que emanen nuevas

formas de percibir la realidad a partir de la crítica y cuestionamiento del contexto social que nos rodea.

Lo que nos interesa en este trabajo de investigación es indagar en los cambios en patrones de uso y producción del pulque en pulquerías y tereos de la delegación Xochimilco, por eso analizamos el modo en que la bebida y los espacios en donde se reproduce han sido restringidos además de ser estigmatizados.

Nuestro objeto de investigación ocupa este enfoque; ya que se hace crítica a la producción, consumo y valor de uso en la transformación actual del pulque en tereos y pulquerías de la delegación Xochimilco.

Retomando la escuela de Frankfurt la cultura es vista como una ideología dominante, ya que la superestructura e instituciones permeaban en las minoritarias cierto tipo de valores y creencias, donde se decide que sí y que no debe de consumirse,

Lo anterior lo relacionamos con cómo la cultura dominante decide qué es la cultura y quién debe de consumirla, en cuyo caso hablamos del pulque y su relación con personas que aludían prejuicios de vago, borrachos, gente de mala vida, por ello es que este mismo espacio era considerado y visto como un lugar donde nada tenía que hacer una persona ajena a ese contexto, sin embargo la realidad es que las pulquerías han conformado un espacio familiar, social y de interacción con los sujetos que transitan en él .

La cultura conforma una parte fundamental de las personas ya que en ella se conoce, se aprende y se conservan ciertas tradiciones, comportamientos y transformaciones como es el nuevo papel que juega la mujer dentro de estos espacios.

Categorías de análisis

En este apartado señalamos cuales son las categorías que retomamos dentro de nuestro análisis en esta tesis, por lo cual exponemos la categoría, así como la forma en que se encuentra explícita dentro de nuestra problemática general que gira alrededor de nuestro planteamiento.

Valor de uso: Una cosa cuya importancia o valor para el uso concreto remite necesariamente a una importancia o valor para el trabajo concreto” (Echeverría, Bolívar: 2014, p: 177).

El valor de uso según el autor Bolívar Echeverría es visto como “una cosa cuya importancia o valor para el uso concreto remite necesariamente a una importancia o valor por el trabajo concreto”. Es decir, se da una valorización del valor que a su vez está cargado de múltiples meta significaciones para los individuos.

Consumir es interpretar, validar ese valor de uso por otro encontrado, el autor refiere que la semiótica juega un papel importante junto con la simbiosis, creando diversos tipos de significados y sentidos, ya consumir/usar refiere a interpretar el objeto.

El valor de uso en relación a nuestro objeto de estudio se da por medio de las pulquerías y toleos donde se da una expresión simbólica apropiativa (significante) que es interpretada por sus consumidores en diferentes sentidos, en cuanto al contenido (significado) surge una comunicación e interpretación

del consumo del pulque, sin embargo, este puede dotar de un sentido distinto según el contexto y sector social al que se dirija.

La transformación de la forma natural de un objeto, se va desarrollando por medio de la técnica por la cual se fue transformado, con respecto a nuestra investigación el pulque parte de una proceso manual y artesanal para ser elaborado, sin embargo, la creciente industrialización ha creado que se rompa con ciertos elementos fundamentales en la elaboración del pulque, por consecuente este tiende a bajar su calidad y proceso modificando por completo el valor de uso y consumo en el individuo.

El aura.

“La autenticidad de una cosa es la quintaescencia de todo lo que, en ella, a partir de su origen, puede ser transmitido como tradición, desde su pertenencia material hasta su carácter histórico”. (Walter, Benjamin: 1996, p: 44)

Benjamin menciona que la obra de arte tiene un valor único, algo a lo que él llama auténtico, este concepto de autenticidad debe llevar implícitas ciertas características para hacerlo único y diferente a lo demás, de lo contrario el objeto se convierte en un objeto de itinerario y pasa a ser algo ordinario.

Este sentido una cosa resulta ser una manifestación de un lugar específico, histórico, social, cultural, marca el lugar aquí y ahora. El objeto lleva consigo un procedimiento manual en el cual interviene un genio creador y la materia que será transformada para cumplir un fin en un lugar específico, esto se conoce como el aura del objeto.

El aura de un producto es una característica inherente como función ritual, en la práctica de uso que gira su razón de ser hecho, la obra es el resultado de la manifestación de su creador.

Otro elemento importante para contemplar el aura es el sujeto espectador, este no debe ser ajeno al contexto en el cual fue gestado el objeto, debe estar en el tiempo y el espacio en el que surge el artefacto artístico. De esta manera el sujeto asigna el significado correcto al objeto.

Consideramos que el pulque es un objeto aurático ya que es algo vivo, un puente que nos conecta con nuestras raíces.

La bebida del pulque cumple con una función ritual en el lugar y con los sujetos que la producen y consumen. El productor conserva ese sentido de unicidad al respetar la tradición en su producción, distribución y consumo, esto va a favorecer la calidad aurática del objeto y encamina su uso al uso original.

Por otra parte, el consumidor debe tener un sentido crítico en tanto al objeto, es decir; cuestionar la producción y distribución del pulque de acuerdo a su experiencia estética.

Perdida del Aura.

“La extracción del objeto fuera de su cobertura, la demolición del aura, es la rúbrica de una percepción cuyo sentido “sentido para lo homogéneo en el mundo” ha crecido tanto, que la vuelve capaz gracias a la reproducción.”, (Walter Benjamin:1996, p 48)

En este sentido el autor se refiere a que el objeto no debe ser sacado de su entorno, el objeto y el lugar condicionan el ritual, es por esto que la pérdida del aura se presenta en el momento en que el artefacto sale de su hábitat para ser exhibido como un objeto político.

Otro factor que implica la destrucción del valor aurático es totalmente proporcional a los movimientos de la sociedad moderna y la introducción de los métodos industriales en la elaboración del objeto. Con la industrialización de la técnica el genio creador pasa a ser un productor con conocimiento técnico, de esta manera el objeto pasa de ser único a ser algo uniforme, algo para el consumo de las crecientes masas.

Los medios y los modos de producción son otro factor que rompe el aura del objeto. Los modernos procesos industriales de producción masifican el artefacto aurático y lo convierte en una reproducción de algo original.

La extracción del pulque de su escenario natural va modificando el significado de consumir y dar sentido a esta bebida por otro nuevo desde el nuevo enfoque donde se mire.

Producción:

El proceso de producción/consumo como proceso de comunicación /interpretación es así no solo un proceso de significar sino igualmente de metasignificar. (Echeverría Bolívar: 2014, p186).

Para Echeverría producir es señalar, en la forma del producto una intensión dirigida al consumidor. La forma que tiene un producto no es de forma neutral, ya que tiene un valor de uso determinado por sus consumidores.

Producir y consumir un objeto es para el individuo un constante reproducir, crear, fortalecer, o modificar la forma de las relaciones de producción y consumo.

Con lo anterior podemos destacar que la producción del pulque incide en la transformación de la naturaleza a una identidad que dota de valor y uso tanto desde quien lo consume, produce o utilice de forma distinta.

Frente a la transformación de los procesos artesanales de elaboración del pulque, en las últimas décadas han surgido diferentes prácticas para la elaboración del pulque, donde se suele dejar de lado ciertos pasos y procesos para dar pie a nuevas formas de producción donde intervienen factores externos como la industrialización, el uso de bebidas alcohólicas dentro del pulque como el mezcal o el tequila, productos de baja calidad, comercialización del pulque por medio de invenciones que no tienen que ver con el proceso de producción.

El sujeto que produce busca dar forma al sujeto consumidor, por tanto, el producir es comunicar con el otro y buscar un significado y uso para que se pueda seguir produciendo y consumiendo. El producir pulque de forma artesanal conlleva un determinado uso y consumo para ciertos individuos, mientras que el consumir pulque dentro de una pulquería en una zona urbanizada emite otro sentido al consumidor.

La industria cultural.

Surge como una mirada sobre la función de los medios de comunicación y el efecto que genera en las sociedades industrializadas, donde la esfera que posee los medios de producción dicta las tendencias de un consumo uniforme de objetos.

“[...] la técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se

diferenciaba de la lógica del sistema social” (Horkheimer Max, T. Adorno 2006, p. 166).

La industria cultural marca una nueva era en el consumo de objetos, la estandarización de la cultura crea uniformidad en todos los rasgos, el aspecto individual y diferente es relegado por las técnicas de producción.

En la era del apogeo industrial en la cultura el consumo genera un status social, la masa no es crítica ante los bienes estándares, la industria crea falsas necesidades que deben ser cubiertas con bienes uniformes.

La cultura de masas abre las puertas de objetos que antes estaban fuera del alcance del consumidor, ya que se expande a un mercado mundial. La reproducción técnica permite que todos los integrantes de la masa posean una parte de la historia, de la cultura y unifica las prácticas culturales creando nuevas identidades en los sujetos.

La apertura que trae consigo la mercantilización de los bienes permite a otras culturas conocer otras expresiones artísticas que hasta antes de la expansión de los medios de comunicación y la reproductibilidad técnica eran totalmente desconocidas, se crea una apertura cultural.

La industria cultural crea mecanismos de inclusión para todos los individuos, los objetos que ofrece son reproducciones de la forma de vida que dicta la esfera dominante. Los objetos estándares modifican las tradiciones las estructuras culturales y crea una agenda de consumo en los individuos, de esta manera los objetos uniformes son fuente de identidad y cohesión social.

Otro de los argumentos que son retomados por los estudios culturales que las industrias culturales parten de un “mejor conocimiento virtual entre los países de la región y aporta valor añadido a los contenidos de los mensajes y obras

generados en cada sociedad.”, es decir se crea una lucha por los usos culturales en cada pueblo y las prácticas culturales que emanen de estos a partir de cierto tipo de derechos de autor y colectivas para preservar cultura en contra parte de la mercantilización e industrialización de la cultura..

Gentrificación:

Consideramos que la intervención directa de la globalización crea nuevos escenarios donde se remplazan las características originales de los territorios.

Es por esto que señalamos que es pertinente la intervención de este fenómeno y su relación con los cambios en patrones de uso, distribución y producción del pulque en pulquerías y toros de la delegación Xochimilco.

Consumo. “Intención que se hace subjetiva o se hace efectiva en el momento en que este usa (disfruta o utiliza) de manera adecuada ese producto en calidad de bien, es decir, el momento en que, al aprovechar la cosa, absorbe la forma de la cosa y se deja transformar por ella.”

(Bolívar Echeverría: 2014, p171).

A partir de nuestro objeto de estudio consideremos que el consumo que existe actualmente ha ido en aumento en zonas donde antes no se consumía el pulque. Además de ello el consumo de pulque se ha ido popularizando en sectores en donde había restricción y mitos entorno al pulque, ejemplo de ello es la mujer como principal consumidora y participe dentro de la cultura del pulque, Por otro lado antes era mal visto ver gente joven consumiendo pulque ,sin embargo a la fecha son el principal mercado que mantiene viva la tradición y en auge ,no obstante las personas mayores siguen conformando parte del principal público consumidor que además de ello es crítico en cuanto a la calidad del producto.

El consumo crea la necesidad de una nueva producción y por lo tanto el móvil ideal de la producción” (Karl Marx, Introducción general de la economía, p 28), es decir sin necesidad no hay producción por tanto el consumo reproduce la necesidad.

Desde nuestra investigación el antecedente de consumo se da desde la producción la cual se ve implicada en el costo beneficio ,por ello la producción industrializada se da en un menor costo de la producción y por tanto resultan beneficiadas las personas detrás de la fabricación del pulque, sin embargo la fabricación y consumo del pulque de modo industrial no es tan satisfactorio como el modo artesanal, si bien el hacer a mano el pulque sin intervención industrial implica un mayor costo que su vez tiene un mejor consumo sin intervención de bebidas alcohólicas, esencias o que el sabor sea rebajado creando un consumo menor.

Marx decía que la necesidad puede tener su origen en el estómago o en la fantasía, por ello pensamos en hacer énfasis de usar la categoría de consumo, actualmente el consumo es visto como una identidad y mexicanidad con el pulque, quien lo consume busca representarse a si por medio de la bebida y busca mostrar a los demás las raíces de la bebida a través de visitar pulquerías que están en auge, aunque ello implique que estas estén en espacios más burgueses.

Por otro lado, la cultura en espacios de colonias populares y rurales da otra significación del pulque, ya que para estos implica una tradición y consumo que tiene que ver con usos para la salud, o como componente alimenticio, el consumo es visto como parte de una identificación con el entorno que los rodea más allá de mostrar y ser aceptado.

Los procesos de gentrificación han transformado algunas prácticas culturales volviéndolas populares, ejemplo de ello es el pulque y el mezcal que se concebían como bebidas para las clases bajas, sin embargo, hubo un cambio en cuanto al uso y consumo de estas bebidas tomando elementos identitarios de la mexicanidad para volverse algo folklórico y vendible para un nuevo mercado.

El consumo en los últimos años ha marcado una pauta importante en cuando a la tradición por ello en nuestra tesis nos vamos a investigar los nuevos cambios semánticos que se han dado en las *Neo-Pulquerías* por medio de sus consumidores y lugares en donde se ubican.

Hegemonía:

Gramsci (1937) define la hegemonía como “dirección política, intelectual y moral”. Según el autor los hombres toman conciencia de sí en el contexto de la sociedad en la que se encuentran, por ello en nuestra tesis retomamos este concepto ya que, consideramos a la industria cervecera como una concepción ideológica de aquello que es mejor consumible en relación al pulque.

Un factor externo que fue insertado por la industria en la escena del pulque fue la comercialización de manera más abierta de bebidas industrializadas y envasadas, los precios bajos de estos productos, la mercadotecnia y anuncios que lanzaron en medios de comunicación, como televisión, radio, anuncios espectaculares hicieron que se posicionaran en el gusto de los consumidores.

La definición propuesta por Gramsci nos permite construir una mirada más actual de la cultura hegemónica en el sentido en el que la oferta de consumo

por parte de las grandes industrias va a combinar la cultura popular y sus espacios con los bienes generados por cultura dominante.

Con lo anterior es preciso mencionar que reconocimos con nuestro corpus tres características de esta hegemonía: la mercantilización del pulque en zonas urbanas busca modernizar y poner a la moda lo cultural y rural a través de la apropiación cultural del pulque, buscando así una representación del sujeto.

Tramas comunitarias.

Como lo menciona Claudia Torres (2010), las tramas comunitarias son a grandes rasgos el intercambio dinámico entre los sujetos que pertenecen a un grupo con integrantes de un grupo social distinto, el resultado de esta interacción se encarga de nutrir culturalmente a los integrantes y de esta manera reforzar la práctica en común.

Lo anterior nos posibilita conocer el contexto de los sujetos que se encuentran en el escenario de la producción, distribución y consumo del pulque., de esta manera podemos hacer un análisis de un todo y sus partes que lo conforman en el tema de las pulquerías y torneos de pulque en la Delegación Xochimilco.

La mujer en la cultura del pulque

Para hablar de la categoría de la mujer es necesario empezar por definir el feminismo, el cual se entiende como "Movimiento político, teórico y social que lucha por la emancipación de las mujeres. (Samara de las Heras: 2008 p: 45)

Más que hablar del feminismo dentro de esta investigación hacemos énfasis en la importancia del papel de la mujer en un espacio principalmente dominado por hombres, por lo cual la presencia de mujeres ha sido un factor indispensable para que se vayan acoplando y moldeando cambios en una cultura machista.

Práctica cultural

La práctica cultural se puede entender como un sistema de apropiación simbólica, como el conjunto de comportamientos, de acciones, de gestos, de enunciados, de expresiones y de conversaciones portadoras de un sentido, en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten espacios, experiencias, representaciones y creencias (Thompson, 1993).

Desde esta categoría hacemos especial énfasis en las diversas formas de representación y significación del pulque desde sus espacios, actores, medios, que intervienen en dar un sentido y vida dentro de una práctica cultural como lo es el pulque, por otro lado cabe mencionar que los cambios que ha tenido esta práctica no han sido ni para bien ni para mal sino que conforman un nuevo espacio y significativo para las nuevas generaciones que han ido transformando lo que antes se conocía dentro de la práctica pulquera.

Capítulo I.

El pulque en la historia.

Época prehispánica.

Para hablar del pulque es necesario remitirnos hasta sus orígenes y el significado que le dotan sus consumidores en México. El sentido ritual que ha tenido el pulque desde la época prehispánica se da a partir de los dioses creadores Quetzalcóatl y el sacrificio de Mayahuel renacida como maguey quien proporcionó sus dotes a los hombres, esto con el fin de proveer a los hombres “un medio para alegrarse” en virtud de su obediencia hacia los dioses.

“Cuenta la leyenda que Quetzalcóatl subió al cielo a buscar a Mayahuel, una estrella, para convencerla de ir a la Tierra con él. Furiosa, su abuela, la gran Tzizimitl fue en su búsqueda; al saberse perseguidos, Quetzalcóatl y Mayahuel se fusionaron en un árbol de dos ramas. Sus esfuerzos fueron en vano, los encontraron y la abuela arrancó la rama correspondiente a su nieta. Al volver a su forma humana, Quetzalcóatl recogió los restos de Mayahuel y los enterró, brotando de ellos el maguey. En aquella época, los 400 conejos representaban un nivel de fermentación y estado de embriaguez diferente, es decir, las múltiples formas en que el pulque poseía el espíritu de quien lo tomaba.” (Boletín de prensa Tradex,2018)



Mayáhuel-Ayopechtli, diosa de la fertilidad, aparece desnuda y con punzones en la mano y sentada sobre una tortuga (la tierra que surge del mar). Se observan además elementos asociados a la obtención del aguamiel del maguey, para elaborar pulque. *Códice Laud*, lám. 16. Digitalización: Raíce

Los Dioses relacionados con el pulque eran alrededor de 400. Algunos de ellos eran: Ome Tochtli, Tepoztécatl, Tezcatzóncatl, Toltécatl, Yauhtécatl, Izquitécatl, Pahtécatl, Cuatlapanqui, Tlilhua; cada uno de ellos representaba una de las formas de embriaguez provocando diversos estados de acuerdo con el ánimo de las personas donde podían pasar de estar enojados, tristes, felices, bailarines, etc.

Durante esta época el consumo de pulque se encontraba altamente regulado y solo podía ser tomado por personas mayores de 52 años que pertenecían a una elite dominante, de vez en cuando el pulque era consumido por la gente común en ciertas fechas (Enrique Vela: 2018; p: 10-11).El uso y consumo de pulque estaba tan reglado que quien bebiera en una fecha no correspondiente era sancionado a tal grado que quienes rompían con lo estipulado por primera vez eran azotados o les cortaban el cabello, quienes insistían en quebrantar el acuerdo eran expulsados de la comunidad y su casa era destruida ,si se llegaba encontrar a jóvenes en estado de ebriedad eran sentenciados a muerte, mientras que los nobles se les sentenciaba en privado. Las restricciones en ese entonces eran tales que embriagarse era mal visto y era símbolo de deshonra, el tomar más de cuatro porciones de pulque significaba un mal presagio.

Los usos que se asignaban al pulque en la época prehispánica dotan un sentido y significado asociado a las costumbres de aquel entonces, algunos de los modos de consumo y uso son:

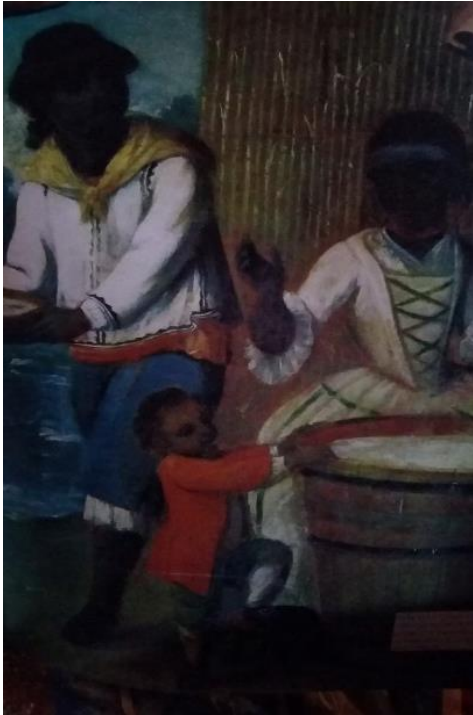
-Fines religiosos donde se producía una embriaguez ritual conocida como *tlauana*

-Era una bebida popular que se encontraba regulada y su abuso era sancionado por la sociedad.

El origen de la palabra pulque tiene un origen que sigue en discusión, sin embargo, se dice que *Poliuqui*, voz indígena que significa corrompido haciendo alusión a el estado de fermentación de la bebida, otro de los orígenes del pulque remite a la palabra *Pulqui*, de origen aucarana donde agrupa a todas las bebidas embriagantes elaboradas a partir de la fermentación de frutas y granos. El historiador Mariano Cuevas (1974, p: 65), a través de una investigación respecto al origen de la palabra pulque señala que no es una palabra ni mexicana ni española, sino que se remite al origen en Chile.

Época colonial

El consumo del pulque en la ciudad de México durante el siglo XVIII fue una actividad cotidiana entre todas las clases sociales e inclusive algunos españoles consumían dicha bebida. Para que existiera un consumo entre las clases sociales tuvieron que pasar casi tres siglos en la Nueva España, pues dicha práctica fue reprimida por los colonizadores en épocas tempranas cabe mencionar que algunas órdenes eclesiásticas utilizaban el pulque en vez del vino dentro de sus ceremonias.



Pulquero. Andrés de islas, de lobo y negra. Chino, pintura de castas, 1774. Óleo sobre lienzo. Museo de América, Madrid

“Debido a la alta demanda entre la sociedad novohispana, la producción, venta y consumo de pulque fue aceptada por las autoridades virreinales debido a que resultó ser una importante fuente de ingresos para la Real Hacienda, lo cual permitía pasar por alto las cuestiones negativas que derivaban de la existencia de las pulquerías”. (Soberón Mora y Miguel Meléndez: 1992, p: 11-12)

El análisis hecho por Sonia Corcuera (1994, p:283) en torno a la pulquería en: *Del amor al temor. Borrachez, catequesis y control en la Nueva España (1555-1771)*, muestra una barrera entre los bebedores y la sociedad donde se estigmatizaba la bebida, así como el espacio. Las pulquerías eran un espacio para olvidar las penas y la pobreza, el lado negativo de este espacio lo representaron los incidentes y los mitos que giraban alrededor del pulque.

La leyenda negra del pulque durante el Porfiriato

William B. Taylor (1987) escribió un libro dedicado al pulque y la evidencia de homicidios cometidos por esta bebida en la época colonial. En 1880 la prensa hace una referencia denigrante del ámbito rural en particular los estados de México central.

Durante la época del Porfiriato el salario de los obreros oscilaba entre los treinta pesos de las cuales cinco pesos eran destinados a la compra del pulque como alimento habitual, el pulque era parte de la canasta básica de alimentos y en comparación a la carne a esta se le asignaba la cantidad de tres pesos con cincuenta centavos para su consumo, por lo cual para las familias el pulque era un producto que llegaba a cubrir con las necesidades alimenticias, más allá de ser una bebida.

En 1912 José Sharon en su informe al consejo superior de salubridad relata que el pulque resulta perjudicial para la salud y “tiene efectos nocivos” para la inteligencia de los individuos que lo consumen con mayor frecuencia, otras de las consecuencias mencionadas en este informe es el daño al hígado. El diputado Avilés reforzó esta idea afirmando que el mexicano gastaba lo poco que ganaba en el consumo de esta bebida por ello no podía existir una raza mexicana fuerte y vigorosa, ya que esta estaba cegada por la seducción del pulque y por tanto se encontraba en un estado irracional donde no se podía madurar y crecer.

Dentro del congreso contribuyente el Doctor José María Rodríguez dijo que el consumo de pulque en niños generaba rasgos de embriaguez y por consecuente las generaciones siguientes serian degenerados. Por otro lado, mencionó que los ebrios que se veían por las calles se basaban principalmente

en el estereotipo de albañiles que se caían de los andamios y se mataban entre sí, personas que desvanecían de embriaguez bajo las llantas de los carros, personas que conducían los tranvías y provocaban choques la no ver bien debido a su estado etílico, obreros que golpeaban a sus mujeres y acuchillaban a sus amantes.”

Joaquín Casasús señala de manera exagerada la cantidad de pulquerías refiriendo que existían 817 pulquerías y 781 expendios de licores sumando así 1598 lugares que fomentaban el vicio y la criminalidad, agrega que el 17% de las casas estaban ocupadas por expendios de pulque y licores El diario *El imparcial* en 1901 escribe diferentes columnas haciendo especial énfasis en una denominada “Tragedias de pulquería” donde se menciona asesinatos, riñas y conflictos ocurridos en las pulquerías.

La "condición inmunda" del pulque se da en el Gobierno de Lázaro Cárdenas (1934-1940) como parte de una campaña en contra del alcoholismo. El INAH indicó en una investigación de los antropólogos Rodolfo Fernández y Daria Derega publicada en la revista *Diario de Campo* donde señalan que en los barriles se introducía una "muñeca", una bolsa de tela rellena de excremento, con la finalidad de acelerar el proceso del pulque.

Hoy en día se siguen generando algunos prejuicios respecto a los ingredientes del pulque, sin embargo, los mitos que giran alrededor del pulque se han ido esclareciendo a tal punto que hoy el consumir pulque pasa a los estratos sociales más altos e inclusive se encuentra como una bebida a la moda que se puede disfrutar en diversas ferias y lugares en donde antes hubiera sido cuestión de detención , sin embargo hoy va proliferando en diversas vertientes y técnicas además de un nuevo público consumidor.

El pulque ha tenido una importante evolución en cada uno de los aspectos que conforman esta bebida, si bien hoy día comparte una multitud de significados también ha implicado nuevas formas de producción, así como nuevos actores y escenarios que se adentran a preservar la bebida desde diversos mecanismos

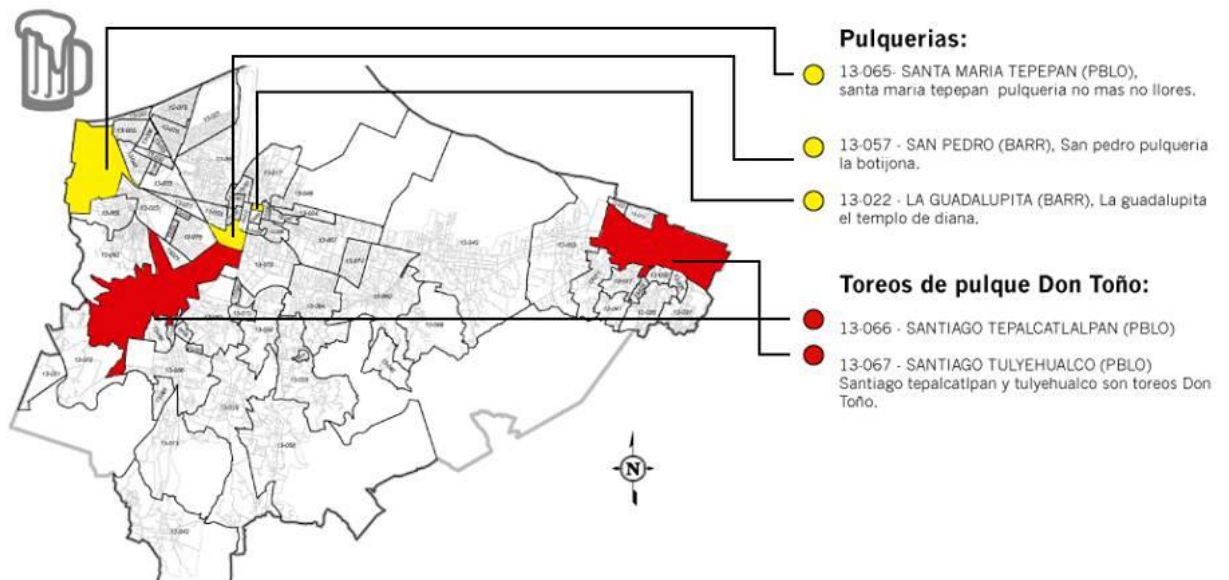
Capítulo II

Genealogía de los jicareros.

En este capítulo vamos a desarrollar los elementos que nos contaron nuestros entrevistados cuando les pedimos que nos mencionen como llegó el pulque a sus vidas.

Esto con la intención de hacer el primer acercamiento a las prácticas culturales y el valor de uso del pulque que desplegaremos más adelante.

Nuestro estudio se centra en una familia de curadores de pulque que vende en toreos ubicados en Xochimilco, por lo cual en el siguiente mapa podemos ver las sucursales de pulques “Don Toño” y las pulquerías que existen en Xochimilco.



Antonio Lima Vergara.

En este punto hablaremos de las diferentes generaciones de pulqueros y su paso por la cultura pulquera desde los años, 50, 70 y 2000. Como primer apartado hablaremos de Antonio Lima Vergara quien da paso a un legado de tradición y cultura en la preparación de curados.



Fotografía de Estefanie Labastida Armas

Nacido el 14 de mayo de 1930 en Juchitepec Estado de México, hijo de Antonia Vergara y Santos Lima, la familia Lima Vergara estaba integrada por 11 hijos, de los cuales 2 eran adoptados, Don Toño no recuerda muchos aspectos de la vida de sus hermanos, debido a complicaciones en la salud de Santos Lima este falleció en el año de 1942, dejando en la orfandad a la familia, la abuela materna Rosa en conjunto con la Señora Antonia Vergara sacarían adelante a la familia.



Fotografía tomada por Ubaldo Rojas Lima

La infancia de Antonio Lima se desarrolló trabajando en el campo de peón y jornalero, comenta que aprendió a contar y a sumar cargando y estibando bultos llenos de avena, estos tenían que ir apilados en columnas de 10 costales. “antes no teníamos tiempo para ir a la escuela como ahora, tenías que aprender tú solo, a mí me enseñó mi abuela, si no aprendía me ponían a llenar los bultos”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

En los años 1895 y 1960 la medida de analfabetismo comprende a la población de 6 años o más que no saben leer ni escribir. De 1970 en adelante, el analfabetismo se compone con la población de 15 años o más que no sabe leer ni escribir, lo que significaba el 35% total de la población. Inegi (2010).

El pulque comenzaba a dar los primeros coqueteos con Antonio, debido a que la abuela Rosa les dejaba una jarra de pulque blanco y un plato con sal a la hora de comer para acompañar las tortillas hechas a mano y los frijoles en caldito con cebolla y chile picado, aquí comenzaría el contacto de Don Toño con el pulque, dupla que a la larga sería inseparable.

La jornada en el campo era desde temprano y día a día así transcurrió la adolescencia de Antonio, “el trabajo en el campo es todos los días, no hay día de descanso como en la ciudad, en la faena se pierde la cuenta de los días, no sabes qué día es lunes o domingo”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

A la edad de 23 años Antonio Lima se une en matrimonio con Delia Rueda León de 14 años, también nativa de Juchitepec. “Lo veía pasar en su caballo, siempre con sombrero y bien vestido, ese muchacho bien parecido y eso que era grande para mi edad” (Delia Rueda León, enero 2018).

A inicios de 1955 las ganancias que se obtenían de la cosecha de avena para forraje resultan insuficientes para la pareja, la llegada de la primogénita (Guillermina) a la familia Lima Rueda devela la necesidad de obtener una entrada de dinero más constante y fija, es por esto que Antonio Lima decide incursionar en la ciudad. La primera oferta laboral que recibió fue por parte de su tío Emilio Rueda, quien lo emplea en una pulquería para limpiar y pelar la fruta, debido a que no duraban los ayudantes Don Toño se vio forzado a formarse como pulquero de manera exprés.

Muchas ocasiones Don Emilio no cubría la totalidad del sueldo de los empleados, es por esto Antonio Lima decide buscar empleo en la pulquería “El Foco Rojo” ubicada en la calle de Violeta en el cuadro céntrico de Xochimilco. “mi tío no me pagaba completo, siempre le andaba echando [alcalizado], mejor me fui a trabajar con Don Eliseo Arenas, que le decían “El pisto” de Santa Cecilia Tepetlapa, se dedicaba a vender pulque y curados en Xochimilco, tenía toreos y una pulquería”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

Una vez afianzado en el Foco Rojo Don Toño comenzó a tomar más aprecio por esta nueva profesión, el talacho (Herramienta que se utiliza para labrar la tierra, rascar, quitar raíces o piedras, es similar a un azadón y al igual que este tiene un cabo de madera.), la yegua, la yunta y las parcelas quedaban en la lista de espera hasta que Antonio se estabilizara en la ciudad.

Los días domingos la ley estipulaba que no había venta de pulque, lo que era aprovechado por Antonio Lima para regresar a su pueblo, ver a su familia y aprovechar el lunes de descanso para ir a trabajar al campo.

El año 1958 trae consigo la segunda hija en la familia Lima Rueda (Martha), Antonio Lima decide traer a su familia a Xochimilco en busca de una mejor calidad de vida, dejando atrás la vida rural y por delante su nuevo oficio de pulquero.

El fenómeno de la migración del campo a la ciudad daba sus primeros esbozos en la década de 1930, 2.8% de la población rural migra a la ciudad, durante la década de 1940 esta proporción sube a 6%, mientras que en la de 1950 baja a 4.3% (CEED, 1970).

Las arduas jornadas en el Foco Rojo sirvieron para que Don Toño perfeccionara los conocimientos en su trabajo; pulquero/jicarero, Se llama así en México a los dependientes encargados de expender el pulque. (Rebeca Barriga, Pedro Martin, 2010)

La estancia en dicha pulcata hicieron que él aprendiera las mañas con santos y señas del negocio, lo que en un inicio era lidiar con clientes, llevar las cuentas y curar, ahora surgía una nueva visión, hacer rendir el pulque para obtener mayores ganancias y ganar un dinero extra no reportando todas las ventas. “Ahí aprendí a despachar y administrar, también me enseñaron a paladear el

pulque, me iba en la madrugada a la aduana en la terminal del tren en San Lázaro para marcar, ahí llegaban los barriles y teníamos que ir a probar los que estaban buenos, llevábamos la medida para catar, un vaso de esos llamados caballitos tequileros con un lazo amarrado para introducirlo por los orificios de las tapas de los barriles, para eso era el lasito amarrado, para no meter los dedos, en la bolsa de mi chamarra traía una tortilla dura, la mascaba antes de probar otro pulque, para quitarme el sabor del otro que acababa de paladear, así como le hacen ahora con los chicles para quitar el sabor de la comida”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018)

Cada tercer día Antonio acudía a la aduana a marcar los barriles que iba a comprar, los marcaba con un gis escribiendo su nombre o el de la pulquería donde tenían que entregar el cargamento, en una hoja anotaba el número de barril, el rancho de procedencia y el lote, de esta manera se levantaba el pedido, para cerrar el trato pagaba en la caja y listo, la transacción estaba hecha.

El lunes era día de ley seca por mandato oficial, esto era aprovechado por Don Toño vender pulque de manera clandestina en un toreo, es decir un puesto ambulante que se dedica únicamente a la venta de pulque y “torea” a las autoridades que se ubicaba en el barrio de San Diego Delegación Xochimilco, era su propio negocio, este giro estaba fuera de la ley por lo cual en varias ocasiones fue castigado y sancionado por la autoridad. “Muchos vendíamos pulque toreando, ahí ganábamos más llegaba a vender hasta 10 barriles, lo malo es cuando te agarraban los agentes tiraban todo y te subían a la perrera y directo a dormir en frío” (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

La venta de pulque en el toreo era un sobre sueldo para la familia Lima Rueda, este nuevo negocio sirvió a Don Toño para ganar clientes y renombre debido a que a pesar de ser detenido nunca desistió y continuó toreando, ésta práctica no fue del agrado de su patrón y considera desleal el negocio del toreo por lo que después de 10 años de relación laboral despide a Don Toño, esto no mermó con las aspiraciones de Antonio Lima quien ya hecho de fama y tablas en la escena pulquera de Xochimilco inmediatamente logra colocarse en la pulquería llamada “La Gueyotlica”

Debido a su carisma y al tinte de su humor negro siempre tuvo imán con los seguidores del pulque, por lo cual fue buscado por los dueños de otros establecimientos para ir a trabajar con ellos.

“Los mismos dueños de otras pulcatas o los que se iban a iniciar con un changarro me iban a ver a donde yo despachaba, me pedían que les echara la paloma [ayuda] y ellos me subían el sueldo.” (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

Las propuestas laborales de Don Toño nunca faltaban, su trayectoria como jicarero la construyó saltando de un establecimiento a otro. Debido a sus 88 años de edad no puede precisar las fechas, pero sí nos menciona el orden de los establecimientos en los que trabajó: “la verdad estuve en muchas pulcatas, en unas me salí porque me pagaban poco o porque no arreglaba con el patrón, muchas veces era un chinga trabajar y la paga era flaca, en otras la verdad me embriagaba y agarraba de la cuenta, por eso me corrían, estuve en estas pulquerías “La niña del barrio, de esa me salí porque me pagaban una miseria, El Acocote, ahí duré más, pero me invitaron al Fuerte de Guadalupe, esa tenía su competencia enfrente, las dos siempre estaban llenas, las Bailarinas fue la

única que estaba fuera de Xochimilco y la verdad no me gustó por eso me salí, en la del Maguey hubo bronca, cacharon a unos tomando alcohol y nos clausuraron, en *Las bailarinas* y *La Reina Xóchitl* no me gustaba la paga.” (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

Su paso por la pulquería *El maguey* menciona que fue rápido, en esta pulcata hizo exactamente lo mismo que en las anteriores; curar, despachar, administrar, preparar un molcajete con forma de marrano que le cabían 10 litros de salsa, hacer la botana que rindiera para un regimiento y picar⁵ para ganar lo suyo de manera discreta.

En 1975 cuando se encontraba de jicareo en la pulquería la Reina de las flores Don Toño padece los estragos del abuso del alcohol en combinación con la diabetes que le aqueja y tiene que dejar el cargo a su hijo Jorge de apenas 14 años de edad, pero ya con algo de experiencia en el ramo. Esta pausa le permitió regresar a sus labores en el campo, por lo que decidió retomar su herencia y echar a andar de nuevo la producción de avena, manzanilla, papa, haba y trigo.

Durante unas semanas Don Toño tuvo un receso en las pulcatas, pero no dejó del todo el ambiente pulquero, mientras se recuperaba decidió sembrar sus parcelas y alternar esto con el oficio de jicarero. Ahora se acoplaba con su hijo Jorge, de esta manera los dos escribían los cimientos de esta familia de pulqueros.

Ahora Don Toño supervisaba a regañadientes y su hijo dentro de la pulquería, observaba la elaboración de curados y hacía las cuentas, así durante más de

⁵ Picar es utilizado para hacer referencia a la acción de ganar un sobresueldo o ganancia extra a espaldas del patrón.

un año, en lo que se recuperaba del todo, ya que no podía permanecer de pie mucho tiempo.

Los años 80s trajeron un crecimiento en la cultura pulquera, ya que el número de establecimientos regulados y giros clandestinos aumentó lo cual benefició el fortalecimiento de las prácticas de producción, distribución y consumo. “recuerdo que éramos 36 pulquerías en Xochimilco, todas con gente, todos vendíamos, había hasta dos o tres por barrio (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

En estos años el pulque fue generoso con los productores y distribuidores, era redituable y se encontraba en el gusto de los habitantes de la zona de Xochimilco y pueblos circunvecinos.

Don Toño continuó forjando su prestigio, era obligada su asistencia a las fiestas patronales y a las verbenas en los barrios oriundos de Xochimilco donde era solicitado para alegrar las tertulias con un cargamento de pulque y curado.

Era buscado y visitado por los clientes, entre risas recuerda que en *La Reina de las flores* organizaba torneos de rayuela, esto a escondidas del patrón y de las autoridades, debido a que estaba prohibido hacer apuestas y los juegos de azar eran ilegales.

“Nos juntábamos como unos 20, hacíamos un juego donde los todos tenían que hacer el alacrán en el piso, el más grande era el ganador, esto servía para que consumieran más, otro juego era la rayuela, se jugaba en parejas, yo me iba con uno que era bolero, ese canijo era bueno, ya teníamos la estrategia, nos rolábamos cuando se hacía la jugada, uno fallaba el primer tiro al propósito y el otro le tenía que atinar, la entrada era de mil pesos, luego sacábamos

hasta 30 mil pesos”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

Los años 90s resultaron llenos de contrastes para Don Toño ya que se cambiaba toda la construcción cultural que había permeado hegemónicamente desde su arribo en 1955 a las pulquerías, el mito de la muñeca se reactivaba , mientras que la despenalización del consumo de bebidas embotelladas al interior de las pulquerías trajo consigo un cambio de 180 grados en la vida pulquera de Xochimilco, y es que todo esto significaría una oportunidad más para que las mujeres se desbordaran dentro de todo el espacio de las pulquerías de manera totalmente libre y sin restricciones, a partir de esta fecha ellas podían conducirse sin la necesidad de llevar acompañante varón. “Cuando los inspectores del departamento de Alcoholes nos avisaron que ya se podía vender cerveza y vino por copeo también nos dijeron que debería ser ambiente familiar y que las mujeres ya podían estar junto con los hombres tomando”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

Los 90s también trajeron la debacle de los toleos de pulque, ahora los seguidores del pulque se inclinaban por el consumo de la cerveza y el alcohol en las pulquerías.

Un dato curioso en el camino recorrido se presenta en este periodo ya que Don Toño brinda la oportunidad de trabajo a una travesti de nombre “Carlita”, el mismo Antonio no recuerda más datos de ella, menciona que falleció hace unos años. “Pues llegó vestido de mujer y maquillado, estaba alto el recabrón y tenía sus brazos bien anchos, era raro, ya los había visto en las noches en las cantinas pero no pensé que me fuera a pedir chamba, pues ese día faltó José

“el mono” andaba en el “cuete” (borracho) y Karlita me dijo que lavaba los vasos y los baños, duró como 5 años trabajando con nosotros, pensé que le iban a cargar burla, pero nadie le dijo nada, recuerdo que una ocasión se hizo la bola (pelea) contra unos borrachos y le saltó, pegaba duro tiró de un chingadazo a un chaparro, la verdad tenía chispa, jalaba mucha gente.” (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

A mediados de esta década se vivió una etapa de valles y crestas en las pulquerías, mientras unas estaban en su esplendor otras se encontraban en números rojos, las pulcatas comenzaron a desaparecer o mutar su giro por el de cantinas. “Al principio ganábamos bien con la cerveza y el vino, yo hacía rendir una botella y salía más de la cuenta, el chiste era servir las primeras cubas cargadas para que les pegara rápido y así consumían más, ya cuando estaban briagos y pedían otra ronda las servía pintadas de ahí sacaba para mis pasajes, lo mala llegó después porque ya se vendían bebidas alcohólicas en todas las tiendas, al patrón no le convenía pagar el sueldo de un pulquero/jicareo, le salía más barato pagarle a un cantinero”.

Debido a esto el patrón habla con Antonio y le informa que ya no le resulta negocio, en cuestión de días Don Toño y su hijo encuentran acomodo en la Botijona, donde ambos laboran en la barra, debido al carisma de Antonio Lima es buscado por “Don Cabello” que había comprado la licencia de una cantina del centro “El Gran Gaona”, trajo el concepto a Xochimilco con la consigna en darle mayor impulso al pulque.

A finales de los 90s el pulque ya no resultaba tan atractivo, las pulquerías comenzaban a desaparecer en Xochimilco “cuando empezó el 2000 ya nada más éramos 4 pulcatas en Xochimilco, las otras ya eran zapaterías, tlapalerías,

donde venden pintura, otras son el puro local vacío, yo mismo me decía que sí habíamos hecho mal en vender cerveza”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

De nueva cuenta el barco se iba en picada sin nada que lo detuviera, ya ni la cerveza ni el vino ayudaban a mantener a flote al Gran Gaona, el carisma, el imán y esa conexión que tenía Don Toño ya no estaba, a sus 70 años quedaba desempleado, por su mente pasaba la idea de regresar al campo, lugar que nunca dejó.

El retorno a su faceta de campesino esta vez en compañía de una nueva yegua y un par de botas negras que compró en Morelos con el dinero que le dieron al finalizar su relación con *El Gran Gaona*.

Ahora su presencia en las parcelas sería más constante y se daría el lujo de dar la mitad de unas en renta, semillas, surcos, el tlalacho y una bolsa de costal donde cabía el taco que Delia Rueda preparaba todas las madrugadas serían su cotidianeidad.

La fama que forjó le alcanzaba para ir a las fiestas patronales en Xochimilco para tener un recibimiento distinguido en cualquiera de los 18 Barrios y en especial en los Pueblos de la zona cerril: Santa Cecilia, San Mateo y Santiago Tepalcatlálpan este último sería la tentación para retomar el camino pulquero.

En el año del 2008 decide instalar un toreo que lleva por nombre “Pulque y Curados Don Toño”, concepto empleado por su Hijo Jorge en la feria de “La Flor más bella del ejido en Xochimilco”.⁶

El punto de venta estaba ubicado en la esquina que hacen la calle Avenida del trabajo y 2 de abril afuera de un local de video juegos propiedad del señor

⁶ Fiesta con más de 224 años de tradición en Xochimilco, donde se exponen productos originarios de la zona, como lo son hortalizas, todo tipo de gastronomía, dulces típicos y antojitos, artesanías, exposiciones ganaderas y su tradicional concurso de belleza.

Benito Peña, quien resulta ser compañero de parranda (fiesta) de Don Toño en los años 80s.

“Me invitó Don Benito a vender pulque, es que Santiago aun es pueblo, los primeros días no vendí ni \$200 pesos y eso que daba el litro a \$25, apenas estaba empezando, pero yo estaba acostumbrado a vender 10 barriles por día” (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, 2018).

La constancia y el apoyo de la familia Peña hicieron que don Toño se armara de paciencia, misma que le sería retribuida con fama y ganancias en menos de 3 meses.

“Las muchachas que venían de jugar me compraban hasta 10 litros, eran muchas, como unas 15, y todas tomaban pulque y le entraban al molcajete de salsa y a la botana” (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

De esta manera Antonio escribía otro capítulo en su vida de pulquero, ahora era la suya. Para el año de 2013 los altibajos en su salud lo separaban temporalmente de su negocio, debido a esto su nieto Ubaldo Rojas tenía que emerger como suplente.

Actualmente (2018) Don Toño se dedica al campo, siembra hortalizas en su casa, chile manzano, chayotes, chilacayotes, epazote y cuida de sus árboles frutales.

Jorge Lima Rueda.

Continuando con esta línea de biografías de nuestros entrevistados como parte de la tercera generación de pulqueros toca hablar sobre Jorge Lima Rueda.

Jorge, nacido el 21 de diciembre de 1961, su infancia la desarrolló en el barrio de Xochimilco al lado de sus hermanas y hermano.



Fotografía tomada por Ubaldo Rojas Lima

“Vivíamos en una vecindad, era una casona muy grande, compartíamos el baño, la pileta y los lavaderos con otras familias, esa vecindad ahora es la maderería San Marcos” (Entrevista con Jorge Lima Rueda, Tulyehualco, Xochimilco, junio 2018).

A la edad de 8 años Jorge pasaba con sus hermanos a la pulquería “El foco Rojo” a ver a su papá y a tomar un vaso de curado, esto lo hacían todos los días al salir de la primaria “Club de Leones” ubicada en el barrio de la Asunción, desde niño adoptaría el gusto por el pulque, cosa que con el paso de los años se hizo más constante.

“Cuando salía de la primaria pasaba a la pulcata, mi papá me servía mi pulquito en un vaso de cristal que equivalía a menos de medio litro, aparte del pulque me daba 20 centavos para comprar una paleta, antes los jicareros les daban dulces a los niños que iban por el encargo de pulque, por eso era común ver

niños entrando y saliendo por el departamento de damas". (Entrevista con Jorge Lima Rueda, Tulyehualco, Xochimilco, junio 2018).



Imagen tomada a través de la página web del museo del objeto <http://elmodo.mx/el-mododel-modomedidas-del-pulque/>

Esta costumbre de asistir todos los días por su pulque y dinero para la paleta duraría poco más de un año, la rutina llegaría a su fin debido a que Don Toño le parecía inadecuado que Jorge estuviera tanto tiempo en la pulquería.

Los años a lado de sus hermanos trascurrían, ocasionalmente Guillermina o Martha eran convocadas por Don Toño para ayudarlo en el toreo, debido a los roces con las autoridades, Don Toño considera que llevar a sus hijas es un riesgo y con un poco más de edad comienza a llevar a Jorge y Antonio.

La diferencia de año y medio entre Antonio y Jorge los haría crecer al mismo ritmo, debido a esto se acoplarían para trabajar juntos en el toreo de su padre.

Don Toño decide que es hora de que sus hijos se acerquen de lleno al negocio y opta llevarlos todos los domingos a trabajar con él a un toreo que tenía en el barrio de Santa Crucita.

“Ese toreo estaba en un callejón bien estrecho, apenas si cabían las barricas rodadas, yo tenía 10 años y mi hermano Antonio 12, nos tocaba lavar los vasos, hacer mandados, pero desde esos años me interesó y ya ayudaba a curar, era en el año del 72, en esos años mi papá vendía 10 barricas de 250 litros cada una, en esas fechas se vendía eso y más en un día”. (Entrevista con Jorge Lima Rueda, Tulyehualco, Xochimilco, junio 2018).

Para el año del 1976 Don Toño sufre una recaída en su salud debido a los malos cuidados a la diabetes que desarrolla, el consumo de bebidas alcohólicas y a las condiciones de su trabajo, ya que estar en la barra requiere estar todo el día de pie, debido a esto su hijo Jorge quien ya manifiesta un grado de experto y gusto por la faceta de pulquero se integra de lleno a *La Reina de las flores* como jicarero.

“Cuando tenía 14 años ya sabía curar, servir y hacer cuentas, aparte yo me veía grande, no aparentaba mi edad, parecía de 18, por eso no hubo problema, aparte era común que los niños trabajaran, me gustaba estar en la pulcata, mi papá estaba ahí para supervisar todo, otras ocasiones nada más pasaba por las cuentas” (Entrevista con Jorge Lima Rueda, Tulyehualco, Xochimilco, junio 2018).

Una vez que Jorge Lima demostró que era capaz de mantener en rumbo la pulcata ya era considerado como un empleado más, cosa que era eventualmente hasta que Don Toño gozara de cabal salud.

Sería hasta el año de 1985 que recibiera su primera gran oportunidad, Jorge tenía la encomienda de sacar adelante él solo una pulquería, esta ocasión sería un reintegro a su alma mater pulquera: *La reina de las Flores, expendio de pulques finos, cerveza y alcohol por copeo*, esto rezaba el letrero en su

entrada, prestigiosa pulquería ubicada en el cuadro céntrico de Xochimilco, debido a su ubicación era muy visitada, por ende, representaba el punto de encuentro ideal.

Ahora esta nueva etapa de Jorge como encargado le favorecía para perfeccionar todos sus conocimientos, mejoraría su técnica y mantenía el prestigio de su padre.

Un periodo de 5 años en la barra de la Reina de las Flores sería la cuota que el destino le había permitido a Jorge laborar en esta pulcatería, los factores económicos y varios roces con el dueño serían el detonante para finalizar la relación laboral, de esta manera Jorge decía adiós a uno de los últimos bastiones donde se emanaba la cultura pulquera en Xochimilco.

Por recomendación de Don Toño, Jorge no tardaría en hallar cabida en la pulquería *El Gran Gaona*, con 33 años de edad decide alternar su oficio de jicarero con un nuevo aprendizaje, encuentra una gran atracción por la talabartería, de esta manera se hacía de otro oficio que empleaba ardua labor con las manos y extensas jornadas laborales, la recompensa para él sería posicionar sus productos como lo son, todo tipo de cinturones, desde vaqueros, calados y de vestir, fundas para navajas, puñales y cuchillos de uso en las carnicerías, también monturas y bolsas.

En estos años se da la debacle en el consumo del pulque, las ventas bajan y las pulquerías cierran sus puertas, debido a esto Jorge es despedido del Gran Gaona.

“La venta del pulque se cayó, esto porque subían los precios de las cosas, de la fruta, el azúcar, y el pulque subió primero 50 centavos y después \$1 por litro,

el aumento se da en el mismo año, era como en el 95". (Entrevista con Jorge Lima Rueda, Tulyehualco, Xochimilco, junio 2018).

El cierre de la década de los 90s trae consigo un nuevo empleo como jicarero para Jorge, esta ocasión la suerte le lleva a "La Botijona", ubicada en la esquina de Morelos y Cuauhtémoc en el barrio de San Pedro, donde antes estaba situada la estación terminal del tren ligero, la etapa en esta pulcata sería más tranquila, ya no había tanta responsabilidad, tenía más compañeros de trabajo, el pulque ya no era el anfitrión en su propia casa, ahora la cerveza dominaba el gusto de los consumidores. "Durante 1995 la economía entró en crisis y los precios de los productos y los servicios aumentó generando una situación de encarecimiento y pobreza en el país". (Guillermo Ortiz, 2009).

"Ya no jalaba tanto el pulque, pura cerveza se vendía, recuerdo que en el 2001, llegaron los zapatistas al deportivo, ahí acampaban, una ocasión se metieron a la pulcata, eran un montón, ese día se vendió lo que nunca de pulque, curaba a cada rato, lo raro es que los zapatistas no traían campesinos, yo pensaba que eran pura gente de campo, me sorprendí al ver puro europeo, güeros de ojos azules, cabello rubio, altos, igual las muchachas, todos le entraban al pulque, recuerdo que les decían los monos blancos" (Entrevista con Jorge Lima Rueda, Tulyehualco, Xochimilco, junio 2018).

"Xochimilco te traigo un saludo del último rincón de la provincia de la República Mexicana" dijo Marcos a los habitantes de la localidad "a ti que eres el primer rincón de la provincia mexicana".

En su discurso en la explanada del Deportivo Xochimilco, el dirigente del EZLN criticó a los empresarios mexicanos, que dijo, quieren acabar con los indígenas." (María Elena Navas 2001)

Esta aventura la cuenta sin reparo, sin sorpresa, él los miraba como turistas.

El primer tercio del 2002 traía en la agenda el festejo de la feria de "La flor más bella de le ejido", en Xochimilco, esta feria incluye productores, agrícolas,

ganaderos, exhibición de las hortalizas producidas en la delegación, muestra gastronómica, representantes en el ramo de la apicultura, artesanos, todo tipo de oficios propios de la zona, el broche de oro de esta festividad es el certamen de belleza.

“Ese año me invitaron a participar los del departamento de fomento económico, yo era el único pulquero, pedí permiso en la Botijona para irme 15 días a vender a la feria, la verdad me fue muy bien, ahí fue cuando saqué el concepto de *Pulque y Curados Don Toño*, por la fama de mi papá y como homenaje a mi maestro, también porque la gente sabían que somos pulqueros de años y conocemos el negocio, tanto fue mi éxito que regresé año con año.” (Entrevista con Jorge Lima Rueda, Tulyehualco, Xochimilco, junio 2018).

Ese año estaría lleno de contrastes, ya que pierde su trabajo en la Botijona debido a la mala relación con sus compañeros y a que el ambiente no era el óptimo, por esto decide salir a vender pulque en los embarcaderos.

“Ya tengo 16 años toreando en los embarcaderos, me estaciono en el portal con mi diablito, ahí llevo los curados en botes, le agrego unos hielos de pulque para que estén bien fríos, en ocasiones me voy a los mercados, nada más me fijo que no estén los de vía pública porque esos levantan a todos.” (Entrevista con Jorge Lima Rueda, Tulyehualco, Xochimilco, junio 2018).

Actualmente Jorge Lima sigue toreando en los embarcaderos, también puso un toreo en su casa, continua activo en la escena pulquera, cada año vende en la feria de la nieve, en la flor más bella y en la demostración gastronómica de “El taco placero” en el jardín de Xochimilco.

Ubaldo Rojas Lima

La cuarta generación de pulqueros de nuestra investigación es José Ubaldo Rojas Lima nacido en la Ciudad de México el 29 de julio de 1981, hijo de Martha Lima Rueda y Francisco Javier Rojas Bolaños, Ubaldo es el segundo hijo varón del matrimonio.



Fotografía de Marco A. López.

El pulque sería un objeto lejano para él en su niñez, esporádicamente tomaba curado y pulque blanco, a la edad de 10 años pasaba con su mamá a la pulquería *El Gran Gaona*, donde Don Toño era el encargado, cada que hacían la visita al establecimiento eran recibidos con un taco placero y un pulque, el cual era opcional, podrían elegir entre un refresco o un curadito.

“Recuerdo que cuando era niño mi mamá no me dejaba tomar mucho pulque, la dosis era una prueba y ya”.

Las visitas a la pulquería se harían más constantes, algunas veces para saludar al “abuelo”, otro de los apodos de Don Toño, unas ocasiones más para

recibir el gasto para la abuela y casos extremos para saber porque Don Toño no había llegado a dormir a casa.

“Unas ocasiones teníamos que ir a la pulquería porque mi abuelo no llegaba en varios días a la casa porque andaba en el agua y se la seguía hasta 15 días” (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

El camino de Tulyehualco a la pulquería era sencillo, bastaba con tomar un camión en la base y descender en la calle de Cuauhtémoc en Xochimilco, una parada antes del centro delegacional. Debido a que no era un trayecto complicado Ubaldo era requerido para hacer viajes exprés por encargo de la familia.

En el tercer año de secundaria era comisionado para llevar y traer cosas “Recuerdo que tenía que irme temprano para evitar que alguna autoridad me viera de dentro de la pulcata ya que era menor de edad, llevaba zapatos boleados y ropa limpia para mi abuelo, él me daba el par sucio y los tenía que llevar a dar bola afuera del mercado o esperar a que llegara el bolero a la pulcata, también me entregaba cosas que le empeñaban y nunca regresaban por ellas, había ropa, sombreros, cinturones o los clásicos trueques: cocoles, menudencias entre las que recuerdo; hígado de res, riñones, corazón y en el mejor de los casos medula para un caldo, también el dejaban recaudo y en una ocasión un par de gallinas de engorda”.

La actividad de mensajero entre la familia y Don Toño era una vez por semana, esta acción era por las mañanas porque Ubaldo asistía a la secundaria por las tardes y no podía faltar a la escuela.

“Me gustaba el ambiente en la pulquería, a veces llegaba y aunque aún no estaban dando servicio a todo el público él y sus amigos ya estaban tomando

pulque o copa, mi abuelo me mandaba por la fruta y por los ingredientes para los curados y la salsa, recuerdo que hacía dos o tres sabores por día, por esto yo tenía que ir al mercado por la fruta en cajas, arpillas o los atados de apio. La paga por mis servicios eran 10 pesos, un taco de hígado o de riñones a la mexicana y un vaso de curado o refresco.” (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

Los primeros roces con la escena pulquera era un tema secreto, Ubaldo no debía contar de esto a sus compañeros de la escuela porque esto lo condenaba a ser el centro de la burla, a finales de los 90 el pulque atravesaba por una mala racha ocasionado por el mito de la muñeca y la mala fama que se les adjudicaba a los pulqueros

“Se encasillaba a los consumidores como borrachos, pobres, personas sucias, se decía que era para mugrosos, nacos, personas sin educación ni modales, en la secundaria siempre lo decían para hacer burla en general, las frases más comunes que escuchaba a lo lejos eran: “eres pobre y tu papá toma pulque”, “¿pulque’ ni que fuera macuarro”, “el pulque es para los puercos”, “le echan caca de vaca” “los que toman pulque están lombricientos”. (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

A principios del 2000 Ubaldo se encontraba inmerso con otro grupo de amigos donde el pulque era un pretexto para agarrar la fiesta, estos compañeros admiraban el oficio de la familia y presumían la amistad con los pulqueros. En esta etapa ahora las visitas eran a la pulcata que atendía a Jorge Lima Rueda, esto debido a que Don Toño se había retirado y la estafeta era entregada al tío Jorge.

En estos años Ubaldo iba en plan de consumidor con sus amigos a la pulcata o al pueblo de Juchitepec donde la familia Lima siempre tenía pulque para las visitas.

En el 2008 Don Toño decide regresar al negocio, esto contra la opinión de la familia, las hijas mayores Guillermina y Martha se oponían rotundamente a esta actividad debido a su edad y al estado de salud mermado por la ulcera varicosa. Bastarían algunos años para que su nieto Ubaldo se integrara con él, esta vez para ayudar a preparar, comparar los ingredientes y ayudarlo a cargar los garrafones del pulque.

“Tenía que ayudar a mi abuelo a la fuerza, a veces venía regresando de la fiesta en la madrugada y mi mamá me levantaba a gritos, eran las 5, me decía que era un desconsiderado, que, si no sentía feo que mi abuelo estaba solo trabajando, a regañadientes, todo desvelado y crudo le ayudaba a curar, a mover el curado y a lavar los botes. Los métodos de enseñanza de mi abuelo eran poco afectivos, por lo regular eran con regaños, recibía regaños de mi madre por no ayudar y de mi abuelo por no saber ayudar, esto era mi cotidianidad matutina los fines de semana, muchas veces hasta ahí quedaba mi labor, otras ocasiones mi abuelo me pedía que fuera por él al puesto para ayudarlo a regresar a casa” (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

“Cada vez mi abuelo me requería con mayor frecuencia para ir con él al mercado y aprender a comprar los ingredientes de los curados, íbamos a las pulquerías para ver el movimiento, también le aprendí a no caer ante los regateos de los clientes, saber todo del oficio para defender mi producto con argumentos sólidos, también aprendí las mañas para hacer rendir el pulque e

incrementar las ganancias, básicamente mi abuelo me enseñó a ser un buen administrador” (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

“Mi Tío Jorge me decía que los jarros de los clientes se llenan al tope, al igual que las botellas para llevar, así lo clientes se van contentos, regresan y te recomiendan” (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018)

Ocasionalmente Ubaldo se quedaba al frente del negocio debido a que Don Toño tenía compromisos; fiestas, reuniones de campesinos o alguna complicación leve en la salud, esto era aprovechado por Ubaldo para desbordar lo aprendido de sus dos maestros, de esta manera fue acumulando experiencia que a la larga sería importante para llevar las riendas del pequeño negocio.

De 2000 a 2004 surge un repunte en la cultura del pulque en el año 2003 se presenta el documental “La canción del pulque” de Everardo Gonzales donde presenta una forma novedosa de hablar del pulque desde la etnografía donde presenta la parte urbana de la pulquería y la parte rural donde se encuentra el tlachiquero.

En el año 2000 es cuando se comienza a desmitificar que el pulque era elaborado con excremento, este nuevo boom se da desde el aniversario del bicentenario de la república, además de que las redes sociales fungieron como un escaparate informativo referente al pulque y a sus pulquerías.

El auge fue un repunte donde el pulque se colocó de nuevo en el gusto de los sectores que antes lo había malmirado, jóvenes, personas mayores, mujeres,

muchachas, deportistas, grupos, todo tipo de personas se volcaba en esos años a tomar pulque.

“Fue a partir del 2013 que mi abuelo comenzó a resentir sus molestias ocasionadas por la diabetes no controlada, esto me hizo quedarme al frente del puesto, desde ese entonces me delegó la responsabilidad del toreo, por otra parte tenía que informarle los sabores de los curados que pretendía llevar a la venta, hacíamos un cabildo y buscábamos los pros y los contras, de esta manera se protegía la inversión, esto debido a que en temporada de lluvia y frío las ventas bajan y por ende sería arriesgado invertir mucho”

Actualmente (2018) Ubaldo está al frente de la sucursal de pulque que edificó Don Toño, por su parte el señor Antonio Lima recibe sus cuentas cada quincena producto de las ganancias.

En este capítulo expusimos las biografías de los pulqueros que entrevistamos para la investigación, para darle mayor narrativa a esta parte decidimos resaltar algunos elementos que nos mencionaron los jicareros y los fortalecimos con algunos aspectos sociales que ocurrieron en los años que se mencionan en los testimonios, esto con la finalidad de crear un panorama más amplio de la cultura del pulque desde estas tres perspectivas distintas.

Zaira Cruz Rodríguez

Zaira Cruz Rodríguez tiene 28 años y comenzó a incursionar en el negocio del pulque debido a su amiga Magali, ya que le ayudaba a vender pulque, posterior a ello, decidió hacer su propio negocio junto con su madre, por lo cual su amiga fue parte fundamental para aprender a hacer curados de forma tradicional con la manta, licuadora y demás instrumentos.

En un principio comenzó vendiendo en la escuela de la FES Iztacala a través de compañeros suyos, luego en un local le propusieron vender pulque , sin embargo, ella decidió ir más allá de la zona en donde se encontraba , por lo cual, a través de redes sociales fue abriéndose espacio en distintas ferias de las distintas delegaciones de la Ciudad de México .Poco a poco ha sido recomendada de voz en voz por parte de sus clientes, además de conocer gente que le ha ayudado a que siga con su negocio adelante en distintas ferias. Zaira siempre fue una fiel aficionada del pulque y se fue introduciendo en el mundo del pulque de paso en paso, siendo intermediaria entre la venta y producción de pulque, hasta llegar al punto en donde decide buscar un contacto en Hidalgo que le vendiera el pulque natural, siempre y cuando fuera de calidad para poder realizar los curados con frutas de temporada, esto codo a codo con su mentora quien la guio en el proceso de elaboración de curados. Su madre nos comentó que ella también le gustaría aprender a curar el pulque, además de ayudar en la venta, pues considera que es una tradición que sigue en pie y debe continuarse.

Capítulo 3.

El pulque y el debate en torno a la Industria Cultural.

*“No fue democrática la llegada de la cerveza a las pulquerías, fue un acto
violento”.*

En este capítulo se va a desarrollar la industria cultural y sus vertientes en la escena pulquera en Xochimilco, por esto vamos a tomar en cuenta los testimonios de los expertos en la materia que entrevistamos, de esta manera vamos a recabar los elementos que ellos mencionan.

El análisis de nuestro trabajo se guía por la pregunta de investigación que es: ¿Cuáles son los cambios en las prácticas culturales y patrones de uso (producción, distribución y consumo) del pulque en pulquerías y toleos de la delegación Xochimilco?

En este apartado señalamos y abordamos el concepto de Industria Cultural, además de desarrollar otras categorías que consideramos directamente ligadas a la Industria Cultural como lo son: Gentrificación, Producción y Hegemonía, esto con la finalidad de enumerar los cambios producidos por la Industria Cultural y su acercamiento a las prácticas culturales dentro de pulquerías y toleos en la delegación Xochimilco.

Esta categoría tiene la finalidad de responder los objetivos particulares que planteamos al inicio de esta tesis, dichos objetivos son: Comprender de qué manera la industria cultural (venta de cerveza en las pulquerías, el pulque gourmet, el alcohol de baja calidad, la ley seca, gentrificación) ha intervenido dentro de la escena pulquera, según la voz de los entrevistados y nuestro análisis

Por otra parte, vamos a realizar un análisis actual de la producción de pulque en la delegación Xochimilco, contemplando los elementos que nos proporcionan los entrevistados, también vamos a tomar en cuenta nuestro trabajo en campo.

De igual manera en este capítulo vamos a explicar cómo se consolidan los toleos destinados a la venta producción distribución y consumo del pulque.

Es obligatorio precisar el término del concepto industria cultural, qué más allá de la concepción “frankfurtiana” que desarrollaremos, este concepto tiene otra acepción, como lo menciona el profesor investigador de Universidad Autónoma

de México Luis Monzón: “Una industria cultural es un conjunto de bienes, objetos, cosas, inmuebles que se dedica a la transformación de la naturaleza, que tiene como directriz la producción, la difusión, la promoción y la comercialización de bienes y servicios de contenido cultural, artístico o patrimonial”. (2018).

Antes de iniciar el análisis debemos esclarecer que nuestra intención no es satanizar el consumo de cerveza ni santificar al pulque, la finalidad de esta tesis es desarrollar un análisis crítico reforzándolo con una genealogía de unos jicareros⁷ y su visión con respecto a la llegada de la cerveza a las pulquerías y los cambios generados en las prácticas culturales y el valor de uso que emana de la cultura pulquera.



Tlachiquero. Foto: ©161453 Conaculta, INAH

Los testimonios de estas 4 entrevistas nos son de utilidad para obtener los elementos del proceso de transición de una generación a otra, aunque comparten el mismo oficio con la misma escuela de producción cada uno de ellos tiene una visión distinta.

⁷ Se llama así en México a los dependientes encargados de expender el pulque. Rebeca Barriga Villanueva, Pedro Martín Butragueño. Historia socio lingüística de México. Volumen 2. COLMEX.2010

La industria cultural surge con la era de la producción industrial capitalista la cual se encarga de generar artículos de manera esquemática para el consumo de las masas. Los avances tecnológicos logran un gran despliegue de los productos industrializados, gracias a la intervención de los medios de comunicación que son un gran vehículo para promocionar los bienes y servicios de la industria cultural, recordemos que hasta hace unos años las firmas cerveceras eran patrocinadores de eventos deportivos, conciertos y podíamos observar su publicidad en anuncios por todos lados.

“[...] la técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social” (Horkheimer Max, T. Adorno 2006, p. 166).

Consideramos que la Industria Cultural es un motor que generó cambios notables dentro de la cultura del pulque, no solo en el rubro de la producción y la distribución, sino que también el consumo fue alzando por la masificación cultural.

Ahora bien, en la construcción de esta tesis nos dimos a la tarea de rastrear estudios similares a los nuestros, dicha búsqueda nos hizo encontrar varios ejemplos donde se toca el tema de la industria cultural y el pulque.

La presencia de la Industria Cultural y el pulque lo han abordado otros investigadores desde una perspectiva distinta a la nuestra, pero han utilizado al igual que nosotros la etnografía, en primer plano tenemos el trabajo de Miguel Genaro Prieto Martínez, (1996) que lleva por título “Las pulquerías recuerdos del porvenir”, Universidad Nacional Autónoma de México. Tesis de licenciatura Facultad de Ciencias Políticas, este trabajo ubica su investigación en la Ciudad

de México. Esta indagación fue un escalón para realizar nuestro trabajo, las conclusiones de esta tesis nos resultan radicales ya que menciona que la escena pulquera está al borde de la desaparición debido a la modernidad y a la preferencia en el consumo de otras bebidas, lo que nos resulta de suma ayuda es que al igual que nosotros señala que el consumo de cerveza fue impuesto por la industria cultural.

Retomando la categoría que titula este capítulo consideramos que la industria cultural intervino dentro de la producción, distribución y consumo del pulque cuando se permitió la venta de bebidas alcohólicas embotelladas al interior de las pulquerías como lo menciona el señor Antonio Lima Vergara (Don Toño), quien es maestro jicarero con 68 años de experiencia en un periodo laboral en pulquerías que comprende 1950 a 1998 al cual le preguntamos: En tu experiencia ¿Cómo ha cambiado el consumo del pulque en Xochimilco? “a finales de los 80 llegó la cerveza y el vino, con esto se quitó el departamento de damas para hacer ambiente familiar, los mismos inspectores nos dijeron que ya no había bronca ni multas por vender cerveza y botellas” (Entrevista con Antonio Lima Vergara Juchitepec Edo Méx., mayo de 2018).

Aquí podemos encontrar dos cambios a consecuencia de la industria cultural el primer cambio es la llegada de las bebidas alcohólicas industrializadas al escenario del pulque, esta incursión dio un giro totalmente en el consumo y la vida de las pulquerías ya que, anteriormente estaba prohibido vender y consumir cualquier tipo de alcohol en las pulcatas.

Don Toño: “Por aquellos años estaba el departamento de alcoholes, supervisaban que no se vendiera cerveza y botellas dentro de las pulquerías, el comandante Williams era bien perro, hasta los botes de basura revisaba

buscando botellas vacías o las fichas de las cervezas, si encontraban algo era multa segura.” (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Juchitepec Edo Méx, mayo de 2018).

Con el testimonio anterior damos cuenta de que antes del año 80 no se vendían ni consumían bebidas embriagantes al interior de las pulquerías, el menú era exclusivamente pulque y curados.

El segundo cambio que refiere el entrevistado es que estas bebidas unificaron el consumo dentro de las pulquerías, se eliminó el departamento de damas con la intención de que hombres y mujeres consumieran por igual, al parecer la cerveza y el vino no eran un producto netamente del consumo varonil ante los ojos de las autoridades, esto es una clara muestra de que la industria cultural de las bebidas embotelladas produjo un cambio en las prácticas culturales en el consumo del pulque.

Retomando la pregunta anterior “Pues el principal cambio que he presenciado es la llegada del alcohol y la cerveza a las pulquerías, lo cual trajo la desaparición del departamento de damas, ahora se mezclan y pueden tomar todos en el mismo espacio, se quitó la escupidera y los juegos de azar” (Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, mayo de 2018)

La llegada de estas bebidas cambió el consumo dentro de las pulquerías, abriendo un camino para que las mujeres estuvieran dentro de un escenario que les tenía las puertas cerradas.

Walter Benjamín (2003) menciona que la industria cultural crea mecanismos de inclusión para todos los individuos y los objetos que ofrece son reproducciones de la forma de vida que dicta la esfera dominante. Los objetos estándares modifican las tradiciones, las estructuras culturales y crea una

agenda de consumo en los individuos, de esta manera los objetos uniformes son fuente de identidad y cohesión social.

El despliegue mercadológico y el posicionamiento de las bebidas alcohólicas unificó el consumo, se crea un consumo plural, estos productos llegan a todas las pulquerías y por obviedad generan más ganancias para las empresas y un mayor cobro de licencias e impuestos por parte del Gobierno.

La llegada de la industria cultural marca una nueva era en el consumo de objetos, la estandarización de la cultura crea uniformidad en algunos rasgos, el aspecto individual y diferente es relegado por las técnicas de producción, esto quiere decir que las pulquerías que no vendían alcohol tendían a solo ofertar el pulque y no otro tipo de bebidas.

La cerveza y el alcohol dentro de las pulquerías es un fenómeno que se encuentra vigente en los espacios destinados al consumo de pulque, la industria de las bebidas etílicas, principalmente la cerveza, dicta las reglas de consumo dentro de las pulquerías, como lo menciona Don Antonio Lima: “Hoy me fijo que en todas las pulquerías de Xochimilco ya venden mucha cerveza, ya no se deberían llamar pulquerías porque parecen cantinas, antes eso era multa.” (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Juchitepec Edo Méx, mayo de 2018)

La cerveza crea uniformidad en las pulquerías y no solo hablando del consumo, sino también en su apariencia, todas seguían los cánones implantados por las empresas cerveceras, como lo menciona Don Antonio Lima: “la corona daba sillas, mesas, charolas, tarros, hielo, hieleras para vender las cervezas en las pulquerías, poco a poco se fue quitando la barra y el departamento de damas,

ya nadie tomaba solo, ahora todos tomaban en las mesas”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Juchitepec Edo Méx. Mayo de 2018)

Continuando con el análisis podemos señalar como la industria cultural substituye los rasgos originales de una práctica cultural, los suplanta y crea una mezcla entre la cultura original y los aportes de la modernidad, crea una inclusión para todos, los productos de la industria cultural llegan al alcance de todos los sujetos.

Cuando la cerveza dominó el mercado, se creó la falsa idea de que los consumidores podían elegir entre el *neuhle*⁸ y la cerveza, pero no fue así, la industria cervecera le ganó la carrera al pulque en su propio escenario, como lo resalta Jorge Lima Rueda: “La venta de cerveza y alcohol en las pulquerías bajó las ventas del pulque, esto las está transformando en cantinas”. (Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco mayo 2018).

Industria cultural es un sector económico que comercia con símbolos, con el tiempo la cerveza se hizo el símbolo de la bebida popular, masificó su consumo y aumentó su producción, ingresó en las pulquerías de la delegación Xochimilco, su efecto embriagante es más rápido que el del pulque, a diferencia del pulque la cerveza es un producto ya terminado, en cambio el pulque lleva su proceso de elaboración de manera artesanal.

El camino para el auge de la cerveza fue puesto por el Gobierno, ya que el pulque pertenece a ramo de campesinos independientes, los cuales no representan ingreso sólido para el Gobierno. Por otra parte, la cerveza paga impuestos y genera empleos directos e indirectos, tiene presencia en todos los

⁸ En efecto, *pulque* o *pulcre* abunda ya en las crónicas de la Nueva España, conviviendo con *vino* y *aguamiel* o con las voces nahuas *neuhle* y *octli* con sus distintas variantes (*iztac octli*, *teooctli*), y en nuestros días, según Juan M. Lope Blanch, representa por su importancia, “al igual que *aguacate*, *cacahuate*, *coyote* y *tamal*, uno de los vocablos de significado privativo que no sufre embates de otras voces sinónimas”

locales comerciales de conveniencia, es por esto que logró colocarse en el gusto de los consumidores.

El pulque enlatado.

Ahora vamos a desarrollar el tema del pulque y sus coqueteos con la industria cultural, esta relación surge por iniciativa de unos cuantos productores independientes en algunos intentos por industrializar al pulque para posicionarlo en otros mercados y hacerlo llegar a más consumidores. Esta decisión sigue en proceso debido a que es muy complejo envasar al pulque a consecuencia de sus características naturales, contenido que abordaremos capítulos más adelante en la categoría de “Pérdida del aura”.

Este mismo tema ha sido investigado por Amaury Jurador Olvera Torres, (2011), que lleva por título “El pulque, una bebida tradicional en peligro de extinción”, en este trabajo el investigador menciona que la cerveza pone en riesgo inminente la tradición pulquera y plantea que una posible salvación del consumo del pulque es envasarlo para que pueda competir directamente con la cerveza.

Olvera Torres contempla que el pulque enlatado es la mejor opción para mantener viva esta bebida y hacerla llegar a otros escenarios y nuevos consumidores.

La salida del pulque de su hábitat es un acto para convertirlo en un objeto político, un objeto al alcance de los sujetos que antes no tenían acceso al consumo del mismo. Walter Benjamín (2003), menciona que la reproductibilidad técnica saca el objeto de su valor ritual y su contexto para convertirlo en un objeto político al alcance de todos los sujetos.

El pulque enlatado llega a nuevos escaparates, sale de las pulquerías con la intención de conseguir más adeptos y alcanzar en la carrera del consumo a la cerveza, la cual le aventaja por mucho debido al empuje industrial, la mercadotecnia y la ayuda gubernamental.

El pulque en lata o envasado en la actualidad es un tema controvertido, aún no se gana consumidores y por ende las ventas de este no son favorables, las ventas bajas de este producto se deben a que los apasionados de esta bebida no conciben positivo el hecho de que el pulque esté fuera de su escenario, al respecto nos habla de esto Don Toño: “También eso del pulque en lata no sirve ni que fuera cerveza, eso no va, eso le da en la torre al sabor, tan rico que sabe un pulquito fresco servido en jarro”. (Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, mayo 2018).

En este caso Don Toño un Jicareo de oficio menciona que estas prácticas industrializadoras son una osadía para el pulque, hasta menciona que el pulque se debe tomar en jarro, no enlatado, señala que eso es nada más para la cerveza, desaprueba esta incursión del pulque, este intento de algunos productores por envasar el pulque rompe con el sentido aurático del pulque, tema que desarrollaremos capítulos más adelante.

La gentrificación.

Se entiende por gentrificación a los procesos de renovación de viejos espacios urbanos mediante transformaciones materiales e inmateriales, estos cambios van desde factores económicos, sociales y culturales (Boldrini y Malizia, 2014).

La esquematización de los recintos llega con las licitaciones, los patrocinios y las marcas que hacen de los espacios una vitrina más para mostrar una mercancía o un producto, en este caso las pulquerías pasaron de ser espacios

urbano rurales a ser bares turísticos, como lo refiere Ubaldo Rojas: “En la mayoría pulcatas ya te venden playeras, tarros, posters, fotos, todo tipo de mercancías relacionadas con el tema del pulque, tomar pulque ahora es comprar una imagen, comprendo que éstas entradas de dinero extra son un aporte para estos espacios, pero ya parecen tienda de recuerdos”. (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima UACM SLT, junio 2018).

La gentrificación desplaza el paisaje rural y crea un lugar turístico, se vende la idea de un supuesto rescate o renovación del espacio urbano y lo único que pasa es el apropiamiento por parte de un particular, estos cambios se manifiestan en el ámbito económico, social y cultural. Este fenómeno se ha presentado en colonias y barrios de abolengo de la Ciudad de México lo cual propicia la desaparición de las prácticas culturales endémicas y la llegada de unas nuevas.

Don Toño: “...del año 60 al 90 éramos 63 pulquerías en Xochimilco había gente para todos, todas llenas, ahora nada más quedan dos, las otras desaparecieron, los dueños vendieron, algunos se elevaron (fallecieron) y los hijos no siguieron con el negocio, ahora en su lugar hay zapaterías, tiendas, casas y accesorias”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Juchitepec Edo. Méx. Mayo 2018).

Este reordenamiento urbano desaparece los espacios populares y son administrados por particulares, los negocios independientes seden el espacio a las cadenas corporativas que pagan un precio muy bajo por los inmuebles, lo cual incita la desaparición de las colonias populares.

En cierta medida podemos mencionar que la gentrificación ha servido para unificar espacios, el claro ejemplo lo encontramos en los centros comerciales,

todos obedecen al mismo esquema, todo es igual, desde el acomodo de las mercancías, las fachadas, la estructura y el inmueble.

Cuando hablamos del proceso de gentrificación también hacemos referencia no solo al espacio sino a los objetos que se van transformando y adaptando, mientras surjan nuevas ideas de consumo y quienes lo consuman seguirá extendiendo un cambio en las prácticas culturales.

“No soy partidaria de esos espacios, la verdad es que pierde lo tradicional del pulque, parecen más como licuados, como esquimos y pierden el sabor del pulque, lo rico, lo baboso, el cuerpo del pulque, estos espacios no me agradan porque van personas que no les encanta el pulque, sino que van por moda, no hay como una pulquería en el barrio con raíces. Un pulquero no se acerca a una pulquería en insurgentes, un señor va a el templo de Diana o algo más tradicional”. (Entrevista con Zaira Cruz Rodríguez en la Ciudad de México, octubre de 2018)

El ejemplo anterior corresponde a como se han ido introduciendo nuevos procesos de elaboración del pulque. Así mismo nuestra entrevistada nos comentó respecto a los espacios en zonas urbanizadas en donde se pierde lo tradicional del pulque y parecen más como licuados, esquimos y pierden el sabor a pulque, pero es mercado para ellos.

Hegemonía.

Consideramos el concepto de Hegemonía propuesto por Antonio Gramsci sigue vigente en nuestra sociedad y para ser más específicos dentro de la cultura del pulque, por consiguiente, vamos a describir los mecanismos hegemónicos que encontramos en nuestro análisis.

Para continuar vamos a desarrollar el concepto de Hegemonía, este parte de la expansión de un discurso que fija un significado parcial alrededor de los sujetos en donde involucra un discurso de normas, valores, puntos de vista y percepciones, a través una perspectiva de cómo se tiene que ver cierto objeto, es decir, dentro de nuestra investigación consideramos que la Industria y el Gobierno buscaron desprestigiar a la cultura del pulque sembrando mitos con la finalidad de colocar a la cerveza como un objeto saludable, digno y necesario para todos.

Se llama hegemonía, “(...) el momento del consentimiento, de la dirección cultural, para distinguirlo del momento de la fuerza, de la coacción, de la intervención legislativa estatal, o policíaca” (Antonio Gramsci: 1937, p. 616).

La clase que posee los medios de producción propone el consumo, es decir aquellos que tienen el poder deciden qué tipo de mercancías e ideologías deben de seguir los demás por lo cual, la clase proletaria queda subyugada con ideología hegemónica.

La apropiación de los espacios populares para proponer una nueva interpretación del espacio social esto con relación en como el pulque era desprestigiado, sin embargo, hay espacios en zonas urbanas de clase media en donde se comercializa a un alto costo haciendo una gentrificación de ciertas mercancías que van dotando de cierto significado y sentido al sujeto para conformarse así mediante una ideología impuesta.

La definición propuesta por Gramsci nos permite construir una mirada más actual de la cultura hegemónica en el sentido en el que la oferta de consumo por parte de las grandes industrias va a combinar la cultura popular y sus espacios con los bienes generados por cultura dominante.

Con lo anterior es preciso mencionar que dentro de las inconsistencias que existen en nuestro campo de estudio están ligadas a través de diversos factores, la mercantilización del pulque en zonas urbanas busca modernizar y poner a la moda lo cultural y rural a través de la apropiación cultural del pulque, buscando así una representación del sujeto.

Dentro de nuestra investigación consideramos que la industria cervecera buscó desprestigiar a la industria del pulque a través de mitos y artimañas. Sin embargo, la pertenencia y significación de los sujetos sigo preservando esta tradición manteniendo a la fecha la distribución, consumo y producción de pulque.

La vigencia de una costumbre y su identidad depende de una lucha que no se encuentra asegurada por ninguna ley, sino que los actores buscar redimir sus raíces pese a los dominios impuestos.

Debido a que la producción y distribución del pulque no representa una ganancia neta para la industria este se ha sido relegado, otro factor que cabe mencionar son los operativos montados por el Gobierno como lo eran en los años 60s el departamento de alcoholes y salubridad, con la finalidad de sancionar a las pulquerías y toros de pulque, hoy en día vía pública, salubridad y el departamento jurídico de la delegación Xochimilco limita la venta y consumo del pulque.

La fuerza pública.

La parte de la dominación hegemónica es implementada a la sociedad por medio del gobierno e instancias de poder, este a su vez emite leyes para normar el comportamiento de la sociedad, nosotros las negociamos y hacemos una reinterpretación de las mismas, cuando la sociedad no se mantiene dentro

de este marco legal el gobierno hace uso de sus fuerzas coercitivas, esto siguiendo una lógica de castigo e infracción.

En el tema del pulque las fuerzas coercitivas son: el departamento de Jurídico y vía pública, la policía, inspectores de la Secretaría de Salubridad, hoy en día Protección Civil y el comité de mayordomos de los pueblos.

En los centros urbanos, la misma historia con el agravante de que las pulquerías presentaban escenas repugnantes cuyos actores eran borrachos con levita y corbata secundados por una plebe miserable, todo ello sin mencionar su proclividad al crimen y al delito tanto en el campo como en la ciudad, lo anterior existe actualmente en nuestros días en lugares variados donde las personas se concentran a beber bebidas alcohólicas, no necesariamente pulque (Taylor, 1987, p:296)

Para la cultura del pulque llegó una reglamentación, desde clausuras a locales por vender alcohol y cerveza, también el hecho de que una mujer osara incursionar en el departamento de hombres era una falta grave, como lo menciona Don Toño: "...antes era multa que se mezclaran hombres y mujeres a tomar, por eso existía el departamento de damas, el gobierno mandaba inspectores para revisar que no se vendiera alcohol en las pulcatas, las multas iban desde \$30,000 y lo peor es que te clausuraban el changarro". (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Juchitepec Edo. Méx. Mayo 2018).

En este fragmento de la entrevista podemos observar la normativa que imponía el gobierno, mismas leyes que fueron quitadas posteriormente por el mismo órgano gubernamental para permitir la venta de cerveza, mientras no llegaba el cambio todo se debía regir conforme al marco legal establecido por las autoridades.

Romper las reglas implantadas por el gobierno implicaba una sanción económica o física, este tema nos lo cuenta Don Toño, quien tuvo varios roces con las autoridades por ejercer la venta del pulque en Xochimilco: "En los

toreos era cosa seria porque no tenía permiso, tiro por viaje me llegaban a cachar los de la policía, me tiraban el pulque en la calle, rompían los jarros, me daban de golpes y jalones, iban armados los agentes, me subían a la perrera y me iba dos días a la cárcel, había muchos piojos en el bote por eso te bañabas a fuerza, pura agua fría y jabón de lejira, con ese te ardía todo es de pura sosa por eso mejor siempre tenía en la chamarra mi sácate y un cacho de jabón”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Juchitepec Edo. Méx. Mayo 2018).

Aquí podemos apreciar las consecuencias de ir contra la hegemonía, sanciones físicas y económicas.

La hegemonía y el poder de las autoridades se ejercían de lleno sobre las pulquerías y los toleos de pulque en Xochimilco, una vez intervenidos estos espacios por las normas y leyes las autoridades decidieron ir más allá, no era suficiente el control y la supervisión de estos espacios, el gobierno optó por abarcar el ámbito de la distribución de manera total, fue aquí donde se internaron en el ámbito de la distribución en toda la Ciudad de México.

“De 10 eventos que hay en 3 tal vez te den oportunidad de vender pulque, si hace falta más espacios que abran, piensan que el pulque va crear caos, y la verdad es que no, en ferias se cuida mucho esa parte para que no nos cierren esa parte, el crear espacios culturales que se conserven y difundan es chévere pero hace falta más difusión “(Entrevista con Zaira Cruz Rodríguez en la Ciudad de México, octubre de 2018).

El dominio sobre la distribución local y el consumo no eran las únicas herramientas que tenía que regular el poder. El pretexto de la muñeca y los mitos al pulque justificaban el arribo de las autoridades de Salubridad a las llamadas “aduanas”. Estos lugares se ubicaban en la estación terminal del tren

en San Lázaro, como lo menciona Don Toño: “Los inspectores de Salubridad eran de la rechingada, esos iban a las aduanas en San Lázaro porque ahí llegaba todo el cargamento en tren de Hidalgo, Puebla, Tlaxcala, el pulque que llegaba del Estado lo traían en camionetas.” (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Juchitepec Edo. Méx. Mayo 2018).

“Ellos tenían un tubo delgadito con un espejo en la parte de abajo y otro arriba, lo metían en los barriles para buscar a la muñeca, también llevaban unos vasos con una medida, disco para checar la calidad del pulque, ¿ellos qué iban a saber de calidad del pulque?, nunca encontraron nada, pero según ellos había pulque que no cumplía la calidad y lo tiraban, muchas veces se lo llevaban en camionetas confiscado y lo revendían en otras partes, poco después todo se calmó, se tenía que pagar una cuota por cada barril y barrica de pulque que entraba al Distrito, según era para certificar la calidad”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Juchitepec Edo. Méx. Mayo 2018).

A manera de resumen hacemos mención que las autoridades siempre han tomado un papel autoritario sobre los ciudadanos, restringiendo y limitando el consumo en lugar de llegar a un acuerdo donde todo sea regulado.

En el tema del pulque consideramos que existe una mala imagen y persecución por parte de las autoridades, ya que lo encasillan como bebida alcohólica.

Los medios de comunicación.

Uno de los momentos críticos ocurre en 1901, cuando el diario de circulación nacional. En un artículo titulado “Tragedias de Pulquería” (periódico La columna, 1901). Lo que se buscaba era exhibir las riñas, peleas, los crímenes y

toda clase de hechos a sangre fría ocurridos en las pulquerías para que el gobierno interviniera cerrando las pulquerías. (La columna, 1901).

Desmitifican Proceso de Elaboración del Pulque

MEXICO, D.F., 9 de enero, *Notimex*. El pulque, una bebida fermentada del jugo del maguey y principal bebida alcohólica en México desde épocas prehispánicas, fue desplazada del gusto popular a principios del siglo XX con el mito de que en su elaboración se usaba excremento.

El Instituto Nacional de Antropología e Historia (Inah) dijo hoy, en un comunicado, que una investigación de dos de sus especialistas demostró cómo se formó el mito sobre el proceso de fermentación del pulque de que se usaba materia fecal para "desalentar el consumo".

El Inah indicó que esta investigación de los antropólogos Rodolfo Fernández y Daría Derega fue publicada en la revista *Diario de Campo*. En su texto los especialistas señalaron que, efectivamente, se demostró que hubo casos en que se usaban este tipo de materias en la elaboración de bebidas como el tequila y el mezcal, pero que "su práctica se perdió con el tiempo".

Sin embargo, precisaron que la creación del mito en torno al pulque coincidió con la llegada a México de la industria cervecera europea, lo que permitió desplazar a esa bebida para impulsar el consumo de cerveza principalmente en el centro del país.

"En el siglo XIX los fabricantes de cerveza promovieron esa calumnia para favorecer la venta de su producto a partir del desprestigio del pulque, que se consumía en la región del altiplano mesoamericano desde la época prehispánica", indicaron los expertos.

Precisaron que la versión difundida era que en los barriles se introducía una "muñeca", una bolsa de tela rellena de

excremento, con la finalidad de acelerar el proceso de fermentación de la bebida, conocida popularmente como "el néctar de los dioses".

De acuerdo con la investigación, los expertos señalaron que en este uso de la "muñeca" se realizaba no en las fábricas sino en algunas pulquerías o expendios de la bebida. Asimismo, los antropólogos afirmaron que esta calumnia sobre la "condición inmunda" del pulque fue promovida por el gobierno de Lázaro Cárdenas (1934-1940) como parte de una campaña en contra del alcoholismo.

Por el contrario, la propaganda de la cerveza la señalaba como una bebida familiar y "rigurosamente higiénica y moderna, e incluso se llegó a recomendar como su consumo con fines diuréticos, como estimulante de la circulación sanguínea y como un elemento que elevaba la presión arterial".

Los investigadores señalaron que de esta forma el pulque perdió su privilegio como bebida nacional ante la llegada de una bebida europea. Otros factores que contribuyeron al declive del pulque fueron que su consumo se limitaba a la zona del altiplano de México, y no era del gusto de la población de otras zonas del país.

"El pulque es una bebida cuyo gusto no se adquiere con facilidad por su olor acre y su textura viscosa. Se puede decir que los mexicanos que no nacieron con él, difícilmente podrán adquirir la costumbre de beberlo", dicen los expertos. Asimismo, los antropólogos señalaron que en la fabricación del pulque se utilizaban contenedores de piel de vaca, que tienen una gran cantidad de materia orgánica "que no son precisamente materia alimenticia".

imagen del periódico "Diario de Manzanillo" 10 de enero de 2007

Algunos mitos fueron propagados por los medios de comunicación impresos, debido a que el pulque superaba en consumo a la cerveza como lo comenta el productor e historiador Rodolfo Del Razo, "Algunos competidores de la bebida - que en 1930 se vendía 6000 litros de pulque por cada litro de cerveza- comenzaron a esparcir calumnias sobre su elaboración, decían las malas lenguas que para convertir el aguamiel en pulque se utilizaba estiércol de vaca dentro en una muñeca de trapo que se metía en el aguamiel para que supuestamente el estiércol le proporcionara ciertas bacterias para que se fermentara". (Mario Guzmán, 2018).

La imagen negativa fue esparcida entre los consumidores, el mito de la muñeca fue un golpe mediático contra el pulque, como lo menciona Don Toño: "Eso de la muñeca salió en las noticias y en los periódicos, según ellos era una bola de

trapos que adentro tenía suciedad de vaca para fermentar el pulque y todo era un invento para que la gente comprara más cerveza y alcohol”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Juchitepec Edo. Méx. Mayo 2018).

Podemos observar que el mecanismo de los medios de comunicación fue el de promover esa falsa información y esto para quitar el pulque del gusto de los consumidores, las empresas cerveceras y los medios difunden la noticia, la cual si fue aceptada por un sector de los consumidores que prefirió la ingesta de las bebidas embotelladas.

La campaña negativa contra el pulque fue encaminada por los diarios, se encargaron de difundir los efectos negativos debido al consumo de pulque, los cuales van desde embriaguez, afectaciones a la salud, que era un producto antihigiénico y de mal gusto.

El papel de los medios para abrir el camino a la cerveza fue muy contundente, el mensaje fue aceptado hasta por los adolescentes, que en apariencia sabían lo negativo del pulque, un gran acierto para la cultura hegemónica.

El “mito de la muñeca” resultó con buenos dividendos para las empresas cerveceras, ya que desplazó de manera eficaz a su rival en cuanto a consumo popular, sin quitar el dedo del renglón Jorge Lima nos comenta: “...las noticias sacaron lo de la muñeca, al otro día todas las pulquerías tenían inspectores de Salubridad buscando dentro de las barricas y barriles la mentada muñeca, esto nos quitó clientes de pulque y por otro lado nos facilitó los permisos para vender vino”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Juchitepec Edo. Méx. Mayo 2018).

A pesar de ello, los entusiastas del pulque cuestionaron dicho consenso y poco a poco fueron negociando la ideología, algunos rechazaron esa ideología otros

más perdieron su capacidad de oposición y se alejaron del pulque temporalmente, mientras tanto engrosaban el consumo de cerveza, por eso es que en la actualidad nuestro país se posiciona dentro de los primeros 10 países que producen y consumen mayor cantidad de cerveza. (INEGI 2017).

Las redes sociales.

Hoy en día los medios de comunicación concentran sus contenidos en las plataformas virtuales, las redes sociales son difusoras y propagadoras de materiales informativos y desinformativos, hacen viral todo tipo de información que circula en su espectro, la inmediatez permite que la negociación para aceptar los contenidos sea de manera más rápida.

Cabe mencionar que el otro polo de la hegemonía y sus mecanismos de control lo encontramos con las opiniones vertidas por nuestros entrevistados respecto a las redes sociales y su papel como escaparate para la cultura del pulque, ya que estos tienen una postura diferente al papel de los medios de comunicación en el sentido de la difusión y la exposición de las prácticas culturales que se desbordan respecto al neuhle en plataformas como lo son las redes sociales, por lo cual decidimos preguntarles: ¿Qué opinas de las estrategias de las pulquerías para atraer al público por medio de medios digitales?

Jorge Lima Rueda: “Es una buena opción, los pulqueros no tenemos difusión en los medios, ahora las redes sociales están al alcance de todos y es por ahí por donde podemos dar a conocer nuestro trabajo, esta publicidad moderna es gratis, no tenemos que pagar dinero a los medios como las grandes empresas, veo muy bien esta difusión por los nuevos medios de publicidad”. (Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, junio de 2018).

En este caso los medios de comunicación son considerados como un apoyo, es cierto que el pulque no tiene campañas publicitarias o difusión mediática, no obstante, en Facebook hay publicaciones y perfiles que se encargan de promover el consumo del pulque y dar a conocer las virtudes de este mismo, es por esto que aún se mantiene dentro de la dieta de los entusiastas, el claro ejemplo lo podemos apreciar en todas las plataformas virtuales, consumidores y productores/ distribuidores hacen gala de su profesión en estos portales, donde invitan a propios y extraños a que se acerquen a esta cultura.

Otro testimonio que considera positiva la iniciativa por difundir más información sobre las prácticas culturales y la vida pulquera los encontramos a continuación en las palabras de Ubaldo Rojas: “Las redes sociales difunden mucho material relacionado a esta cultura y dan a conocer los puntos de consumo que están de moda, también hacen remembranzas de las pulquerías de antaño, eso le da vida mediática al pulque, ya era hora que los medios nos hicieran justicia después de tantos mitos y mentiras”. (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima, Tulyehualco Xochimilco febrero 2018).

“No te encuentras con eventos a la vuelta de la esquina para vender pulque, sino que tienes que ser perseverante en lugares donde vender el pulque, he llegado a ferias muy importantes he conocido mucha gente y afortunadamente me ha ido muy bien en estos eventos.” (Entrevista con Zaira Cruz Rodríguez en la Ciudad de México, octubre de 2018).

En este testimonio podemos ver la relevancia que han tenido las redes sociales para dar mayor auge y apertura a la venta y consumo de pulque, hace algunos años hubiera sido imposible vender a lado de Bellas Artes en el centro histórico de la Ciudad de México, hoy en día hay ferias y espacios en donde se permite

la venta del pulque, sin embargo, es cuestión muchas veces de la delegación y el lugar.



Imagen obtenida desde la página de la pulquería "La bella Carolina"

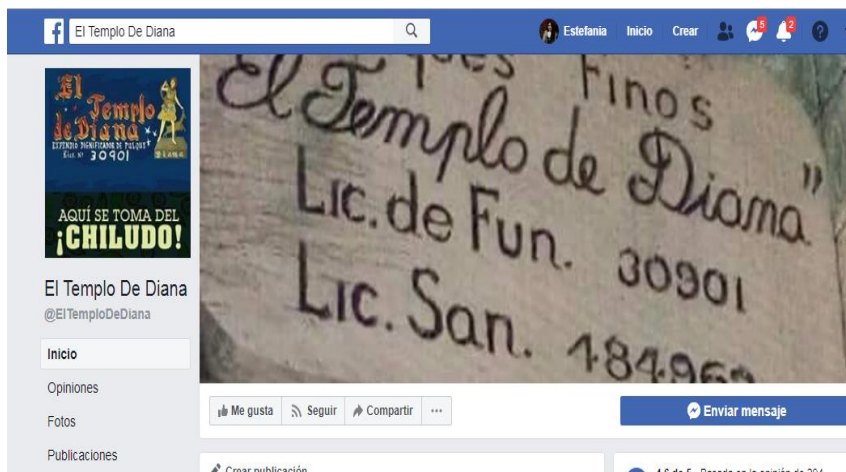


Imagen obtenida desde la página de la pulquería "El templo de Diana"

**PULQUERÍA
'LA PESCADORA'**

INVITA AL PÚBLICO EN GENERAL
A ESCRIBIR UNA CALAVERITA LITERARIA
DEDICADA A NUESTRO JICARERO
MARGARITO O BIEN, A NUESTRA GERENTE
GENERAL CLARITA CONTRERAS.

¡LAS CALAVERITA MÁS CREATIVA
SE GANARÁ UN MAGUEY Y PULQUE!

**FECHA LÍMITE
2 DE NOVIEMBRE**




MARGARITO CLARITA



LA BURRA BLANCA...DEL 56
Espacio social, político y cultural

*A LA VENTA RECIPIENTES
PULQUEROS, DIFERENTES
PRECIOS, PERO TODOS
POPULARES*

**DEBIDO A LA ESCASEZ DE
AGUA EN LA GDMX, DEL
MIÉRCOLES 31 DE OCTUBRE
AL DOMINGO 4 DE
NOVIEMBRE, TRAE TU JICARA
O RECIPIENTE PARA EL
PULQUE Y RECIBE UN
DESCUENTO DE \$5 POR LITRO
(Blanco y curado, DF e Hidalgo)**




Regina 88, 1º piso. Metro Pino Suárez

Imágenes obtenidas a través de la página de Facebook “Colectivo El tinacal”

Producción.

En este punto se va a desarrollar el tema de la producción del pulque en pulquerías y toreo de pulque en la Delegación Xochimilco. Antes de continuar es pertinente precisar que cuando nos referimos al término producción hacemos alusión al proceso donde intervienen los jicareros y curan el pulque de manera tradicional, este proceso se lleva utilizando técnicas artesanales, con esto no queremos decir que el proceso de extracción no sea importante, de lo contrario, es sumamente valioso en esta cultura, por esto decidimos hacer mayor énfasis en el proceso intermedio, que es cuando el jicarero agrega un sabor natural al pulque.

Producir es intervenir la forma de un objeto con una intención dirigida al consumidor. La forma que tiene un producto no es de forma neutral, ya que tiene un valor de uso determinado por los productores y los consumidores.

“La construcción de una cosa es la construcción del sujeto mismo” (Bolívar Echeverría, 2014), al usar una determinada cosa y no otra, se está satisfaciendo una necesidad del objeto en sí y a la vez, se está realizando de un modo cierta producción a partir de determinados elementos.

Consideramos que darle voz al productor otorga otra perspectiva a nuestra tesis, ya que una de las partes que integran esta investigación es productor de pulque y curado.

El proceso de producir conlleva transformar la naturaleza y dotar de un significado al producto, mismo que será resignificado por el consumidor.

Dentro de los tinacales el primer paso es descargar los contenedores traídos del área de producción, finalizada esta labor se añade el contenido de estos en el tinacal donde se encuentra el pie de levadura (el cual consiste en dejar fermentar el aguamiel de mejor calidad), es importante mencionar que se debe agregar dos veces por día aguamiel para incrementar el volumen y controlar la madurez del pulque. (Macedo, 1950:113).

El productor comunica algo por medio de la transformación, este círculo lo completa el consumidor que interpreta el objeto y dota de otro significado al producto consumido según su contexto.

Los jicareros transforman el pulque blanco en curado de sabores, mismos que dependen de la temporada, del lugar y de que sean del gusto de los consumidores. El proceso de producción conlleva métodos tradicionales y artesanales, los cuales deben ser exactos, el pulque debe estar en su punto al

igual que sus ingredientes, en esta parte el jicarero debe respetar la naturaleza de ambos productos, introducir elementos ajenos rompe el equilibrio.



Fotografía1 Scarlett Gonzales C. Fotografía 2 de Estefanie Labastida Armas

En el sentido estricto de la producción tomamos elementos que nos menciona el señor Jorge Lima con respecto a la producción de pulque curado: “Siempre hay que utilizar las herramientas correctas, el embudo, el trapo de manta, botes, las palas de madera para mover el curado, la licuadora de dos velocidades de esas con más potencia, esto nos ayuda para no desperdiciar nada, y en especial el pulque de primera calidad, si está fuerte requiere una refrescada de aguamiel, si está muy flaco hay que cargarlo de fruta, muchos pulqueros ya no hacen eso, ahora lo que hacen es usar batidoras o esencias

artificiales para inventar sabores, esto afecta al pulque”. (Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, junio de 2018).

El análisis de los comentarios lo iniciamos con el empleo de los instrumentos que utilizan los jicareros, según el testimonio las nuevas prácticas de producción no son con apego a lo tradicional a lo artesanal, al igual que los cuidados y procedimiento de preparación del pulque antes de transformarlo o agregarle un sabor, el entrevistado menciona que hay que tener en cuenta la condición del pulque.

En esta misma línea hicimos la pregunta al señor Antonio Lima con respecto a la producción del pulque: ¿Menciona los cambios que has observado en la producción del pulque? “Antes la fruta era de temporada nada más en su tiempo, esperabas los tiempos de calor para hacer curados frescos, en semana santa de jitomate, piña, apio, alfalfa, limón, hierba buena, había uno de pico de gallo, ese llevaba pepino, cebolla, cilantro, jitomate, chile, limón y sal, todo martajado, ahora ese ya no gusta, el de zapote negro ya no se hace ahora hacen unos de colores con dulces, antes en lluvias tocaba el de tuna roja ese es para los que van caminando a Chalma, en los meros fríos, los calentitos: coco, nuez, cacahuete, de café, ahora hay de todas las frutas todo el año, la fruta ya no sabe igual, antes no te quitabas el olor de la guayaba, era muy fuerte, la fruta hoy no sabe igual, esto afecta cuando curamos, tenemos que echarle más fruta y azúcar.” (Entrevista con Antonio Lima Vergara, Juchitepec Edo. Méx., mayo de 2018).

Podemos observar que una de las variantes que menciona el entrevistado es el de los ingredientes, refiere que antes los curados se hacían dependiendo la temporada, dice que en la actualidad se puede encontrar fruta todo el año este

factor es contradictorio debido a que aumenta la producción de fruta pero disminuye su calidad lo cual repercute en el uso de mayor cantidad de endulzante, por otra parte menciona que hay sabores que debido al paso de los años ya no son del gusto de los consumidores, llama la atención que el sabor de los curados obedecía a la temporada del año, por otra parte Don Toño hace mención de algo que está pasando dentro de la producción del pulque y este fenómeno es el que nosotros como investigadores señalamos “Pulque Gourmet.” (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

Respecto al sabor de las frutas ya no es como antes encontramos que “El problema está en el punto de madurez. Actualmente en el campo se corta la fruta verde y se deja que madure en cámara o durante el transporte, y como no lo hace de forma correcta el sabor después no es igual”, cuenta Lorenzo Ramos, secretario general de la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA).

Como menciona Néstor García Canclini “La evolución de las fiestas tradicionales, de la producción y venta de artesanías, revela que éstas no son ya tareas exclusivas de los grupos étnicos, ni siquiera de sectores campesinos más amplios, ni aun de la oligarquía agraria; intervienen también en su organización los ministerios de cultura y de comercio, las fundaciones privadas, las empresas de bebidas, las radios y la televisión.” (Néstor Canclini: 2001, p: 97), con ello queremos hacer mención que dentro de la producción del pulque quienes realizan sus producciones, así como su elaboración no son los únicos que se encargan de que siga en pie la tradición, sino que intervienen otros factores externos en donde van haciendo que surja en mayor medida un

consumo y producción de algún producto, en este caso el pulque y su relación las ferias y medios de comunicación.

Estado	Superficie sembrada (ha)	Superficie cosechada (ha)	Producción (miles de lt)	Rendimiento t/ha)	Ingreso por ha cosechada (pesos)	Precio promedio por litro (pesos)	Valor de producción (miles de pesos)
Hidalgo	5,039.00	1,643.50	206,327.05	125.54	439.95	3.50	723,063.46
Tlaxcala	668.00	668.00	33,407.80	50.01	245.47	4.90	163,977.40
México	1,410.00	436.26	6,478.74	14.85	44.40	2.99	19,373.07

Tabla 1: fuente <http://siap.gob.mx>, 2010, consultado en diciembre de 2018.

En la tabla 1 podemos observar la producción del pulque que se da en los principales Estados en donde hay un mayor consumo y producción de esta bebida.

De igual manera, el SIAP publicó recientemente información referente a la intención de cosecha para este producto, esperando obtener en 2018, 186.3 millones de litros.

Otro de los datos relevantes que podemos encontrar con relación a la producción y consumo de pulque la (SIAP) indica que la producción nacional de agave en 2016 fue de 1.88 millones de toneladas, de las cuales cerca de tres cuartas partes las aportó Jalisco, siendo Tequila y Arandas los principales municipios productores; en tanto que la producción de maguey pulquero ascendió a 249.0 millones de litros, destacando Hidalgo con 78.1% del total nacional.

Cabe mencionar que en muchos lugares de la Ciudad de México donde se consume pulque, compran principalmente el pulque en Hidalgo o en el Estado de México, ya que para muchos productores el pulque de estos lugares significa una mejor calidad en el producto.

El pulque Gourmet.

Ahora nos detenemos en este punto para desarrollar el tema que está de moda, el llamado pulque gourmet, esta variante del pulque resulta actualmente una práctica de producción constante dentro de las pulquerías principalmente en pulquerías ubicadas en Coyoacán, Centro de la Ciudad, Xochimilco y en establecimientos de colonias como la Roma, del Valle y Condesa, ésta bebida es consumida por muchos, debido a esto se sigue produciendo.

Consideramos que es otro derivado de la industria cultural que se encuentra inmerso dentro de la escena del pulque, pero nos ocupa analizarlo desde la categoría de la producción, esta bebida es preparada en restaurantes, bares, pulquerías y ferias, se vende a los clientes con el plus del gourmet. Para entrar en materia debemos desarrollar dicho término ya que el Diccionario de la Real Lengua Española (RAE, 2018), menciona que la palabra gourmet es algo exquisito, en su punto máximo de pureza, en gastronomía es algo refinado donde la calidad de sus ingredientes y su preparación deben de ser con apego a la calidad y a la delicadeza del producto.

El termino gourmet aplicado al pulque no es más que un desplazamiento semántico, es obra de la industria cultural y se usa como una estrategia de venta que sirve para atraer nuevos consumidores. La venta de este producto ha proliferado debido a su vistosa presentación, su gama de colores y sabores

resultan innovadores dentro del mercado del consumo del pulque, los productores piensan que es un acto creativo, una revolución en esta cultura.

“Es un desplazamiento semántico, el término gourmet se refiere a lo puro, natural, sin procesos, lo que hacen es cambiar el significado, en el caso del pulque lo gourmet sería un pulque recién sacado del maguey, un maguey en las condiciones idóneas, tierra, agua, temperatura, factores que mejoren la calidad de la bebida.” (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima, Tulyehualco Xochimilco, enero 2018).

Lo anterior contradice lo que nos venden como pulque gourmet, ya que estas bebidas distan bastante de ser algo netamente natural, esto no es más que una moda, conducta que se está propagando en todos los ámbitos de la gastronomía mexicana, como es el caso de algunos platillos típicos como los tamales, el pan de muerto, las quesadillas y las enchiladas por mencionar algunos.

Las prácticas culturales en torno al pulque han ido evolucionando, ésta dinámica también ha llegado al campo de la producción y es que en esta sociedad moderna muchos productores piensan que deben actualizar su imagen y sus cualidades para permanecer en el gusto de los consumidores.

Como nos lo muestra el reportaje de “Reina Elena, 2016, *“Pase y pruebe el pulque milenial”*⁹, en el cual nos narra el nuevo aire que está tomando el pulque y se coloca en el gusto de las nuevas generaciones con lo que llama “la evolución del pulque” que no es más que romper el viejo esquema y crea una transformación de la bebida con la inclusión de elementos y nombres más vistosos como lo mencionan los Jicareros de pulquerías como Los Duelistas, El

⁹ El país, https://elpais.com/elpais/2016/08/26/estilo/1472164127_037111.html?id_externo_rsoc=FB_MX_CM, consultado el 20 de noviembre de 2017

Templo de Diana, La Pirata, La Paloma Azul e Hija de los Apaches entre otras, los nuevos sabores son: curado de galleta oreo, mazapán, *Snikers*, grosella, *Bubalo*, tres leches, el pulquicornio y curado godzilla.

Podemos percatarnos que la medida para actualizar el neuhtle está rompiendo el esquema tradicional y agregando ingredientes que antes eran inimaginables, el reportaje antes citado se encarga de realizar etnografía y entrevistas a los jicareros.

Aplicando el análisis en esta categoría recurrimos al testimonio de Don Toño: “Otra cosa que nos quema son los jicareros que no saben curar, hacen curados flacos y los curados de ahora parecen postres, hay que jalar gente con buen pulque”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara. Juchitepec Edo. Méx., abril 2018).

El ramo de la producción del pulque curado cuenta con pocas investigaciones, es por esto que es complicado precisar cuál es la técnica correcta para curar un pulque respetando los cánones tradicionales, ya que cada aporte de los productores es válido para los consumidores, la reflexión sería encaminada en el perfil de contraponer las opiniones de los jicareros.

Debido a lo anterior preguntamos a nuestros entrevistados por su perspectiva acerca de esta tendencia donde se intenta dar un revulsivo a toda esta cultura con la integración de nuevos elementos. Es por esto que iniciamos con las palabras de Jorge Lima: “Nosotros los pulqueros somos los que debemos continuar con la tradición, somos los que debemos defender el oficio y lo que veo es que hay colegas que lo desprestigian con sus inventos”. (Entrevista con Jorge Lima Rueda. Tulyehualco Xochimilco junio 2018).

La crítica reposa sobre los jicareros, para reforzar esta idea exponemos las palabras del señor Antonio Lima: “Los pulqueros de ahora ya no usan trapo, no quieren usar las manos, quieren todo fácil y al momento, yo enseñé a mis hijos y a mis nietos, ahora pura esencia en lugar de fruta le echan de ese *Tang* de sabor, ya quedamos pocos viejos pulqueros”. (Entrevista con Jorge Lima Rueda. Tulyehualco Xochimilco junio 2018).

El testimonio anterior hace un señalamiento de que los pulqueros/jicareros son los responsables del cambio en la producción del pulque que fue establecida en los años 30 hasta su decadencia en los 90s.

La noción de popular construida por los medios, entendida como lo que se vende masivamente, lo que gusta a multitudes. Es decir, a los medios no les importa lo popular sino la popularidad.

“Para todo hay gustos, y hay mercado para todo, quien es tradicional y quiere un pulque no compra estos nuevos inventos, pero quien quiere experimentar porque le recuerda al *frappé* que vende *Starbucks*, es simplemente moda, pero realmente las raíces del pulque es el pulque natural.” (Entrevista con Zaira Cruz Rodríguez en la Ciudad de México, octubre de 2018).

Estos nuevos escenarios y trasformaciones han hecho que se adapten nuevos usos al pulque, si bien es preciso mencionar que los lugares urbanizados velan por sus intereses donde predomina principalmente el mercado y la popularidad más allá de preservar una tradición.



Imagen obtenida de la página de Facebook Agave 69

A manera de conclusión podemos mencionar que la Industria Cultural y los órganos Gubernamentales fueron los responsables que propiciaron grandes cambios en las prácticas culturales y el valor de uso del pulque en pulquerías y toreos de pulque en la Delegación Xochimilco.

Durante el desarrollo de la investigación y el análisis nos percatamos que estos cambios estaban llenos de vicisitudes, consideramos que la persecución del pulque fue un proceso que a la larga le permitió fortalecer su producción, distribución y consumo.

Otro punto que destacamos es el tema de la Industria Cultural de la cerveza y las medidas que tomaron las autoridades para introducirla en la agenda de las pulquerías, consideramos que este hecho trajo consigo dos parteaguas que afirmamos son importantes en la construcción de las nuevas prácticas culturales que rodean al pulque.

En un principio develamos la persecución por la que atravesaban los pulqueros, las rigurosas normas del departamento de alcoholes en cuanto al consumo de vino dentro de las pulquerías, cosa que con el tiempo se revirtió y

la cerveza llegó a ser protagonista en la vida del pulque, aunque la mancuerna de pulque y cerveza continúa tenemos que señalar que la cerveza tuvo mayor apoyo y libertad para ser distribuida.

Después del análisis podemos indicar que las estrategias empleadas para colocar a la cerveza dentro de las pulquerías fueron: desprestigiar al pulque, crear una imagen negativa de los consumidores, cuestionar su higiene y limitar su venta.

Estos mecanismos empleados por la ideología hegemónica se reflejaron en la caída de las ventas y el aumento por el consumo de la cerveza.

El papel de los medios fue fundamental en la campaña de desprestigio, la noticia de la muñeca se regó como pólvora, al poco tiempo empleados del Departamento de Salubridad se encontraban en todas las pulquerías en busca de la muñeca, este fue el primer paso para tener el control de la distribución del pulque, tiempo después el Estado intervino en las llamadas aduanas con el afán de poner un filtro de control, cosa que no significó más que agregar un impuesto al barril de pulque.

Otro efecto de la hegemonía cultural lo encontramos con las restricciones que hoy en día impone la Iglesia y las autoridades para prohibir la venta de pulque en las fiestas patronales de la Delegación Xochimilco, el asunto aquí es que las autoridades tienen el mismo tabulador para impedir la venta, así es, contemplan que el pulque y la cerveza están en la misma categoría.

La implementación de la ley seca no hace más que promover la venta ilegal de todo tipo de bebidas alcohólicas y generar un mercado negro.

Esta venta alternativa hace que surjan los llamados toreos, que se dedican exclusivamente a la venta de pulque, cerrando sus puertas a las bebidas

embotelladas, es por esto que son considerados como los portadores de la estafeta debido a la desaparición de las pulquerías o su amalgamiento con bares y cantinas. Por otra parte, la llegada de la cerveza fue el detonante para que se generara un cambio en el consumo del pulque, el despliegue de la industria cervecera y el apoyo de las autoridades contribuyeron de manera inconsciente a que se derribara una muralla que existía dentro de las pulquerías.

Otro cambio que trajo consigo la industria cultural es la mutación del espacio urbano rural de las colonias populares, la gentrificación cambia el valor de uso de los inmuebles y genera un aburguesamiento de los espacios, esto propició la desaparición de pequeños negocios independientes, entre ellos las pulquerías, la gentrificación fue trayendo consigo nuevos comercios, casas y otros espacios para consumir bebidas alcohólicas y pulque, dejando en el pasado el espacio propio de la zona.

Estos nuevos recintos obedecen más a una lógica turística comercial, se relega la clase popular a las zonas periferias de la ciudad, los nuevos recintos generan sus propias prácticas culturales, muchas de ellas son la esquematización cultural.

El término esquematismo lo podemos entender como el proceso donde los productos, obras y mercancías adquieren un mismo patrón de producción o que sus componentes mecánicamente sean similares o cuentan con rasgos muy parecidos, esta esquematización cultural reduce las diferencias y crea productos. (M. Horkheimer y T. Adorno; 2006, p: 116)

Planteamos que algunos jicareros producen esta bebida adquieran técnicas con un apego al concepto de la esquematización, esto debido a que buscan

que la elaboración de los curados sea semejante al de una malteada o una bebida industrializada.

Esta uniformidad modificó el valor de uso del pulque al interior de las pulquerías, y es que traicionado por los propios productores/distribuidores ya que en un intento por dar un revulsivo y crear una nueva oferta de consumo denominado pulque gourmet donde los jicareros imitan bebidas extranjeras llamándolas: pulquicornio, curado godzilla, curado Snikers, de chicle Bubbaloo, tres leches, galleta oreo y gomipulque.

En esta misma sintonía del pulque y la industria también hacemos mención del intento de enlatar el pulque, esta tendencia no prosperó debido a que el pulque es algo vivo, no puede ser envasado para su consumo debido a sus características inherentes, el proceso de industrializar el pulque produjo una bebida de mala calidad, por consiguiente, salió del mercado formal, ahora se encuentra de venta esporádicamente en ferias.

Capítulo 4

La mujer en la cultura pulquera, las transformaciones espaciales por nuestras presencias

“Vender pulque es un giro donde predominan los hombres en el negocio y yo me fui abriendo puertas sola, es cosa de tener mucho compromiso y ser perseverante en buscar lugares en donde compartir mi pulque y no me fue complicado” (Zaira Cruz Rodríguez)

Si nuestra pregunta de investigación es ¿Cuáles son los cambios en las prácticas culturales y patrones de uso (producción, distribución y consumo) del pulque en pulquerías y toleos de la delegación Xochimilco? En este apartado se va a analizar el concepto de mujer y la masculinidad desde la mirada de la práctica cultural del pulque. A partir de ello se tocarán otras subcategorías que consideramos unidas al feminismo y la masculinidad.

En este capítulo consideramos testimonios de nuestros entrevistados, así como parte de las observaciones llevadas a cabo en campo donde realizamos etnografía y análisis del escenario y sus actores para poder tener una mejor perspectiva de nuestra investigación.

Dentro de este apartado abordamos la relación del hombre y la mujer en la cultura del pulque, el consumo, los espacios, así como las prácticas culturales, cabe mencionar que decidimos incorporar una entrevista más de las que teníamos contempladas por lo cual incluimos una entrevista realizada a Zaira Cruz Rodríguez quien lleva dos años en la venta y curados de pulque en varias ferias y como parte de su negocio propio, por lo cual hacemos especial énfasis en como la mujer se ha ido involucrando dentro de estos espacios.

Cabe mencionar que debido al tiempo y resultados de la tesis nuestra informante no es de Xochimilco, sino de Venustiano Carranza por lo cual las preguntas realizadas se cambiaron con el fin de responder las interrogantes que surgieron alrededor de la investigación, por ello tomamos en cuenta la opinión de nuestra entrevistada como parte del papel de los vendedores de pulque.

En este capítulo desarrollamos subcategorías pertenecientes a los espacios como las neo pulquerías y los toreos.

A raíz de la investigación encontramos que el papel de la mujer es una pieza importante tanto en la cultura del pulque como en la sociedad en general, ya que hay un rompimiento de lo socialmente establecido dando un nuevo giro y sentido a las prácticas y sus actores.

En la construcción de este capítulo retomamos varias investigaciones para tener un panorama en general de cómo ha sido abordado el tema, así como las distintas categorías.

Nos proponemos señalar que la transformación de la cultura ha permitido que se dé un giro semántico en cuanto a los actores, escenarios, consumo, prácticas culturales determinadas a través de la estrecha relación en el binomio hombre y mujer con ello pretendemos mostrar la apertura de está en un espacio en donde antes estaba estrictamente ligado al hombre.

La mujer en la cultura del pulque.

Para hablar de la categoría de la mujer es necesario empezar por definir el feminismo, el cual se entiende como “Movimiento político, teórico y social que lucha por la emancipación de las mujeres. (Samara de las Heras: 2008 p: 45).

Dentro de nuestra investigación retomamos esta categoría ya que, conforma una reivindicación del género desde las tradiciones culturales en donde se entremezcla en nuestro caso la cultura del pulque y el papel que ha desempeñado la mujer desde sus inicios hasta la fecha, si bien antes la mujer era sesgada del ámbito pulquero hoy día se muestra una realidad distinta en donde la cultura se discute y se modifica cuando se atenta contra los derechos de un sector.

“En el departamento de damas había señoras de la tercera edad, amas de casa, comerciantes, también entraban niños que iban por el encargo.” (Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, junio 2018).

La separación de departamentos entre hombres y mujeres implicaba que no podían mezclarse entre sí en un espacio en común dentro de la pulquería, esto con el fin de que la mujer no viera los escupitajos, groserías y demás acciones que ocurrían en el espacio de los hombres.

Gracias a la lucha del movimiento feminista en los años 50 en que hoy día la mujer es participe y voz en muchos espacios donde no se le tomaba en cuenta. La mujer ha ido adquiriendo visibilidad y reconocimiento, defendiendo sus valores culturales con el fin de aportar y resignificar las costumbres opresivas.

El consumo de pulque hoy en día ya no es exclusivo de un género, de alguna clase social, o como en el pasado de alguna jerarquía. Podemos decir con base en nuestra investigación que hoy la mujer juega un papel fundamental dentro de la cultura del pulque, hoy día son dueñas de pulquerías e inclusive han sido participes en los medios audio visuales. Ejemplo de ello es el documental denominado ¡Hey má, fuiste pulquera! producido por el colectivo “El Tinacal”, con testimonios de mujeres tlachiqueras, jicareras,

dueñas y consumidoras. Dicho material fue presentado en 2014 y destaca el papel fundamental que representa la mujer en la cultura del pulque.

Otro tópico que hay que destacar es la edición del festival del pulque y la celebración del día internacional de la mujer en el contexto del cual la Organización de Tlachiueras y Tlachiueros convoca “Festival Mayahuel de la Mujer”¹⁰ dentro de las festividades llevadas a cabo las participantes que se reúnen ahí comparten diversas experiencias a través del diálogo y la reciprocidad de experiencias entorno a la cultura del pulque. Este espacio es importante debido a que se le da una voz y espacio no solo al pulque en sí, sino que la mujer juega un papel primordial dentro de esta práctica cultural donde el saber y quehacer se van transformando de acuerdo al tiempo.

En cuanto a los estudios en materia del pulque se toca tenuemente el papel que ha desempeñado la mujer, por ello consideramos pertinente el compartir los datos que hemos obtenido a través de entrevistas de investigación, ya que nos permite hacer un acercamiento a la comunidad para que conozca más acerca de ello.

Uno de los factores clave por los cuales hoy día la mujer destaca en la cultura pulquera es a raíz de la migración de los hombres a Estados Unidos en busca de una mejor vida, quedando entonces la producción y elaboración del pulque en manos de las mujeres por lo que estas retoman las costumbres que fueron dejando los hombres para adueñarse de ellas además de preservarlas.

¹⁰ Es una iniciativa social y cultural que surge en 2016 que tiene como fin exaltar el papel de la mujer dentro de diferentes espacios donde puedan ser escuchadas desde una puesta en común entre iguales.
https://www.facebook.com/festivaldelpulque.ocampo/?eid=ARAZsVmC3qACI7td4HyRNFCJ5aQwWaAMtsugcc8W_nPcEa9fE0gKU9jIwps7HsdqIzYZbirF5aZbOB08 Consultado el 15 de diciembre de 2018

La migración del hombre fue un factor para que existiera una adaptación de la mujer poco a poco en los trabajos del hombre, fue adquiriendo conocimientos y habilidades a través de las costumbres heredadas a partir de las costumbres y prácticas culturales que debían seguir en pie.

Por otro lado, las mujeres aparecen en la escena porque además de consumidoras se asumen como productoras. Tal y como este relato nos muestra:

“Pues yo quería poner un negocio, una amiga me pidió que vendiera pulque, yo era su trabajadora y así estuve un tiempo, más adelante le propuse a mi amiga Magali si me enseñaba a curar pulque, porque yo quería poner un negocio, no donde estábamos nosotras, ella accedió a enseñarme y comencé con mis compañeritos de la FES Iztacala a vender pulque” (Entrevista con Zaira Cruz Rodríguez en la Ciudad de México, octubre de 2018) la introducción de nuestra entrevistada a la cultura del pulque nos señala que se dio por medio de una amistad y relaciones que fue generando además de querer emprender un negocio propio ella junto con su madre.



Fotografía: Ubaldo Rojas

En contraste con esta realidad actual, nuestro entrevistado Antonio Lima Vergara nos relata “antes era mucha que se mezclaran hombres y mujeres a tomar, por eso existía el departamento de damas” (Entrevista con Antonio Vergara. Juchitepec Edo. Méx., abril 2018).

Por lo cual pensamos importante el papel que desempeña la mujer hoy en día ya que, implica una adaptación poco a poco dentro de estos espacios. El espacio que antes se le daba a las mujeres en las pulquerías era de dimensiones minúsculas en comparación con el resto de la pulcatería, el departamento de damas era un cuarto de 3 metros de aproximadamente 3x3 metros, una característica que diferenciaba las puertas del departamento de mujeres eran más largas, en este lugar no había mesas, apenas se encontraban unas 6 sillas, las consumidoras podían dejar su pulque sobre la barra, ya que la barra se encontraba sobre un medio muro que separaba este espacio del resto de la pulcatería.

El departamento de damas a simple vista era una réplica del espacio contiguo; mismo color en los muros, azulejo amarillo o verde chillón como cubre polvo a media altura en los muros y las puertas de madera de las llamadas de cantina.

La diferencia física entre un espacio no solo se encuentra en las dimensiones, otro contraste radicaba en los elementos físicos, del lado de las mujeres no había rockola ni música en vivo, menos altar con imágenes religiosas, los sanitarios se ubican del lado donde los varones hacían el consumo, en el tema de las prácticas de consumo tenemos que destacar que las mujeres tenían prohibido hacer el famoso alacrán, debido a esto no había aserrín en su departamento, un elemento que era exclusivo de los hombres era el canal

pegado a los muros, este era para escupir y orinar, cosa que en los hombres no era mal visto en esos años.

Al iniciar los 90 las pulquerías agregaron el título establecimiento familiar por lo cual ya era permitido que hombres y mujeres convivieran en el mismo espacio.

“Recuerdo que cuando iba con mi mamá a ver a mi abuelo entrábamos por el departamento de damas, por lo regular estaba vacío, por el 95 lo usaban más como paquetería, algunos clientes dejaban sus bultos, diablos, bicicletas, guacales de madera, me tocó presenciar que en ese lugar le empeñaban las cosas a mi abuelo o hacían trueque, objetos por pulque o vino.” (Entrevista con Ubaldo Rojas, Tulyehualco Xochimilco, enero 2017).

A raíz de las entrevistas y diarios de campo consideramos que existe un giro semántico entorno a los usos y costumbres que se ven presentes en una tradición, por ello cuando van evolucionando van cambiando los factores que caracterizan a una práctica dándole un nuevo sentido y significado a lo que comúnmente se conocía.

Reconocer a las mujeres es construir otro discurso en cual en el ámbito del pulque se encuentra presente logrando que se vuelva una tradición incluyente que refuerza la reciprocidad entre las personas que conforman la comunidad, parte de ello es lo que conocemos como tramas comunitarias y las redes de apoyo.

En este sentido la solidaridad entre mujeres es importante ya que, muestra la apoyo entre ellas para el bien común, en cuyo caso cuando el hombre migra a los Estados Unidos en busca de una mejor vida, la mujer debe hacerse cargo tanto de la familia, hogar, así como el mantener el trabajo y tradición del

pulque, por ello es que fue ganando territorio en este espacio dentro de la comunidad para la subsistencia y preservación.

William Taylor (1987), destaca el papel de la mujer dentro de la cultura del pulque desde que ellas eran las encargadas de atender a los bebedores, hasta la persuasión de la compra de más bebidas, según el autor la mujer fue la comisionada para llevar el líquido blanco a los diferentes establecimientos de los mercados.

“Vender pulque es un giro donde predominan los hombres en el negocio y yo me fui abriendo puertas sola, es cosa de tener mucho compromiso y ser perseverante en buscar lugares en donde compartir mi pulque y no me fue complicado.” (Entrevista con Zaira Cruz Rodríguez en la Ciudad de México, octubre de 2018).

Con ello nos percatamos que hoy día existe una apertura en el ámbito del pulque de inclusión de la mujer en donde no solo es una consumidora, sino que en este caso se dedica a la venta y preparación de los curados.

Masculinidad.

Consideramos importante hablar de la masculinidad en este capítulo desde la percepción en donde en algún punto de la historia del pulque el hombre fue el principal partícipe de este ámbito a tal grado de minimizar a la mujer, sin embargo, esta mirada cambia cuando la mujer comienza a vender comida afuera de las pulquerías, comprar pulque de paso, consumir pulque poco a poco hasta ser más partícipe de esta práctica.

Matheu Guttman (1998, 2000) definen la masculinidad en tres formas:

1. La masculinidad es, por definición, cualquier cosa que los hombres piensen y hagan.

2. La masculinidad es todo lo que los hombres piensen y hagan para ser hombres.

3. Algunos hombres, inherentemente o por adscripción, son considerados “más hombres” que otros hombres.

Las expresiones ligadas a este concepto podemos relacionarlas con frases como: «beber como hombre», «hacerse hombre», «solo es para machos» ya que nos señalan los usos ideológicos y prácticas socio culturales alrededor de la cultura del pulque situando en «ser y estar» en cuanto a el hombre y la mujer.

“Los clientes eran diferentes: maestros, albañiles, peones, campesinos, obreros, los músicos, boleros, deportistas, choferes, no había jóvenes o estudiantes, mujeres de la tercera edad y algunas vendedoras de cocos.”

(Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, junio de 2018). En este sentido podemos hablar que las pulquerías son escenarios donde se desarrolla un modelo masculino que se estableció como un patrón repetido socialmente, esta identidad debe reproducir todos los códigos de comportamiento, desde comunicación verbal y no verbal, gestos, señas y movimientos corporales para que el sujeto no sufra un rechazo por los demás integrantes de esta trama.

Los usos que se asignaban al pulque eran muchas veces designados según sea hombre o mujer “(...) los hombres lo usan para cargar la pluma, para agarrar fuerzas, algunas mujeres para la lactancia, para las molestias de la regla, para la digestión, para refrescar...” (Entrevista con Antonio Vergara. Juchitepec Edo. Méx., abril 2018).

Cabe mencionar que dentro de las formas de uso que le dan hombres y mujeres existe el uso simbólico ligado principalmente con la ritualidad o como

afrodisiaco y por otro lado se encuentra el uso real relacionado con el uso medicinal y tradicional del pulque.

De acuerdo con Jesica Ruíz Ramírez, (2017) Universidad Tecnológica Mixteca el pulque posee varias propiedades benéficas para la salud: las mujeres indígenas mazahuas del Estado de México que amamantan a sus hijos acostumbran beberlo para producir más y mejor leche.

En el pulque intervienen en forma básica los mismos principios alimenticios de la leche y la carne tiene buena proporción de proteínas, del complejo B y de otras vitaminas y sales minerales. Además de su poder nutritivo, es energético por su contenido de alcohol. Produce más energía que la cerveza, la sidra y los vinos blancos o tontos. (Godoy ,2003:107).

Otro uso que se le asigna al pulque es la inulina, que es una fibra soluble obtenida del jugo de la planta, ésta tiene varias propiedades benéficas para la salud ya que ayuda a disminuir los niveles de colesterol y triglicéridos, aumenta la absorción de calcio, hierro y magnesio, ayuda a evitar el estreñimiento y favorece el desarrollo de bacterias benéficas en la flora intestinal (Vargas, 2014:179).

En nuestra investigación obtuvimos que quienes consumían pulque era principalmente por herencia familiar lo que también nos remite a un papel fundamental del contexto y el papel que desempeña para que un individuo acepte ciertas prácticas culturales, “Las mujeres que consumen lo traen de familia, por sus abuelos o sus padres” (Entrevista con Antonio Vergara. Juchitepec Edo. Méx., abril 2018).

Esto corresponde en relación a nuestros diarios de campo en donde en el transcurso de nuestra investigación observamos que las mujeres están ocupando cada vez más este escenario.

Consideramos importante resaltar que el hombre y la mujer pueden asignar distintos usos al pulque e inclusive usarlo del mismo modo, lo que es imprescindible, es el hecho de que tanto uno como el otro hoy día convergen entre sí sin disputas por un hecho moral en cuanto a que sea bien visto que una mujer este dentro de una pulquería o por el simple hecho de tomar, sin embargo, este último hecho aún es sancionado moralmente en la sociedad.

Espacios.

Los espacios son lugares de encuentro con el otro en donde toman lugar la comunicación y la cultura, lo podemos observar desde la transformación de un espacio rural a uno urbano, el valor simbólico que puede llegar a tener un lugar debido a su contexto histórico donde se marque un significado relevante para las personas.

En este punto hacemos hincapié en lo popular de los espacios y prácticas como aquello a través de lo cual se podía combatir al imperialismo, a la hegemonía, ya que le “(...) atribuían capacidad de respuesta opositora a las formas de dominación.” (Lenarduzzi; 1998:67). Desde esta perspectiva consideramos que lo popular hoy en día significa una lucha por conservar las tradiciones culturales como el pulque, es necesario darle un seguimiento generación tras generación sobre alguna costumbre milenaria para preservarla en la memoria y dentro de la sociedad.

En esta investigación hacemos referencia a los espacios / prácticas culturales que realizan los actores. El reportaje de Ruth Gómez y Carlos Visallana. Jóvenes al rescate del tradicional pulque (2017) menciona a las nuevas generaciones y el contacto que han tenido con el pulque desde el Bicentenario de la República que partió como *Boom* para que se conservaran las tradiciones antiguas además de consumir productos nacionales.

Dentro de los aportes de nuestra investigación consideramos importante la trascendencia de las nuevas generaciones, ya que de ellas depende la preservación del pulque y las pulquerías, partiendo de ello, el colectivo “El tinacal” realizan diversos tours por distintas pulquerías antiguas, en resistencia. Dentro de las problemáticas que señala el colectivo es el cierre de pulquerías, esto debido a las elevadas rentas que tienen quienes pagan por un espacio, problemas con los vecinos o debido a que el dueño del local simplemente no le interesaba preservar ese espacio por las bajas ventas que han ido disminuyendo en los últimos años.

Las pulquerías a lo largo de la historia han sido espacios que han sufrido altibajos desde su auge hasta los mitos, sin embargo cuando hablamos de la riqueza y popularidad de las pulquerías nos remitimos a pensar en todo que las rodea, desde los singulares nombres que tienen, sus murales, sus historia, los juegos que se usan en el ocio, oferta de sabores, el proceso de extracción, plantación y cada uno de los usos son todo aquello que rodea a una pulquería por que más que un espacio es un lugar de encuentro.

Hablando de tópicos son espacios de firmeza y tenacidad se hayan en cualquier sitio con el fin de preservar la cultura del pulque vendiendo la bebida, en un rincón lejano de la ciudad, en algún punto de reunión, de contrabando en calles

escondidas, detrás de algún mercado, subiendo algún cerro, atravesando media ciudad para degustar en alguna ciclopista siguiendo en pie donde este un consumidor.

Neo-pulquerías.

El término neo pulquería surge aproximadamente en 2010 cuando en la pulquería Insurgentes marca un nuevo concepto de ofrecer y consumir pulque (Colectivo El Tinacal, 2012). Las llamadas neo pulquerías cuentan con diversas características que las diferencian de las pulquerías tradiciones, algunos de sus principales elementos son:

La oferta de diversas bebidas alcohólicas, la ubicación comercial en zonas urbanizadas/gentrificadas como: Polanco, Centro, Condesa, etc.

El ambiente juvenil es algo que caracteriza la nueva ola de pulquerías, esto debido a la difusión que se hace en medios digitales como Facebook y páginas en internet paralelo a ello se encuentran eventos culturales que se realizan en las pulquerías donde se pueden ver proyecciones de películas, talleres, baile y otros eventos que llamen la atención del espectador.

Otro elemento que hace atractivo a este concepto de pulquerías son los precios accesibles en alimentos y bebidas; sin embargo, en algunos lugares con mayor capital económico se ofertan productos gourmet o comida a la carta para acompañar el pulque, el precio que se llega a ofertar va desde los ochenta pesos por litro y dependiendo el sabor.

Consideramos importante utilizar esta categoría a lo largo de nuestra investigación, ya que este nuevo auge que se ha dado alrededor de las nuevas pulquerías creado un nuevo valor de uso y de cambio en la cultura del pulque

además de ello este concepto es poco conocido por lo cual pensemos pertinente retornarlo a partir de la problemática que planteamos en la tesis.



Foto de Sean G desde la página Yelp en diciembre de 2018

En la pregunta formulada ¿Qué opinas respecto al nuevo concepto de pulquerías en zonas urbanizadas?

“Soy muy celoso del tema y en este sentido te puedo decir que he visitado varias, antes eran algo único algo que te remontaba a la vida rural, ahora todas las de la zona centro de la ciudad son híbridos entre las tabernas del viejo oeste de esos que salen en los westerns y el CBGB de New York lleno de grafitis, te despacha un barman, esto me hace mucho ruido, pienso que el pulque está secuestrado por esta escena y las personas que ahí pululan. (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima, Tulyehualco Xochimilco febrero 2018).

La pulquería es un local, un establecimiento con razón social en su mayoría, tienen licencia o tolerancia.

El toreo es un lugar simbólico, el pulquero y el consumidor asignan el significado a un espacio no delimitado, puede ser una mesa en un zaguán, una

chalupa, un señor en un triciclo, una choza, un señor en un diablito, todos toreando a las autoridades.

Los testimonios de nuestros entrevistados nos especifican cuales son las diferencias que existen entre un toreo y una pulquería, retomamos esta categoría, debido a que en los espacios se desenvuelven diversas interacciones sociales entre los sujetos, por ello estos lugares también implican un lugar de pertenencia y reconocimiento de una práctica cultural , en este caso del pulque que funge como motor principal en donde se van tejiendo tramas comunitarias, usos y una evolución de la cultura, así como las diversas maneras de dar un uso a una costumbre en particular.

Durante nuestra investigación encontramos que en el Blog de la Sección Amarilla (2016), en el apartado de gastronomía donde menciona la tradición del pulque en la Ciudad de México, destaca la existencia de dos bastiones de la escena pulquera en Xochimilco, se trata de las pulquerías son La Botijona y El Templo de Diana, ambas ubicadas en el cuadro céntrico de dicha delegación, ellas aún mantienen viva la tradición pulquera de antaño.

Esto nos habla de las prácticas culturales y los usos que se les da a los territorios destinados al consumo del pulque. Cabe mencionar que a la fecha existen pocas pulquerías en la delegación Xochimilco en donde se sigue prevaleciendo la cultura del pulque, sin embargo, no siempre se preserva el producir y consumir pulque de buena calidad, sino que pasa por una serie de nuevos procesos que cambian el uso de este.

El artículo “*Las Pulquerías “vayan entrando...”*”. (2015) de la revista México Desconocido se habla de cómo las clases obreras usan a las *pulcatas* como

espacios de encuentro y socialización en donde era común ver a familias y conocidos.

Hoy en día las pulquerías se ubican ya no solo en zonas rurales o colonias populares, sino que se han ido modificando hacia espacios nuevos con un público distinto que destaca por ser una zona urbanizada donde principalmente es destacada la gente joven en contraste con las antiguas pulquerías en donde el personaje central eran adultos y ancianos.

Con estas investigaciones hacemos hincapié en el papel fundamental que juegan los espacios como medio de esparcimiento, reconocimiento, identidad, cultura, encuentro, medio, etc. que entretejen el lugar en común.

Los Toreos de pulque

Los toleos son espacios con un consumo distinto, son una alternativa autónoma e independiente, los productores y consumidores crean un modelo distinto a las prácticas culturales, es decir dentro de estos espacios quien consume lo hace únicamente por el pulque, además de que hay quienes solo van por este de paso y no se quedan a platicar con quien este a diferencia de las pulquerías como espacios de encuentro y dialogo con el otro.

“En la actualidad los toleos son para continuar con la venta y consumo del pulque, esto surge ante la desaparición de las pulquerías, los productores/distribuidores buscamos otro escaparate para seguir con esta tradición, los toleos nada más vendemos pulque, no hay cabida para cerveza ni para otro tipo de bebidas, considero que los toleos en la actualidad son la resistencia de estas prácticas culturales.” (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima, Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

“Una ocasión nos juntamos los que toreábamos y quedamos en darle \$5000 por mes al comandante Williams, con eso nos lo quitábamos de encima y de paso le echábamos tierra a las pulquerías para que les cerrara o le inventábamos que vendían alcohol, los policías siempre tenían un precio.” (Entrevista con Antonio Vergara. Juchitepec Edo. Méx., abril 2018).

Con el testimonio anterior damos cuenta que los toreoos son espacios que se encuentran en constante lucha con las autoridades, sin embargo, hay veces que se llega a un acuerdo que permita al vendedor estar en ese espacio.

Si bien el tema de los toreoos de pulque es un tema que no se ha tocado mucho sin embargo, el origen de estos remite a la elaboración y proceso de pulque en pieles de animales (odres), hasta evolucionar a un lugar o espacio en donde se vende únicamente pulque de forma clandestina, cabe destacar que los permisos para poder poner una pulquería son difíciles de obtener debido a los requisitos que se solicitan, además de un arduo proceso de trámites, es por ello que los toreoos surgen como una alternativa o una nueva puerta en el ámbito del comercio informal.

El toreo—nombre popular de las destilerías o expendios ilegales de pulque—, recurren principalmente personas aledañas al lugar que conocen la calidad de un buen pulque o curado, por lo que van acompañado o solos a degustar un pulquito.

Para hablar sobre el toreo consideramos necesario narrar etnográficamente cómo es un toreo por lo que en la investigación damos voz y narración al toreo de Don Toño que trabaja Ubaldo Rojas.

Cada fin de semana Ubaldo saca su puesto ubicado en Av. del trabajo y dos de Abril en Santiago Tepalcatlálpan la gente se sienta en banca larga de

madera color rojo, y detrás se encuentran algunas fotos antiguas en colores sepia de tlachiqueros y la lona de pulques Don Toño con un logo del pueblo de Juchitepec, de lado de la puerta hay una mesa con la botana donde regularmente se pone chicharrón y una salsa molcajeteadada , donde cuelga la lona ponen las servilletas para que se limpien el taco, a un costado esta la puerta que tiene un acocote donde se extrae el aguamiel donde tiene escrito “Don Toño” y en esta misma puerta figuran más fotos de pulqueros, al interior se puede ver las máquinas para jugar a las peleas y otros juegos, ahí se ven las enormes tinas con palas y jarras en donde se encuentran los curados con hielo, hay letreros de madera en las tinas y a lado del puesto dicen los sabores de los curados, pintados a mano y a color con la leyenda que diga avena, mango, arándano o el sabor de pulque que este conforme a la temporada al otro lado de la puerta están los anuncios que dicen “sanitarios” “Prohibido beber cerveza”, “se venden congeladas”, el puesto es un escaparate a un lugar pulquero la lona color naranja que se encuentra sobre el puesto da una luz de tranquilidad para beber pulque en plena vía pública.

Frente al puesto hay botes de pintura llenos de piedras y palos como si fuera una barricada, sin embargo, es mera protección para que lo carros no se arrimen de más al puesto y no ocasionen algún incidente.

Al transitar por el mercado de Santiago uno puede encontrar un sin fin de antojos típicos de Xochimilco, los deliciosos tlacoyos, gorditas de chicharrón, tacos de guisado, pan de pueblo, gorditas de nata, dulces típicos y una gran variedad de productos que se ocupan dentro de la canasta básica. Uno no piensa que unas calles enfrente de la Parroquia Santiago Apóstol, se consume una bebida ancestral que adentra a sus consumidores y curiosos a probar un

curado o un pulque natural. El toreo está frente a una estética y una tienda que ya no abre, unas casas antes hay farmacias, puestos de chicharrón, canitas y otras tiendas, al lado y frente al puesto hay unos murales con colores muy brillantes en uno de ellos se ven unas figuras prehispánicas. Afuera están Ubaldo y su ayudante Juanito con música de fondo unas buenas cumbias y se logra ver la mesa con el molcajete y el tortillero para botanear con el pulque.

En cuanto uno se acerca al puesto te atienden de forma hospitalaria, muchos apenas y se acercan en el puerto, otros más suben el escalón que da a la entrada donde se encuentran las tinas, casi casi se quieren servir ellos solos, preguntan por los sabores y dependiendo el de su agrado lo esperan con ansias para saciar la sed, el calor, la cruda o para cotorrear entre amigos o por el simple gusto de tomar pulque.

Cuando uno está sentado tomando y platicando en la banqueta se percata que Santiago es el barrio de los bochos a cada rato pasa uno de diferente color, unos más cuidados que otros.





Fotografías de Estefanie Labastida Armas

Prácticas culturales.

Las prácticas culturales permean el día a día en nuestro contexto, por lo que nos encontramos rodeados de estas, no solo en las tradiciones sino en cada una de las formas de relación con los otros.

Por ello es necesario definir la noción práctica culturales, para posteriormente hablar sobre cómo ha sido abordado el tema y posterior a ello como lo usamos en nuestra investigación.

La práctica cultural se puede entender como un sistema de apropiación simbólica, como el conjunto de comportamientos, de acciones, de gestos, de enunciados, de expresiones y de conversaciones portadoras de un sentido, en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten espacios, experiencias, representaciones y creencias (Thompson, 1993).

Con lo anterior es preciso decir que en nuestra investigación las prácticas culturales se encuentran presentes entorno a la cultura del pulque y lo que emana de ella como expresiones culturales en murales de pulquerías, el ritual en el procedimiento para producir el pulque, la fachada de los toreos, las personas que consumen, los juegos que se usaban para el ocio y entretenimiento, el tlachiquero, el productor, el consumidor, los tarros y todo aquello que configuran y van haciendo que siga vigente esta práctica cultural.

Las prácticas culturales, colectivas o individuales de apropiación simbólica buscan construir una nueva tendencia individual o colectiva van generando y evolucionando un sentido de pertenencia e identidad, aunque ello implique un giro o hibridación en alguna costumbre o tradición, esto frente a las nuevas necesidades y demandas de un sector en particular provocando que se vea de forma distinta lo que antes se conocía por un nuevo significado y un nuevo contexto.

Martin Barbero define lo popular como “aquello que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por y desde los grupos sociales de base, tanto mayoritarios como minoritarios, tanto a nivel patente como latente” desde este concepto podemos entenderlo desde la cultura del pulque como aquello que permanece en resistencia y transformación ante las necesidades del consumidor.

El consumo es una “práctica cultural fundamental que existe en nuestra sociedad y no sólo en relación con los medios, sino en relación con la cultura en general” (Mata: 1993 p: 92). Con ello queremos hacer énfasis en el individuo de satisfacer una necesidad, la cual está creada desde el mercado o bien desde el gusto y ocasión de beber pulque.

Esta categoría nos permite hacer un parámetro y conocer las prácticas culturales que nos mencionan los entrevistados y las que obtuvimos al realizar los diarios de campo, haciendo énfasis en los elementos que planteamos en nuestro cuadro analítico.

En la investigación de Ernesto Valencia, Licona (2004) La pulquería como lugar de encuentro: el caso de La Pirata. El autor menciona las pulquerías como un lugar de encuentro con el otro, además de la convivencia cara a cara donde el lenguaje forma parte importante, ya que abarca desde el lenguaje corporal, hasta las groserías, albures y palabras que se usan por medio de una pulquería.

Lo anterior es preciso mencionar que las prácticas culturales son un amplio abanico de representaciones y manifestaciones dentro de una cultura, en cuyo caso, la cultura del pulque no solo representa la bebida en sí, sino todo el proceso que conlleva desde su plantación, extracción, fermentación, curación, ferias, ritualidades, espacios, personajes que predominan para conformar las prácticas culturales.

La tesis realizada por María Elizondo Alvarado, (2014). El pulque esencia de un pueblo que desaparece. Las significaciones y consumo del pulque desde un ámbito comunicativo. La autora hace mención de las implicaciones que se han

dado a través del pulque a raíz del traslado de los espacios a otros lugares donde evoca nueva mirada.

Las prácticas culturales entorno al ámbito de la cultura del pulque ha ido cambiando en sus costumbres, usos, actores y concepciones de esta, si bien hoy las pulquerías y toreo han tomado un cambio semántico que se ha ido adaptando a los nuevos usos y contextos que se encuentran en la cultura provocando que exista una hibridación en lo que comúnmente se conocía.

Néstor García Canclini menciona que las culturas tradicionales se han desarrollado transformándose adaptándose a las necesidades de la época. Esto debido a factores como la introducción de la producción industrial urbana; tener un amplio mercado en donde se incorporen nuevos consumidores, la preservación de la producción cultural de los sectores populares. (Néstor Canclini: 2001 p: 192).

Con base lo que explica el autor hacemos especial énfasis en puntualizar los procesos de masificación que se dan hoy en día para dar a conocer algún objeto o práctica, dependiendo el público puede ser benéfico o perjudicial, lo que es un hecho es que los nuevos modos de producción acercan a un tipo de público al que no se tenía pensado en este caso los consumidores de pulque en zonas urbanizadas que cada vez más proliferan espacios donde se consume y hable del pulque.

En contraparte hay quienes prefieren conservar lo popular y tradicional del pulque debido a que constituye parte del patrimonio cultural, por tanto, no consideran viable hacer modificaciones en usos, producción o prácticas ya que es algo que debe permanecer tal cual sin deformar lo que se concebía en un inicio.

Consumo.

“El consumo crea la necesidad de una nueva producción y por lo tanto el móvil ideal de la producción” (Karl Marx, 1857: 28), es decir, sin necesidad no hay producción, por tanto, el consumo reproduce la necesidad.

Desde nuestra investigación el antecedente de consumo se da desde la producción la cual se ve implicada en costo beneficio, por lo que en la producción industrializada se da un menor costo de la producción y resultan beneficiadas las personas detrás de la fabricación del pulque, sin embargo, la fabricación y consumo de este de modo industrial no es satisfactorio como el modo artesanal, si bien el hacer a mano el pulque sin intervención industrial implica un mayor costo que su vez tiene un mejor consumo sin intervención de bebidas alcohólicas, esencias o que el sabor sea rebajado creando un consumo menor.

Herrera (2003:12-13) dice que las bebidas indígenas y los alimentos fermentados han sido de gran valor en la vida diaria y ceremonial de los numerosos grupos étnicos de México.

Marx decía que la necesidad puede tener su origen en el estómago o en la fantasía. Actualmente el consumo es visto como una identidad y mexicanidad con el pulque, quien lo consume busca representarse a sí por medio de la bebida y busca mostrar a los demás las raíces de la bebida a través de visitar pulquerías que están en auge, aunque ello implique que estas estén en espacios más burgueses.

Por otro lado, la cultura de los espacios en colonias populares y rurales da otra significación del pulque ya que, para estos implica una tradición y consumo que tiene que ver con creencias que ayudan para la salud, o como componente

alimenticio, el consumo es visto como parte de una identificación con el entorno que los rodea más allá de mostrar y ser aceptado.

Los procesos de gentrificación han transformado algunas prácticas culturales volviéndolas populares, ejemplo de ello es el pulque y el mezcal que se concebían como bebidas para las clases bajas, sin embargo, hubo un cambio en cuanto al uso y consumo de estas bebidas tomando elementos identitarios de la mexicanidad para volverse algo folklórico y vendible para un nuevo mercado.



El consumo en los últimos años ha marcado una pauta importante en cuando a la tradición por ello han surgido los nuevos cambios semánticos que se han dado en las *Neo-Pulquerías* por medio de sus consumidores y lugares en donde se ubican.



fotografía de Estefanie Labastida Armas

Durante nuestra investigación nuestra entrevistada Zaira Cruz Rodríguez nos comentaba que el consumo entre hombres y mujeres es casi a la par, sin embargo, los adultos mayores exigen una mayor calidad en cuanto a textura, cuerpo, sabor, y dulzura.

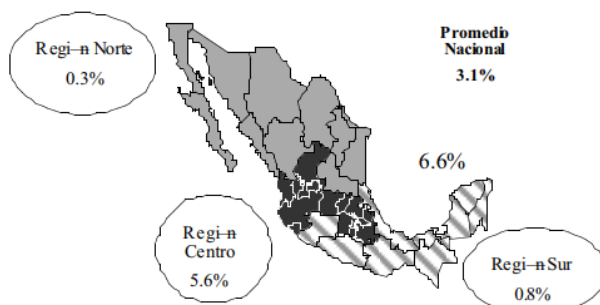
Encuesta Nacional de Adicciones 1998
Bebida de Preferencia

		%		%
Cerveza		67.6		28.9
Destilados		41.1		23.3
B-Preparadas		12.8		6.6
Vino		11.6		6.6
Pulque		5.4		1.5
Aguardiente;96;		2.3		0.3

Los datos de la Encuesta Nacional de Adicciones realizada en 1998 donde se incluyó por última vez al pulque nos indican que ocupa en la región centro niveles más altos de consumo en donde esta bebida representa el 5.6% del consumo y en la zona metropolitana de la Ciudad de México, se observa también una proporción superior al promedio nacional, 6.6%, sin embargo, en los últimos años se ha dado con mayor fuerza un incremento de consumidores. ya que, hay un auge del pulque.

El Consumo de Pulque en M?xico

Poblaci?n urbana de 18 a 65 a-os



Fuente: Encuesta Nacional de Adicciones, SSA, IMP, 1998

El consumo de pulque se da en mayor o menor medida seg?n la temporada del a?o, resultando que los d?as que hay un clima soleado son m?s favorables para el consumo de la bebida, en contraparte los d?as nublados y con lluvia son

perjudiciales para quienes venden pulque debido a las bajas ventas y consumo, sin embargo, no falta quien no importando el clima sigue consumiendo.

Otro parámetro importante dentro del consumo que pudimos observar en nuestra investigación es referente al tipo de consumidores en ocasiones pudimos constatar que algunos toman pulque por moda debido a que vieron alguna publicación referente al pulque en redes sociales y decidieron visitar alguna pulquería, las ferias están plagadas de nuevos consumidores o gente que gusta buscar un nuevo sabor, por otro lado hay quienes están en constante contacto con el consumo de pulque debido a que es algo común y cotidiano y lo consumen por distintos motivos, más allá de las redes sociales hay un conocimiento y práctica cultural que hace que sigan consumiendo el pulque.

Para concluir este apartado mencionamos que las prácticas culturales se encuentran directamente relacionadas con el concepto de popular e hibridación, es decir de lo popular parte para que una práctica cultural sea sujeto de múltiples interpretaciones según el contexto, a ello nos referimos en cuanto hablamos de hibridación que se da cuando una cultura se mezcla con otra o bien se da un nuevo proceso de transformación de una experiencia u objeto provocando que sea una necesidad conforme al público que la usa o mercantiliza.

Bajo este esquema hacer especial énfasis en la relación entre el hombre y la mujer por lo cual consideramos pertinente señalar las diferencias entre ambos dentro de una cultura como lo es la del pulque, la mujer hoy tiene un papel a la par que el hombre dentro de la cultura pulquera, esto debido a los factores económicos, sociales, políticos que han conformado no solo la lucha feminista para que la mujer pueda estar en cualquier espacio y ser reconocida, sino ser

consiente del papel que se tiene tanto hombre como mujer y la carga social que ello implica.

Por ende, el hombre y las construcciones socio culturales de masculinidad en la sociedad han hecho que se permee de estereotipos sobre cómo debe mostrarse como hombre o de lo contrario podría implicar un rechazo o burla de la sociedad, esto lo vemos en los albures, las formas de comportamiento, ver quien toma más, el más inteligente para los juegos de mesa, los apodos dentro de las pulquerías e inclusive las profesiones de quienes recurrían continuamente a estos espacios.

Referente a las formas de convivencia es necesario mencionar que los espacios se han vuelto un lugar para encontrarse consigo mismo o con la cultura, en donde el individuo no solo va a beber pulque sino que implica que siga preservando y fomentando el consumo de pulque, hace que quien produce y venda el pulque siga vigente, frente a ello los espacios en donde se conserva y se prolifera alguna costumbre son ventanas que permiten ver hacia otro lado en donde en algún momento está la pobreza, la delincuencia, la soledad, la marginación o el desempleo.

Hoy una pulquería o un toreo es como acudir a misa y aliviar el alma y sanar el corazón a través de las propiedades del maguey, sin duda es un punto en donde el ser escuchado, atendido, reírse, divertirse, sentarse a pensar o solo convivir hacen que la pulquería se piense no solo como un punto de embriaguez sino como un lugar en particular para degustar y acompañar más allá de quien sea la persona afuera este espacio.

Los toleos pese a que no se habla mucho sobre ellos sabemos que están vigentes en nuestra cultura de forma clandestina, pero perdurando en la venta y consumo de pulque, el ser lugares ocultos ha hecho que sigan en el presente teniendo como principales consumidores a personas aledañas a la zona y con alguna relación familiar, de amistad o de voz en voz que hacen que se construya una buena imagen para quien torea.

Del otro lado de la ciudad se albergan las Neopulquerías con sus novedosas y atractivas propuestas hacia un nuevo público que busca consumir otro tipo de experimentos, pese a que la producción no es de forma artesanal, el público consumidor sigue tomando este tipo de bebidas que se han ido introduciendo al mercado.

Capítulo 5

El pulque y su valor de uso

*“... cuando iba en la secu los compañeros decían que el pulque era para
nacos”*

Ubaldo Rojas

En este capítulo vamos a las desarrollar categorías de Valor de uso, Aura y Tramas comunitarias, las cuales van enfocadas a las prácticas culturales de la producción, la distribución y el consumo del pulque en la Delegación Xochimilco.

La pregunta en la que gira toda nuestra investigación es ¿Cuáles son los cambios en las prácticas culturales y patrones de uso (producción, distribución y consumo) del pulque en pulquerías y toros de la delegación Xochimilco?

En este apartado vamos a clarificar uno de nuestros objetivos particulares que indicamos al inicio de esta tesis, el cual nos lleva a explorar las causas que determinan los cambios en el uso social de las pulquerías y los toros de pulque.

Para realizar el estudio vamos a combinar los conceptos y las categorías de nuestro marco analítico con las entrevistas que efectuamos a los jicareros entrevistados ya que ellos nos van a develar los elementos que presenciaron a través de la transición social que les tocó encarnar.

Valor de uso.

El valor de uso según Bolívar Echeverría es visto como “una cosa cuya importancia o valor para el uso concreto remite necesariamente a una importancia o valor por el trabajo concreto”. (2014 p:154) Es decir, se da una valorización del valor que a su vez está cargado de múltiples meta significaciones para los individuos.

Consideramos que el valor de uso va de la mano con el grado de satisfacción que le agrega el consumidor, por otra parte, debemos tener en cuenta que el productor complementa con un significado al objeto que manipula, el genio creador adiciona elementos propios para direccionar su producto y los consumidores lo redireccionan de acuerdo a su contexto, en este proceso es cuando se le asigna un uso en específico.

El valor de uso en relación a nuestro objeto de estudio se da por medio de las pulquerías y toreos, se da una expresión simbólica apropiativa (significante) que es interpretada por sus consumidores en diferentes sentidos, en cuanto al contenido (significado) surge una comunicación e interpretación del consumo del pulque, sin embargo, este puede dotar de un sentido distinto según el contexto y sector social al que se dirija.

Es importante que asentemos la referencia del valor del uso inicial que se le dotaba al pulque para tener un parámetro inicial.

Como ya apuntamos antes, el reportaje especial de la revista México Desconocido (2016), nos refiere que el consumo del pulque era un acto social en ceremonias donde intervenían, señores principales, sacerdotes, guerreros, chamanes y mujeres mayores retiradas de la vida activa, el consumo era para ese sector poblacional y el uso era para augurar éxito en las batallas y

prosperidad en la agricultura. En el tema ceremonial el uso del neuhtle era con la finalidad de embriagar a los que iban a ser sacrificados para iniciar su viaje al más allá.

Otro empleo que se le asignaba al pulque era como remedio medicinal para enfermos y mujeres que iban a entrar a labor de parto, sacando conclusiones nos damos cuenta que esta bebida no estaba destinada para el consumo de todas personas que habitaban los señoríos, pulque era un objeto exclusivo para un sector social determinado.

La llegada de los españoles trajo consigo una nueva estructura social la cual modificaría totalmente la vida de los habitantes de la ahora Nueva España, las tradiciones y prácticas culturales fueron las primeras al turno para desfilarse al paredón, el reacomodo social y la implantación de un nuevo régimen trajo consigo que el pulque se convirtiera en un objeto político, ahora esta bebida estaba a disposición de todos, como lo menciona en sus escritos Fray Bernardino de Sahagún, quien fuera un investigador de la vida cultural de la región de Xochimilco: “ No solamente los viejos y viejas bebían vino pulque, también todos los mozos, mozas, niños y niñas bebían hasta embriagarse” (México Desconocido, 2016).

Esto es un indicador de que se rompía el elitismo en el consumo del pulque, su uso ceremonial era cosa del pasado, era la pérdida de los pobladores de clase baja dentro de la nueva nación, en cierta medida era un apaciguador, es por esto que los Virreyes nunca prohibieron del todo el consumo del pulque, el Virreinato ordenó disminuir la dosis de la ingesta y limitar los puntos de venta y distribución, por otra parte se castigaba la embriaguez en los indígenas con trabajos duros. (Soberón y Vázquez, 1992:11-12).

Este historial nos permite conocer el uso que se le asignaba de origen al pulque, para hablar de tiempos más cercanos y desarrollar nuestro objetivo contamos con el reportaje de Rojas, Viesca, Quintero (2016) en la Revista de turismo y patrimonio cultural destacan un artículo que lleva por título “El maguey, el pulque y las pulquerías de Toluca Estado de México ¿Patrimonio gastronómico turístico?”

En dicho artículo mencionan el uso que se le da al pulque desde el consumo local, el consumo turístico y el empleo de este como ingrediente en la gastronomía mexicana. Este uso se limita a lo elemental, en este apartado de la tesis preguntamos a los jicareros el valor de uso que le asignan los consumidores a dicha bebida.

En primera instancia tenemos a Don Toño el cual nos cuenta el uso que le da a esta bebida: “Desde que era niño tomaba pulque, mi abuela nos lo daba a la hora de comer, era lo que tomábamos cuando íbamos a la faena al campo, aparte me quitaba lo cansado y el hambre antes no había botellas de agua como ahora, pero teníamos los magueyes a lado de las parcelas.” (Entrevista realizada con Antonio Lima Vergara, Juchitepec, Edo. Méx., abril 2017).

En este testimonio podemos observar que el uso primordial del pulque era alimenticio y se empleaba para erradicar el cansancio, debemos tener en cuenta que en este proceso no interviene un productor que dote de intención a la bebida, también convenimos señalar que el uso era para cubrir necesidades físicas, no era usado como un objeto de diversión o un acto social.

El consumo por necesidad no es el único uso que se le da al pulque, “Cuando era niño mi abuelo decía que debíamos tomar pulque para crecer y para evitar

los jotes, también decía que era para que nos pusiéramos chapeados”.

(Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

Podemos observar que el uso que le dotan los adultos mayores al pulque es vitamínico, debido a que el pulque contiene muchas bondades y cualidades nutricionales, muchas personas le atribuyen un sin fin de significados y usos a esta bebida y por eso recomiendan su ingesta debido a sus propiedades nutritivas.

Otro factor del valor de uso que incluía a las mujeres dentro de la escena pulquera fue que se rompieron muchos mitos en el consumo del pulque y este sería empleado en la gastronomía y por ende la venta y el consumo para las mujeres fue algo normal.

“Pues las películas no ayudaron mucho, ponían a los que tomaban pulque como hombres flojos, borrachos y mugrosos, puros groseros, siempre pobres sin dinero, mal vestidos, sin trabajo y para acabarla de amolar desobligados”

(Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, mayo de 2018).



imagen obtenida a través del portal cine fagia <http://www.revistacinefagia.com/2007/07/la-pulqueria-2/> en diciembre de 2018

“En mi adolescencia no le decía a nadie sobre mis actividades en el pulque, porque el ambiente de la pulquería era etiquetado de mal gusto, cuando iba en la *secu* los compañeros decían que el pulque era para nacos, también que era para gente pobre, siempre había burlas o chistes crueles sobre el pulque, es por esto que de alguna manera me avergonzaba mencionar el oficio de la familia”. (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

La fama negativa fue un acto pasajero ya que hoy en día la bebida ha tomado un nuevo impulso, los consumidores rebozan y exhiben su consumo y gusto por la cultura del neuhtle, podríamos decir que el pulque ha derribado otro muro que limitaba su potencial cultural, los comentarios despectivos fueron alejados con esta ola donde se retoma el consumo de objetos nacionales.

Función social del pulque.

El pulque es una bebida con muchas cualidades, para otros el consumo del neuhtle es sinónimo de mexicanidad y espiritualidad, esta bebida ha sido empelada en ritos ceremoniales y como apaciguador social. Por otra parte, la buena o mala fama que se le achaca es producto de la conjugación de varios factores, entre ellos; el consumo irracional, la exageración mediática, los mitos y notas falsas creadas para desprestigiar y descalificar su consumo, por otra parte, la mala calidad de su producción, productores improvisados y los más recientes intentos por reproducir bebidas extranjeras y cocteleras han puesto los pelos de punta a los reaccionarios.

Estos apéndices asentaron las bases para que los consumidores y productores reconstruyeran y readaptaran las prácticas culturales que se generan alrededor de esta bebida.

El valor de uso del pulque que encontramos en estos tiempos demuestra que existe un repunte y aceptación por la bebida, este auge se debe a que nuevas generaciones de entusiastas se suman a las filas de los consumidores.

Los mitos poco a poco fueron desmentidos en cuanto a sus actores y su forma de producción, ahora entendemos que el valor de uso del pulque es proporcional a la intensidad que le asignan los productores y el significado que le dotan los consumidores, esto hace que el uso de esta bebida endémica se haga como un acto social.

El valor de uso del pulque ya no es exclusivo de pulquerías, toros o tinacales, los y las apasionadas configuran una nueva manera de consumir, es decir; lo consumen donde más les plazca.

Al respecto nos comenta Don Toño: “Ahora los clientes compran el pulque y lo llevan a fiestas, a las carreras, al jaripeo, a los bailes se lo llevan en botellas, jarras, jarros, hasta en la mera calle lo toman”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara Juchitepec Edo Méx., mayo de 2018).

Esta nueva ola de consumo cambia la imagen que se tenía de la bebida y es que el hecho de que las mujeres se integren de lleno en la vida del consumo da un giro nuevo, la visión machista llena de fetiches que se tenía de esta bebida se desvanece de tajo, ahora las mujeres consumen y asignan un uso social, “He presenciado nuevas oleadas de clientes, de todas las clases sociales, mujeres y hombres, ya no es exclusivo para los hombres, al puesto llegan muchas mujeres, señoras, jóvenes, solas o acompañadas, me doy cuenta que

el pulque es una parada obligatoria los domingos al medio día”. (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

Por otra parte, los consumidores del pulque ahora trazan una realidad distinta a su antecedente inmediato que se tenía, el valor de uso ahora es otro, el contexto de las y los consumidores y productores es distinto, las mediaciones hacen que sea forje una nueva construcción de este objeto y su cultura.

“Ahora el pulque jala de nuevo, les gusta a los jóvenes que se juntan a tomarlo y toman fotos del pulque con sus amigos, luego llegan clientes de dinero, señores y señoras, ellos también sacan el teléfono toman fotos del puesto y del molcajete, dicen que las ponen en internet”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara Juchitepec Edo Méx., mayo de 2018).

El alcance de las redes sociales llega a todos los estratos sociales, las plataformas virtuales son empeladas por cualquier persona sin importar edad, clase o género, cada quien le asigna el valor de uso que prefiere, al parecer que lo unifica esta práctica es el medio en el que proyectan su consumo de pulque.

El uso que le asignan los compradores al pulque es mediado por los sitios sociales virtuales, ahora la gratificación es otra, se consume sin llegar a un estado de embriaguez.



fotografía de Estefanie Labastida Armas

Actualmente el pulque a desdibujado los estratos sociales que marcan lo rural y lo urbano convergiendo en una hibridación cultural” Ahora hay muchos jóvenes que consumen pulque, apenas rayan en los 20 años de edad, toman su pulque y lo publican en las redes sociales o me piden que les tome la foto otras veces simplemente publican la ubicación del puesto”. (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

Otra declaración que tomamos en cuenta es la de Jorge Lima: “Ahora ya se juntan los jóvenes a tomar pulque, muchachos y muchachas antes era cosa de adultos, me gusta este cambio, toman fotos de su vaso de pulque me dicen que la van a subir a Facebook, esto es de ayuda porque así más gente conoce mi trabajo, de hecho, muchos llegan por recomendación”. Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, mayo de 2018)

Analizamos las palabras de lo que observa este productor/distribuidor y nos damos cuenta de la constante que permea en el nuevo uso del pulque, ya que el disfrute es subir la foto a las redes sociales, el pulque ya no es un objeto propio de los varones, ni de alguna clase social.

Para concluir esta categoría mostramos este desplegado de significados que le asignan los consumidores al pulque, esto en voz de nuestros entrevistados.

Antonio Lima Vergara: “Para la cruda, para divertirse, para estar con los amigos, para hacer ambiente, para las mujeres que están lactando, para agarrar fuerzas, para agarrar color y se pongan chapeados, para cargar la pluma, para la diabetes, para olvidar la pobreza, porque cura el mal de amores”.

Los usos que le ha tocado escuchar al entrevistado refieren un uso afrodisíaco y energético, se observa un uso como medicina alternativa y como placebo, la mayoría de significados son referidos por varones, podemos encontrar pocas referencias femeninas esto debido a que la inclusión de las mujeres fue a mediados de los 90, antes de esta década tenían limitado el consumo.

Jorge Lima Rueda: “Para la sed, para agarrar fuerza, como remedio en problemas gastrointestinales, garganta irritada, para cargar la pluma, el asiento del pulque para erradicar moretones, para recetas gastronómicas, la salsa borracha, para guisados, bistec y riñones con pulque, para convivir con los amigos, para la anemia, para la diabetes, para hacer merengues, pan casero y para el mar de amores, para olvidar las broncas y por diversión.

Los testimonios anteriores corren del año del 75 hasta el año del 2005, se puede observar la línea del consumo varonil, el afrodisíaco continuo y aumenta el uso medicinal, se agrega el ámbito gastronómico, el consumo como acto social y divertimento.

Ubaldo Rojas Lima: “Para la sed después del trabajo, para la gastritis, como remedio para disminuir los niveles de azúcar, el clásico afrodisíaco, para contrarrestar la anemia, por tomar, como proteína después del gimnasio, para

andar ponzoñoso, las mujeres cuando están lactando, después de zumba, por convivencia con la familia, para los cólicos, para bajar el taco, para bajar la eriza, para matar la cruda, por hambre, porque les recuerda a sus abuelos, porque son mexicanos, porque el pulque es chido, para andar romántico, porque es la bebida de los dioses, es la bebida del pueblo, conecta con nuestras antepasados, por antojo, para tomar con las amigas.

En el fragmento anterior podemos constatar que el uso del pulque del periodo de 2008 a 2018 se mencionan nuevas significaciones en el consumo, ya que las mujeres alzan la voz para ser tomadas en cuenta dentro de las prácticas y es que sus testimonios nos refieren que lo usan después de sus actividades físicas, como acto social y para los malestares propios de las mujeres, por otra parte se menciona un aspecto espiritual y un fervor nacionalista, se mantiene el fetiche afrodisíaco y el uso como medicina alternativa, se agrega el consumo familiar y social, se destaca el valor popular y barrial.

Hacemos especial mención que el pulque tiene un uso ritual y real, si bien hay quienes lo utilizan para agarrar fuerzas esto implica una concepción simbólica al igual que ser algo afrodisíaco, por otro lado, el uso que se le da por sus propiedades benéficas a la salud y a la flora intestinal es un hecho latente y comprobado.

Otro de los usos que se le ha dado a pulque es el uso terapéutico, en el modo de vida de los tlachiqueros, este concepto “El tlachiquero lo refiere como al tratamiento o regulación del estrés mediante actividades que se desarrollan en el aprovechamiento del maguey” (Jorge Campos Torres: 99) este uso no ha sido investigado más a fondo, sin embargo, según la investigación da a conocer diversos elementos asociados al maguey, y la sanación desde el

aprovechamiento de los materiales con fines benéficos para la salud y la regulación de niveles altos de estrés.

El aura.

Abordaremos ahora el término del valor aurático, consideramos que el pulque contiene un alto grado de unicidad, las circunstancias bajo las que se produce lo hacen único, es por esto que siempre se deben respetar sus condiciones naturales.

Walter Benjamín (2003) menciona que la obra de arte tiene un valor único, algo a lo que él llama auténtico, este concepto de autenticidad debe llevar implícitas ciertas características para hacerlo único y diferente a lo demás, de lo contrario el objeto se convierte en un objeto de itinerario y pasa a ser algo ordinario.

Adecuando la teoría propuesta por Walter Benjamín consideramos que el pulque resulta ser una manifestación de un lugar específico, histórico, social, cultural, marca el lugar aquí y ahora.

Debido a su estado natural el neuhtle debe ser producido con elementos naturales, estos deben crear un equilibrio y cumplir con la función ritual donde se conserve la frescura de su sabor premiando a la tradición y su producción artesanal.

Es preciso tener en cuenta que el pulque era utilizado en ceremonias, rituales mágicos y en ofrendas, esto lo podemos entender como el valor de culto que tenía el pulque en el pasado, este fue su primer propósito.

Como mencionamos anteriormente el pulque dejó de ser un objeto de culto y se transformó en un objeto de exhibición, lo cual lo hizo llegar a toda la sociedad, es por esto que consideramos que el pulque está lleno de aura. Era un objeto exclusivo, ahora es un producto que se puede consumir, en este

sentido precisamos que el pulque está lleno de tradición, espiritualidad, la esencia de lo natural.

En comparación con el resto de bebidas fermentadas y etílicas el pulque se niega a ser industrializado, se mantiene en su estado nativo, por ende, se resalta más su unicidad ante el resto de las bebidas.

Por otra parte, en el ámbito del pulque el aura se desarrolla de otra manera y es que pensamos que al igual que el arte el pulque conlleva dos formas de percepción: una es de quien la produce y la otra es la del consumidor.

La experiencia surge a través de la técnica de producción del jicarero y el contexto del entusiasta, es aquí donde el valor aurático del pulque permanece o se ve corrompido, cosa que desbordaremos más adelante.

Cuando hablamos del aura del pulque hacemos referencia al método de preparación, el cual es un proceso manual artesanal donde intervienen elementos naturales y la técnica tradicional del pulquero, esto da como resultado un producto totalmente original.

En el rastreo que hicimos de trabajos similares al nuestro encontramos el reportaje del periódico que lleva por título Sobreviven pulquerías con más de 45 años en Xochimilco¹¹, podemos encontrar como se hace referencia a una de las dos pulquerías resistentes a la cultura del pulque.

En dicho reportaje se menciona el establecimiento del “El templo de Diana”, ya que es una de las pulquerías que ha tenido permanencia y resistencia a lo largo de los años, ya que se ha sabido colocar en el gusto de las personas además de tener una gran variedad de sabores y preservar la elaboración del pulque conforme a las antiguas tradiciones.

¹¹ Extraído del portal en línea del periódico Excélsior del 22 de abril del 2015, en <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2015/04/22/1020225>. Consultado el 17 de noviembre de 2017

Al respecto de este tema contamos con las palabras del Señor Antonio Lima: “Hay que elegir fruta buena, que se vea brillante, después con el bordón para machacar la fruta, pasarla por el trapo con las manos y así hasta que se aproveche toda la fruta o la avena, también con licuadora los que son de moler, pero todo natural sin químicos, para que el curadito quede cargado de fruta, luego se ve que agarran color y sabor”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara Juchitepec Edo Méx., mayo de 2018).

El testimonio anterior hace énfasis en la preparación artesanal y los elementos deben ser naturales, esto podríamos considerar como el valor aurático del curado, desde la perspectiva del productor.

Los jicareros contemplan que la esencia del pulque es con apego a la naturalidad, respetando la escuela de producción artesanal donde intervienen sus conocimientos, sus utensilios y la materia que transforman y agregan una parte de ellos.

De igual manera nos comenta algo sobre el tema el jicareo Jorge Lima: “Preparar todo de calidad, artesanal, respetando la tradición para curar con productos naturales, es el oficio que nos heredó mi padre, este negocio nos da de comer, nos mantiene, por eso hay que respetar al pulque” (Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, mayo de 2018).

El valor aurático del neuhtle lo porta desde el proceso de extracción y fermentación en los tinacales, cuando interviene lo jicareros y le agregan un sabor de fruta o cereal natural por medio de una técnica artesanal esta unicidad no se ve afectada, de hecho, es una variante válida entre los jicareros y aplaudida por los consumidores.

Pérdida del Aura.

Abordemos ahora la pérdida del aura, dicho fenómeno también aplica a la vida del pulque, ya que algunas prácticas de producción por parte de jicareros agreden la unicidad del pulque.

Walter Benjamín (2003) refiere que el objeto no debe ser sacado de su entorno, el objeto y el lugar condicionan el ritual, es por esto que la pérdida del aura se presenta en el momento en que el artefacto sale de su hábitat para ser exhibido como un objeto político.

Hay que mencionar que proponemos que la salida del pulque de su hábitat se presenta cuando pisa el terreno de la industrialización, ya que este proceso trastoca su valor aurático y se ve corrompido su aspecto natural, sale de su entorno natural para incursionar en los supermercados para ser vendido como otra bebida más.

El quebrantamiento del valor aurático en el pulque es proporcional a los intentos por envasar esta bebida, la industrialización del pulque es un acto que trastoca su naturalidad, esto debido a que el pulque es algo que está vivo, es algo que se debe tomar de manera natural, al respecto tenemos el comentario de Don Toño: “Eso del pulque en lata no sirve, eso no va, eso le da en la torre al sabor, tan rico que sabe un pulquito fresco servido en jarro, jarra, en la cacariza, el tornillo, la media, en la xoma, en un guaje, vaso, piñas o directo del maguey”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara Juchitepec Edo Méx., mayo de 2018)

Podemos observar que existe desaprobación por parte de los jicareros al tema del pulque industrializado y es que estos intentos no ceden y en la actualidad se busca impulsar el mercado del pulque enlatado.

“La bebida de los dioses está aumentando sus clientes. Y es que desde que se consiguió enlatar el pulque, la demanda que ha tenido en el extranjero es sorprendente, hasta 95% de lo que produce la empresa más importante en México, en contraparte el pulque enlatado no tiene la misma popularidad en su país de origen “Es muy difícil vender el pulque enlatado, simplemente la gente no lo conoce ni le interesa”, aseguró Joaquín Rodolfo del Razo Lazcano, director de Mercadotecnia de la comercializadora AZ Exportaciones SA de CV.” (Publimetro, 2010)”

Los intentos de envasar el pulque siguen latentes, los productores que incursionan en este rubro caen en un debate ambiguo, esto debido a que el atrevimiento resulta innovador y hasta se puede contemplar como un revulsivo para mantener viva esta tradición, pero esta idea choca con la tradición de la cultura pulquera, cuyos integrantes descalifican y reprueban estos actos.

“Considero que el pulque enlatado es un intento por llevarlo a otros lugares, desafortunadamente este proceso elimina lo natural y por ende el sabor es pésimo, no creo que sea una manera digna de promocionar esta bebida, al contrario, pienso que la denigra”. (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

La pérdida del aura va de la mano de las tendencias creativas para llevar el pulque a otros escenarios para ganar adeptos, los coqueteos de la industria con el pulque resultan agresivos según los jicareros. Los medios y los modos de producción son otros factores que rompen el aura de esta bebida.

Por otra parte, consideramos que envasar el pulque mediante un proceso industrial no es el único factor que trastoca su naturalidad, señalamos que hay

algunas prácticas de producción que atentan contra el aura del pulque, su tradición y su sabor natural.

Ahora tenemos el comentario de Jorge Lima: “Una ocasión en La Feria de la flor más bella del ejido unos compañeros pulqueros me dieron a probar el pulque enlatado que venden, la verdad sabe muy feo, no tiene consistencia, sabe cómo leche agria y aparte es más caro” (Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, mayo de 2018).

Ante esto proponemos que se tendría que preservar la producción artesanal del pulque, con el afán de no desvirtuar las características naturales inherentes del pulque y los elementos con los que se prepara, en un escenario más extremos los jicareros tendrían que apelar por la defensa del valor aurático del pulque.

En un sentido estricto se debería buscar algo similar a la llamada denominación de origen que busque preservar la unicidad del pulque, que defienda la tradición en la elaboración del pulque al igual que en los elementos que lo produzcan.

Para entrar más en detalle exponemos las condiciones que se requiere para ingresar en la lista de productos nacionales con denominación de origen.

- Un producto de características únicas o calidad especial que lo individualizan entre los productos de su misma especie.
- Características o calidad especial derivadas exclusivamente de factores naturales y humanos.
- El producto es identificado o designado con el nombre del lugar en que se produce.

(Secretaría de Economía, 2015).

Tramas comunitarias.

Incluir esta categoría dentro de nuestra tesis nos es de suma importancia ya que, nos permite exponer la transición de nuestro objeto y sujetos de estudio a través de la sucesión generacional, de esta manera cada entrevistado nos compartió la percepción que tiene del fenómeno que estamos investigando.

Dentro de nuestra búsqueda encontramos una investigación que habla de la tradición del pulque y como ha sobrevivido a través de los años de Vanessa Belém Pérez Gonzáles (2011), titulada “Relato periodístico de la pulquería “nomás no llores” ubicada en Xochimilco”, en este trabajo la investigadora gira su trabajo en la metodología mixta, ya que aplica una entrevista a los consumidores y realiza observación participante en la pulquería.

El principal objetivo de la autora es dar a conocer una pulquería distinta que los jóvenes han hecho suya, a lo que le han dado una nueva cara a la tradición, para poner de moda el consumo de una bebida milenaria característica de la cultura mexicana.

Cabe mencionar que la tradición del pulque persiste debido a que la producción y el consumo permanecen dentro de las prácticas sociales, es por esto que la vida pulquera continúa con vigencia esto gracias a las tramas comunitarias.

Las tramas comunitarias son a grandes rasgos el intercambio dinámico entre los sujetos que pertenecen a un grupo con integrantes de un grupo social distinto, el resultado de esta interacción se encarga de nutrir culturalmente a los integrantes y de esta manera reforzar la práctica en común. (Claudia Torres, 2010).

Estas tramas comunitarias son las redes que han mantenido presente los espacios para la producción, distribución y el consumo de pulque; los torees de

pulque y las pulquerías en la actualidad se ven sólidos debido a la construcción colectiva y la interacción de los sujetos que en ella se desenvuelven.



Fotografía de Estefanie Labastida Armas

Los testimonios de los jicareros entrevistados nos proyectaran el parámetro que cada uno posee del tejido de las tramas comunitarias dentro y fuera de la cultura pulquera en Xochimilco, ya que el propósito de este trabajo es enunciar El tejido de las redes comunitarias es una constante entre los sujetos y el pulque, el escenario es la pulcata, el toreo o simplemente donde los consumidores deseen interactuar.



Fotografía de Estefanie Labastida Armas

Una de las tramas que ha desaparecido es la que nos relata el señor Antonio Lima:

“Yo vendía hasta 10 barriles por día, la camioneta llegaba a las 6 de la mañana y era hora de rodar los barriles, ya había clientes a esa hora, unos albañiles y los cargadores de mecapal, aplaudían, se emocionaban y unos ayudaban, esperaban la hora del curado de apio o de alfalfa, en un pizarrón mi chalan apuntaba la botana y los curados, antes en las pulquerías todos se conocían y se decían salud”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara Juchitepec Edo Méx., mayo de 2018).

Con el comentario anterior nos podemos dar cuenta que se generaba una red entre los consumidores y productores, el ambiente era cordial, de esta manera se comenzaba a tejer la comunidad entusiasta del pulque.

Las tramas comunitarias en la cultura del pulque se construyen con la interacción de los integrantes de estas prácticas sobre el escenario, el pulque era el pretexto para socializar.

“Por el 60 se ponían unos al albur, siempre con respeto, los que decían groserías los callábamos, el albur era cosa fina, sacaban de todos los temas, los buenos eran los boleros, los músicos y los albañiles, los de demás nada más escuchábamos y nos reíamos, si te cachaban riéndote te tocaba albur por llevado, si pasaba una mujer al baño se tenían que esperar hasta que se fuera, con ellas no se metían, la cosa era entre hombres ”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara Juchitepec Edo Méx., mayo de 2018).

En este punto nos damos cuenta que la construcción de la trama requiere de un lenguaje propio, un código que nada más los integrantes logren descifrarlo, reproducirlo dentro del escenario, al igual que los códigos de respeto, estos elementos fortalecen la edificación de la trama y aseguran su permanencia.

Con el paso de los años las tramas se fueron tejiendo de otra manera, el pulque seguía siendo el centro de las redes. Al igual que los espacios las tramas tuvieron algunos cambios en los escenarios, el uso del pulque y los actores que intervenían en el tejido de las nuevas prácticas culturales.

Para enunciar las nuevas tramas que se construían a mediados de los 80 dentro de la cultura pulquera tenemos el testimonio de Jorge Lima: “Antes había juegos, baraja, rayuela, albures y se hacía ambiente, con la llegada de la cerveza cambiaron muchas cosas, con las mujeres en el mismo espacio se quitaron los albures y se prohibieron los juegos de azar, ahora ya se podían mezclar hombres y mujeres, ya hasta se ponían a bailar” (Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, junio de 2018).

El baile fue otra actividad que se generó al interior de la cultura pulquera, la interacción entre hombres y mujeres cambió las condiciones que existían al interior de las redes, las mujeres se presentaban como consumidores, vendedoras de botanas y ayudantes en las pulcatas.

El arribo de las mujeres a la cultura pulquera modificó el uso de lenguaje y redireccionó la construcción de las nuevas tramas comunitarias, de esta manera se nutría la trama y de esta manera se aseguraba su sobrevivencia. Otro factor que se adicionó al escenario de la producción y el consumo del pulque, los nuevos elementos hicieron más sólida la trama comunitaria del pulque en Xochimilco.



Fotografía de Estefanie Labastida Armas

La llegada de nuevos actores sociales encarnados por mujeres llegaba anunciando el cambio rotundo en la vida del pulque y es que las mujeres reclamaron un espacio que se les había dado a cuenta gotas.

Don Toño: “Antes las clientas eran otras, ahora son de dinero, me doy cuenta por el carro que traen, también las maestras de Artes Plásticas, las de danza, hay unas que son doctoras y me preguntan mi edad, antes iban puras mujeres de campo”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara Juchitepec Edo Méx., mayo de 2018).

Por otra parte, tenemos el testimonio del Jorge Lima: “De mujeres recuerdo, vendedoras de cocolos, las que vendían tlacoyos, las de las hortalizas, amas de casa, tortilleras, vendedoras de pepitas, ahora hay Licenciadas, muchachas, Doctoras, unas que son chef y las que trabajan en la Delegación”. (Entrevista con Jorge Lima Rueda Tulyehualco Xochimilco, mayo de 2018).

El apoderamiento de las mujeres de esta cultura hizo que el consumo se hiciera mixto, la llegada de las mujeres dio otra identidad a las prácticas culturales que se desarrollan en la vida del pulque.

El lenguaje, los integrantes, el objeto y los escenarios permiten que esta tradición siga permanente en la actualidad, la salida y llegada de elementos ha

modificado la constricción de la trama, afortunadamente este factor no ha trastocado la escancia de la cultura del pulque en Xochimilco.

Es imposible pensar que corre peligro la continuidad de la vida pulquera en el espacio urbano rural de Xochimilco, ya que el consumo y la producción van en la sangre de los integrantes de la trama y se encargan de tejerla día a día.

Ante esto tenemos las palabras de Ubaldo Rojas: “El pulque se mantiene vivo por el consumo, por la herencia y el consumo como acto social, por la producción y la distribución, muchos clientes dicen que van porque se los inculcaron en su familia, otros llegan por curiosidad o para salir de la duda a que sabe”. (Entrevista con Ubaldo Rojas Lima Tulyehualco Xochimilco, febrero 2018).

Los actores y el objeto permanecen, los cambios sociales y los movimientos económicos han cambiado los escenarios de consumo, existe persistencia y lucha para mantener en pie los espacios donde se pueda consumir pulque, ya es cuestión del consumidor elegir el de su agrado para consumir pulque y colaborar con la continuidad de estas prácticas culturales.

Para refutar esto contamos con las palabras del señor Antonio Lima: “Ahora toman pulque porque les enseñaron sus abuelos o sus padres, eso se hereda, en mi familia son pocos los que no toman pulque, ahora la chamicada busca la pulquería, el toreo para echarse un pulquito”. (Entrevista con Antonio Lima Vergara Juchitepec Edo Méx., mayo de 2018).

Las tramas que se tejen alrededor del pulque se consolidan, se fortalece la convivencia y el consumo de dicha bebida, es por esto que señalamos que la combinación de hombres y mujeres forjan un proceso donde ambos géneros construyen una nueva práctica cultural en la vida pulquera, lo cual se refleja en

la permanencia de esta trama comunitaria a través de los años y los cambios sociales.

A modo de conclusión de este capítulo podemos decir que nuestro análisis sirvió para resolver uno de nuestros objetivos particulares que expusimos en la apertura de esta tesis, por lo cual nos enfocamos en develar los factores que influyeron directamente en los cambios del valor de uso del pulque.

Por consiguiente, en este apartado desarrollamos las categorías de Valor de uso, Aura y Tramas comunitarias, esto con la finalidad de exponer los cambios que se manifestaron dentro de la cultura pulquera en una transición genealógica.

A manera de conclusión señalamos que el valor de uso en el pulque aplica desde la producción, posteriormente el consumo, porque el productor destina la bebida para un fin en específico y los consumidores dotan de un sinnúmero de significados al producto.

El productor se encarga de transformar la materia prima para obtener un beneficio, la utilidad del pulque se la dota cada sujeto de acuerdo a su contexto, es aquí donde surge el valor de uso, que va más allá del valor monetario.

La historia señala que el uso del pulque era meramente ceremonial/espiritual, un producto para el consumo de las clases altas y los señores principales, este uso limitaba al resto de los habitantes temporalmente.

Los pobladores en condiciones de pobreza encontraron en el pulque un refugio al choque ideológico por el que atravesaban, esto a consecuencia de que el pulque ya no estaba controlado ni mediado por autoridad alguna, lo cual beneficiaba a los consumidores y al abuso de esta bebida.

Los virreyes no hacían caso omiso del consumo del pulque, en cierta medida era un pacificador para evitar posibles reyertas. La restricción en el nuevo valor de uso del pulque llegaría en manos de los frailes, ya que estos comenzaron a limitar el consumo y castigaban la embriaguez con penas físicas.

Posteriormente el consumo del pulque fue regulado y limitado a establecimientos donde el gobierno cobraba rentas e impuestos, el uso del pulque en esta época fue limitado para las mujeres dejando a los varones con luz verde para darse atracones con el neuhtle.

El nuevo valor de uso que se le asignaba al pulque lo hacía un objeto mayoritariamente masculino, las mujeres tenían acceso a la bebida de manera discreta debido a que el lugar de su consumo era limitado y mediado por normas masculinas.

Otro uso negativo que se le asignó al pulque fue para desprestigiar a los consumidores, ya que debido al abuso de la ingesta se crearon estereotipos de los entusiastas y la sociedad comenzó a estigmatizar las prácticas culturales del pulque.

La llegada de la cerveza y el alcohol a las pulcatas convirtió los espacios de consumo en lugares mixtos, el consumo de bebidas embotelladas tiraba los muros que restringían la participación directa de las mujeres dentro de las prácticas pulqueras.

Una vez insertadas las mujeres en el consumo del pulque decidieron ejercer su autonomía y se emanciparon de los hombres, ahora las mujeres acuden solas, en grupo y con sus hijos, ellas dan un nuevo significado y nuevo valor de uso al pulque.

El consumo del pulque como acto social reivindica esta cultura y el gusto en las nuevas generaciones tuvo un repunte, hoy en día se puede presumir que se toma pulque o curado en las redes sociales.

Y es que en resumen del valor de uso podemos señalar que algunos significados perduran entre los consumidores, los clásicos como el uso afrodisíaco asociado a lo simbólico de este, por otra parte sus bondades proteínicas y cualidades alimenticias, cosa que siempre se ha señalado, al igual que el consumo como acto social predomina en la actualidad, lo importante a resaltar después de llegada de las mujeres de manera directa es la apertura para jóvenes, debido a esto es que continua vigente el consumo de pulque.

El tema de la actualidad del pulque y la continuidad de sus prácticas culturales se debe a que no se han dejado de construir las tramas comunitarias en torno a esta bebida, es por esto que se cuenta con tradición y permanencia dentro la zona urbano rural.

Señalamos esto de la zona donde se hace la transición de lo urbano al espacio rural porque en el ámbito rural es impensable que estas redes pudieran desaparecer, al contrario, se mantienen sólidas y vigentes. Pero debido a los cambios en la sociedad y la industrialización es posible que estas tramas se vieran afectadas.

En el tema de las afectaciones podemos señalar que la pérdida del aura se presenta en el pulque debido a las técnicas de producción donde los jicareros corrompen el valor único del pulque. Podemos señalar que en un intento por igualar en la carrera del consumo a la cerveza algunos pulqueros han optado por alterar la unicidad del pulque.

Estas tendencias de producción rompen con la naturalidad que se tiene del pulque debido a que se emplean sustancias y elementos que no son de origen natural, lo cual trastoca la autenticidad del objeto, en lugar de parecer una idea creativa es una teatralización de la bebida.

Conclusiones

Consideramos que los principales resultados que surgieron al finalizar este trabajo deben ser tomados como un referente para futuras investigaciones.

Uno de nuestros resultados de investigación fue la implementación de la ley seca que promovió la venta ilegal de todo tipo de bebidas alcohólicas y generar un mercado nuevo, lo cual desembocó en la construcción de nuevos discursos y prácticas en la cultura pulquera.

Esta venta alternativa provocó que surgieran los llamados toreos, que se dedican exclusivamente a la venta de pulque, cerrando sus puertas a las bebidas embotelladas, es por esto que son considerados como espacios en donde predomina el consumo exclusivo al pulque, en contra parte de lugares en donde se oferta una amplia gama de bebidas alcohólicas. El despliegue de la industria cervecera y el apoyo de las autoridades contribuyeron de manera inconsciente a que se derribara una muralla que existía dentro de las pulquerías. Al caer esta barrera física las mujeres se introdujeron en la vida del consumo del pulque y se sumaron a la lista de actores de la vida pulquera.

Continuando con la idea central vamos mencionar que la intervención del gobierno y los mecanismos donde facilitaron el posicionamiento de la cerveza dentro del mercado y ganarle de alguna manera la carrera fueron la principal punta de lanza que encaminó el cambio en las prácticas culturales y el valor de uso del pulque dentro de la escena pulquera en Xochimilco.

De esta manera mencionamos que la iniciativa en la que incurrió el Gobierno fomentó el consumo libre de cerveza y alcohol por copeo dentro de las pulcatas en el área de Xochimilco, mismo acto que en la voz de nuestros entrevistados trajo consigo un cambio en las prácticas de consumo dentro de las pulcatas,

este cambio se reflejaría en la denominación de las pulquerías y agregarían el término de “ambiente familiar” a su razón social, acto que fue capitalizado por las mujeres que se encontraban inmersas en estos espacios.

Consideramos que este cambio representó una paridad de condiciones entre hombres y mujeres en el rubro del esparcimiento y prácticas de consumo, mismas que hasta hoy en día continúan.

El fenómeno de la gentrificación también representó un aspecto que de alguna manera fue moldeando las prácticas culturales, mismas que fueron mutando y desarrollando nuevas vertientes.

Cabe señalar que el paso de la gentrificación sobre el escenario Xochimilca ha repercutido de manera visible sobre el paisaje visual, ya que lo que antes eran pulquerías llenas de historia y tradición, hoy en día son comercios y en el caso extremo las pulquerías han cedido su imagen clásica a una nueva visión, es decir; las pulcatas adoptan el concepto de antros o cantinas, cambiando la tradición y valor histórico, es aquí donde emergen las neo pulquerías, tema que merece un acercamiento debido a que estos espacios pululan en la zona centro de la ciudad de México.

Otro aspecto que señalamos como un cambio importante dentro del valor de uso del pulque son las nuevas tendencias adoptadas por los jicareros/pulqueros en un afán por dar un giro fresco y novedoso al pulque, lo cual a nuestros entrevistados les parece un acto que rompe el valor aurático del pulque, es por esto que también señalamos que la inclusión de elementos no naturales en la elaboración de los curados es un cambio que se ha manifestado a partir de la década del 2000 en las pulquerías de Xochimilco, sin

quitar el dedo del renglón también concluimos que los intentos por envasar al pulque nos resultan un acto violento contra la unicidad del pulque.

Referente a ello desde la mirada de las pulquerías la masculinidad está asociada como el modelo a seguir donde no se puede renunciar a este y por ello se tiende a ser una homogenización de los patrones de comportamiento de los hombres en estos espacios.

Por otro lado el papel de la mujer desde la escena pulquera es algo que se fue dando involuntariamente esto debido a que la mujer se fue adentrado a la vida pulquera en espacios y oficios que en un principio pertenecían a los hombres, sin embargo, el feminismo dado en movimientos sociales ha sido un papel fundamental para permear la ideología , así como los espacios, por lo cual dentro de las pulquerías fue un cambio natural que se fue dando para asumir e incorporarse a la vida dentro del pulque.

Por tanto, la inclusión de hombres y mujeres en la cultura del pulque resignificó los roles de género dentro de la asimetría de distribución de papeles desde el trabajo, es decir la incorporación poco a poco fue creando un ambiente en donde tanto el hombre como la mujer se asumieran como parte de un mismo espacio sin separación, trabajando y enriqueciendo una costumbre en común.

Por otro lado, en lo referente al valor de uso del pulque encontramos que éste atraviesa constantemente por cambios, ya que cada generación dota a la bebida con un nuevo significado, ahora bien, esto no quiere decir que el uso que se le asignaba décadas atrás haya desaparecido.

Líneas de fuga.

En este apartado vamos a mencionar los aspectos y fenómenos que dejamos fuera o que simplemente abordamos de manera muy escueta debido a que concentramos nuestra investigación en mencionar los cambios en las prácticas culturales y el valor de uso (producción, distribución y consumo) del pulque en pulquerías y toleos de pulque en Xochimilco.

El primer aspecto que vamos a mencionar que decidimos descartar la actualidad del paso de extracción, es decir; no mencionamos el proceso de extracción, desde que se raspa el maguey, se recolecta el agua miel y se lleva al tinacal para iniciar la fermentación, consideramos que es importante tener un referente al día, pero debido a la naturaleza de nuestro trabajo descartamos abordar en profundidad este aspecto.

En segunda el del consumo, pensamos que para nuestro trabajo era de mayor importancia darles voz a los productores, por esto no priorizamos en el consumo sin embargo se aborda desde la perspectiva del productor desde sus principales consumidores entre los que destaca el hombre y la mujer, sin embargo, no detallamos referente al tema

Consideramos el tema de los toleos de pulque donde abordamos el tema de los espacios mencionando a las pulquerías y toleos, no pudimos darle mayor peso de importancia o jerarquía a los toleos, es por esto que consideramos a futuro realizar una nueva investigación donde demos prioridad a dichos espacios culturales para dar a conocer su vigencia dentro de la ciudad.

En el ámbito de los espacios también dejamos ir el tema concreto de las pulquerías y su actual devenir, esto debido a que realizamos nuestro análisis

considerando a las pulquerías y los toleos como un espacio para consumir y distribuir pulque, por eso no los desarrollamos por separado.

Por otra parte, consideramos que el tema de las mujeres y el pulque es muy amplio, debido a esto no pudimos hacer un abordaje más amplio sobre este tema. Las mujeres y el pulque es todo un cosmos de prácticas culturales por describir y explorar, de hecho, nos sentimos en deuda con nosotras mismas y consideramos que este tema da para muchos estudios, es por esto que nos prometimos desarrollar este tema en lo individual ya que conforme parte de nuestro resultado final obtenido en el campo,

Dentro de los temas que no nos fue posible abundar más en el tema consideramos que cada etapa que conlleva el proceso del pulque es importante mencionarlo, sin embargo, debido a cuestiones de tiempo no pudimos realizar un amplio panorama de lo que es la cultura del pulque,

Referente a la cultura del pulque hay una gama precisa de manifestaciones simbólicas presentes en la cultura ejemplo de ello, son los murales, los nombres de las pulquerías, los juegos que se jugaban en las pulquerías e inclusive la historia de cómo nació el curado.

Hoy en día la cultura del maguey ha incrementado debido a ciertos factores que han provocado que haya más información referente al pulque, con ello queremos decir que las redes sociales nos invitan a girar de nuevo a las tradiciones desde una nueva mirada que se adapta a las necesidades de las nuevas generaciones y los nuevos espacios que han ido generando.

BIBLIOGRAFÍA

Adorno, Theodor y Horkheimer, Max. (2006) La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. En Dialéctica de la Ilustración, Madrid Trotta.

Alcocer Cruz, Daniel Guadalupe, (2013) De la Escuela de Frankfurt a la recepción activa razón y palabra, vol. 18, núm. 83, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México.

Alonso, Ana. (1994). "The politics of space, time and substance: State formation, nationalism, and ethnicity". Annual Review of Anthropology, 23:379-405

Alvarado Vega, Óscar, (2007) El relato perfecto: teoría del cuento en Horacio Quiroga Revista Espiga, núm. 14-15, enero-diciembre, Universidad Estatal a Distancia San Pedro de Montes de Oca, Costa Rica.

Álvarez Leonardo, (2011) La Constitución de Weimar ¿Una República sin Republicanos?, en <file:///C:/Users/pc/Downloads/Dialnet-LaConstitucionDeWeimarUnaRepublicaSinRepublicanos-5722116.pdf> consultado el 02 abril de 2018

Arqueología Mexicana. (2018) El pulque prehispánico. Arqueología mexicana, Núm. 78, volumen 13

Aura Toledo (2016), El conocedor, La herencia de Mayahuel: el pulque, en <http://revistaelconocedor.com/la-herencia-de-mayahuel-el-pulque/> consultado el 15 de noviembre de 2018

B. Kawulich Barbara, (2005) La observación participante como método de recolección de datos. FQS. Volumen 6, No, 2. Art 43

Barbero, J, Martin. (1987) Del folklore a lo popular. En De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México: Gustavo Gili, S.A., Barcelona.

Benjamín Walter, (1996) "La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica", México, ITACA, traducción de Andrés E. Weikert.

Boldrini, Paula Luciana; Malizia, Matilde. (2014) Procesos de gentrificación y contragentrificación. Los mercados de abasto del norte de San Miguel de Tucumán (Noroeste Argentino) Revista INVI, vol. 29, núm. 81. <http://www.redalyc.org/pdf/258/25832093005.pdf> consultado el 12 de julio de 2018

Boletín de prensa Tradex. (2018). Las 400 formas de embriaguez. De Boletín de prensa Tradex en: <https://www.inforural.com.mx/400-estados-de-embriaguez> consultado el 25 de octubre de 2018

Bonino Luis, (2002) Masculinidad Hegemónica e Identidad Masculina, en <https://docplayer.es/8131699-Masculinidad-hegemonica-e-identidad-masculina.html> consultado el 10 de agosto 2018.

Brenner, Anita, (2012) "Pulquerías, corridos y vacilada en el México de los años 20", núm. 2, México

Briceño Linares, Ybélice, (2010) La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales, vol. 16, núm. 3, septiembre-diciembre, Universidad Central de Venezuela Caracas, Venezuela.

Canal once. (2015). La ciudad de México en el tiempo: pulquerías. Recuperado el de <https://youtu.be/PsXtpkxZB70> 21 de octubre de 2017.

Colegio de Ciencias y Humanidades, Portal Académico UNAM, (2017), en <https://www.portalacademico.cch.unam.mx/alumno/triid1/unidad3/operacionesderegistro/cuadrodobleentrada>, consultado el 13 de mayo de 2018.

Corcuera de Mancera, Sonia. (1994) Del amor al temor. Borrachez, catequesis y control en la Nueva España (1555-1771). México. FCE. Sección obras de historia.

Cuadernos de Investigación FISAC Órgano de Difusión del Comité Científico de la Fundación de Investigaciones Sociales, A.C. (1999) Año 1, Número 2, noviembre

Cuevas a Clavijero Mariano, (1974), libro VII, cap65.

Diario de México, Redacción de Diario de México (2017), Diario de la Ciudad de México, Pulque, ofrendas y calavereadas para visitantes en Xochimilco.

Diario Oficial de la Federación. Normas Oficiales Mexicanas. Norma Mexicana NMX-V-037-1972. <http://dof.gob.mx/normasOficiales.php> consultado el 4 de noviembre de 2018

Diccionario enciclopédico de la gastronomía mexicana Larousse de <https://laroussecocina.mx/palabra/acocote/> consultado el 16 de noviembre de 2018

Echeverría, Bolívar; (2014) "Valor de uso y utopía", Siglo Veintiuno Editores, México.

Editorial Eje central, (2017), "La evolución de las pulquerías", Notimex, <http://www.ejecentral.com.mx/la-evolucion-de-las-pulquerias/>, consultado el 22 de noviembre de 2017.

El pulque, Revista Cultural, Universidad Autónoma de México (1997), en: http://www.destiempos.com/n6/pilarmaynez_n6.htm consultado el 15 de noviembre de 2018

El Universal, Redacción del Universal, (2016), "El Templo de Diana", una pulquería tradicional y con estilo, Sección Turismo, en <http://www.eluniversal.com.mx/> consultado 13 de noviembre de 2017.

Elizondo, A María, Martínez V, Fernando. (2014). El pulque esencia de un pueblo que desaparece. Las significaciones y consumo del pulque desde un ámbito comunicativo. (Tesis de licenciatura en Comunicación). Universidad Nacional Autónoma de México. México. Facultad de estudios superiores Acatlán. <http://132.248.9.195/ptd2014/agosto/0717857/Index.html> consultado el 13 de mayo de 2018

Excélsior, redacción del El Excélsior. (22 de abril de 2015). Sobreviven pulquerías con más de 45 años en Xochimilco de <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2015/04/22/1020225> consultado el 17 de octubre de 2017

Ferry, Elizabeth. (2011), No sólo nuestro. Patrimonio, valor y colectivismo en una Cooperativa Guanajuatense. México: Colmich/Universidad Iberoamericana

Gabriela Nieto. (2015) El pulque otro encuentro de tlachiqueros. Boca de polen A.C red de comunicadores. En: <http://bocadepolen.org/web/el-pulque-otro-encuentro-de-tlachiqueros/> consultado el 16 de noviembre de 2018

Gálvez Hoyos, Jesús M. (2010) La Ciudad espacio de construcción de sujeto. Universidad pontificia boliviana.20.

García Canclini, N. (2000), Industrias culturales y globalización: procesos de desarrollo e integración en América Latina. *Estudios Internacionales*, 33(129)

Giacaglia, Mirta Hegemonía. (2002), Concepto clave para pensar la política tópicos, núm. 10, Universidad Católica de Santa Fe Santa Fé, Argentina.

Godoy, Augusto, Teófilo Herrera y Miguel Ulloa (2003) Más allá del pulque y el tepache. Las bebidas alcohólicas no destiladas indígenas de México, Instituto de Investigaciones Antropológicas (IIA)-UNAM, México.

Gómez Ruth, Visallana Carlos. (2017). Jóvenes al rescate del tradicional pulque. En: http://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/colaboracion/mochilazo-en-el-tiempo/nacion/sociedad/2017/03/1/jovenes-al-rescate?fb_comment_id=1261868653927192_1262260433888014#f2dc9e38cc1885 Consultado el 22 de noviembre de 2017.

Gramsci, Antonio, (2003) Cuadernos de la cárcel, Cuadernos, V, II Risorgimento 1 ed. Buenos Aires. (Biblioteca de filosofía) Traducción de: Edgardo Albizu y Carlos Luis.

Guber R. (2001), La etnografía. Método, campo y reflexividad. 1ra. edición. Bogotá: Editorial Norma. P.23.

Gutmann, M. (2000), Ser hombre en la ciudad de México, ni macho ni mandilón. México. El Colegio de México.

Guzmán Mario, (08 de agosto de 2018), El Universal, Cultura, "Pulque, bebida ancestral llena de mitos y leyendas", <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/el-pulque-bebida-ancestral-rodeada-de-mitos-y-leyendas>, consultado el 28 de agosto de 2018.

Héctor Pizarro, (2006), Porque soy hombre, Una visión a la nueva masculinidad en Herrera Pía. "Poco estudiados, los fermentados indígenas", en Gaceta UNAM, núm. 3655, México, en http://ovsyg.ujed.mx/docs/biblioteca-virtual/Porque_soy_hombre.pdf, consultado el 07 de agosto de 2018

Horkheimer Max, (2000) "Teoría Tradicional y Teoría Crítica", Barcelona, Paidós.

Idarraga María Laura. (2016) La importancia de la memoria. Tras la cola de rata. En: <https://www.traslacoladelarata.com/cultura/relatos/la-importancia-de-la-memoria/>

Consultado el 6 de noviembre de 2017 de

Informativo Anáhuac, Las pulquerías en Xochimilco. La voz del sur, (2011), en <http://menumania.com.mx/especiales/61-ruta-por-las-pulquerias-de-xochimilco/> Consultado el 2 de noviembre de 2017.

La jornada. (8 de agosto de 2007). "La industria del pulque, extinta; no hay registro de la tradición de la bebida". En: <http://www.jornada.unam.mx/2007/08/03/index.php?section=gastronomia&articulo=a08n1gas> Consultado el 22 de noviembre de 2017.

Las Pulquerías "vayan entrando...". (2015) en <https://www.mexicodesconocido.com.mx/las-pulquerias-vayan-entrando.html> consultado el 20 de noviembre de 2017.

Lenarduzzi, Víctor, (1998) Revista "Comunicación y Cultura": itinerarios, ideas y pasiones., Ed. Eudeba – Bs.As.

Los recuerdos del porvenir: Las pulquerías en la Ciudad de México, Colectivo El Tinacal, Primera edición, 2012 en <http://www.youblisher.com/p/386208-Los-recuerdos-del-porvenir-Las-pulquerias-de-la-Ciudad-de-Mexico/> consultado el 10 de noviembre de 2017.

M Juan. Lope Blanch, (1979) Léxico indígena en el español de México, México, El Colegio de México.

M. Bautista, (2015), "El pulque no sabe de leyes. Un toreo en Xochimilco. Crónicas de asfalto, <http://cronicasdeasfalto.com/el-pulque-no-sabe-de-leyes-un-toreo-en-xochimilco/>, consultado el 22 de noviembre de 2017

Macedo Enciso Miguel. (1950) Manual del Magueyero, México, Ed. Ediciones agrícolas "Trucco".

Mata, M. (1993) "El consumo desde una perspectiva crítica", Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación. 1er. cuatrimestre.

Martínez, M Miguel (2007) La investigación cualitativa etnográfica en educación. Editorial Trillas. México consultado el 12 de diciembre de 2018 en <https://www.academia.edu/33357131/La-investigaci%C3%B3n-cualitativa-etnogr%C3%A1fica-martinez.pdf>

Marx Karl. Introducción a la economía política. (1857). Libro 96. Consultado el 3 de noviembre de 2018 en <https://elsudamericano.files.wordpress.com/2017/02/96-introduccic3b6n-a-la-crc3adtica-de-la-econ-polc3adt-colecccic3b3n.pdf>

México Desconocido, (28 de junio de 2016) "El pulque, la bebida de los dioses", en <https://www.mexicodesconocido.com.mx/el-pulque-la-bebida-de-los-dioses-hidalgo.html>, consultado el 30 de agosto de 2018

Miranda, Garnica, M Guadalupe. (2008). Las cantinas y pulquerías en el centro histórico. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México. México. Fes Aragón. <http://132.248.9.195/ptd2009/abril/0642268/Index.htm> consultado el 19 de junio de 2017.

Montes Valadez Marisa. (2014). "Pulque limpio"/"Pulque sucio": Disputas en torno a la legitimidad y la producción social del valor"- Revista colombiana de antropología. Vol. 50. Núm. 2. En: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0486-65252014000200003&lang=pt. Consultado el 20 de noviembre de 2017.

Mora Nawrath HI. El método etnográfico: origen y fundamentos de una aproximación multiétnica. Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research, 2010, Art. 10.

Navas María Elena, (11 de marzo de 2001), BBC en México, BBC Mundo, en http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america/newsid_1214000/1214158.stm consultado el 5 de noviembre de 2018.

Olvera Torres Amaury Jurandy, (2012), El pulque, una bebida tradicional en peligro de extinción. Reportaje. Universidad Nacional Autónoma de México Facultad de estudios superiores Aragón, en

<http://132.248.9.195/ptd2013/agosto/0700168/Index.html>. Consultado el 20 de noviembre de 2017.

Ortiz, Guillermo. LA CRISIS DE 1994-95 Y LA ACTUAL CRISIS. (2009), en: <https://expansion.mx/economia/2009/01/30/la-crisis-del-199495-y-la-actual-crisis> consultado el 5 de noviembre de 2018.

Pedrero Nieto Mercedes, (1995), México, Dinámica demográfica de la población económicamente activa 1970-1990, México, Universidad Nacional Autónoma de México, en <https://www.crim.unam.mx/web/sites/default/files/M%C3%A9xico%20dinamica%20demografica%20de%20la%20poblaci%C3%B3n.pdf>, consultado 5 de noviembre de 2018.

Pérez Gonzáles Vanessa Belém, (2011), Relato periodístico de la pulquería “Nomas no llores” Ubicada en Xochimilco, Universidad Nacional Autónoma de México. Tesis de licenciatura Facultad de Ciencias Políticas. Biblioteca central UNAM, <http://bc.unam.mx/>, <http://132.248.9.195/ptd2012/marzo/0677854/Index.html> consultado el 19 de junio de 2017.

Periódico “La columna” (1901, junio). Tragedias de pulquería.

Piccini Mabel, (2002) “Diálogos informales sobre la comunicación y el consumo cultural”, en Piccini et al., Recepción artística y consumo cultural, México, CNCA/INBA/CENIDIAP/Eds. Casa Juan Pablos.

Prieto Martínez Genaro 1996, LAS PULQUERÍAS RECUERDOS DEL PORVENIR, Universidad Nacional Autónoma de México. Tesis de licenciatura Facultad de Ciencias Políticas. <http://bc.unam.mx/>, <http://132.248.9.195/ppt1997/0241245/Index.html> consultado el 13-junio de 2017

Publimetro México, El pulque enlatado, un éxito en EU y Europa, en <https://www.publimetro.com.mx/mx/noticias/2010/06/07/pulque-enlatado-exito-eu-europa.html>, consultado el 06 de septiembre de 2018.

Reina Elena, (2016) “Pase y pruebe el pulque ‘millennial’”, Periódico El País, sección Ciudad en: https://elpais.com/elpais/2016/08/26/estilo/1472164127_037111.html?id_externo_rsoc=FB_MX_CM, consultado el 20 de noviembre de 2017

Rojas Rivas Edgar, Viesca Gonzales Felipe Carlos, Espeitx Bernat Elena, Quintero Salazar Baciliza. (octubre de 2016). “El maguey, el pulque y las pulquerías de Toluca Estado de México ¿Patrimonio gastronómico turístico? “. PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural, vol.14, Núm. 4. México.

Romera Inés (2015) ¿Por qué la fruta ya no sabe cómo antes? No culpe a los herbicidas. El país. En

https://elpais.com/elpais/2015/10/29/buenavida/1446121487_823890.html
consultado el 17 de noviembre de 2018.

S.J Taylor y R. Bogdan, Introducción a los métodos cualitativos de investigación, 1987, PAIDÓS, México.

Sabogal Navia Santiago. Teorías Actuales de la Comunicación - Santiago Sabogal Navia. de <http://teoriasactualescomunicacionsantiago.blogspot.mx/2013/04/que-importancia-tienen-los-estudios.html> consultado el 06 de noviembre de 2017.

Samara de las Heras Aguilera, (2009) UNA APROXIMACIÓN A LAS TEORÍAS FEMINISTAS. Universitas. Revista de Filosofía, Derecho y Política, nº 9, enero. Santiago Izaguirre, GRAMSCI: Hegemonía y Contrahegemonía, Comunicación Social, 2016, en <https://santiagoizaguirreok.wordpress.com/2016/04/20/gramsci-hegemonia-y-contrahegemonia/> consultado el 10 de noviembre de 2017.

Saperas Enric, (1985), Sociología de la comunicación de masas, 1ª Edición VOL 1. Escuela y Autores, Editorial Gustavo Gili. 2017) en <https://blog.seccionamarilla.com.mx/3-pulquerias-en-xochimilco/>, consultado el 10 de noviembre de 2017
Secretaría de Economía, “Denominaciones de Origen #OrgulloDeMéxico”, México, 2015, en: <https://www.gob.mx/se/articulos/denominaciones-de-origen-orgullodemexico> consultado el 07 de septiembre de 2018.

Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (2016). Maguey: un agave que nos provee diversos productos agroalimentarios nativos. En <https://www.gob.mx/siap/articulos/maguey-un-agave-que-nos-provee-diversos-productos-agroalimentarios-nativos?idiom=es> consultado el 14 de octubre de 2018.

Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (2017). Maguey pulquero: el estado de Hidalgo destacó en 2017 con 69.6% de la producción nacional. En Servicio de <https://www.gob.mx/siap/articulos/maguey-pulquero?idiom=es> consultado el 14 de octubre de 2018.

Soberon Mora Arturo, y Miguel Ángel Vásquez Meléndez, (1992), El consumo de pulque en la Ciudad de México (1750-1800), México, UNAM.

Taylor, William B. Embriaguez (1987), homicidio y rebelión en las poblaciones coloniales mexicanas. México. FCE. Sección obras de historia. PP. 296

Thompson, John B. (1993), “Ideología y cultura moderna”, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

Torres Claudia, Redes Comunitarias, (2012), “La perspectiva de abordaje desde el Trabajo Social”, Universidad Nacional de Lanús, en

<https://es.scribd.com/doc/43290427/Redes-Comunitarias-La-perspectiva-de-abordaje-desde-el-Trabajo-Social> Consultado el 01 de mayo de 2018.

Traficantes de sueños, (2004) *Nociones comunes, experiencias y ensayos entre investigación y militancia*. Útiles, Madrid, en: <https://archive.org/details/2004NocionesComunes>. Consultado junio 2017
Universidad Nacional Autónoma de México, Biblioteca central UNAM, <http://bc.unam.mx/> <http://132.248.9.195/ptd2013/agosto/0700168/Index.html> consultado el 19 junio de 2017

Valencia, Licon, Ernesto. (2004) “La pulquería como lugar de encuentro: el caso de La Pirata”. *Revista interdisciplinaria INAH*. Núm. 75-76 en <https://www.revistas.inah.gob.mx/index.php/antropologia/article/view/2976> consultado el 20 de noviembre de 2017.

Vargas O., A. (2014), *Maguey, materia prima de la industria nutracéutica*. En *El maguey y el pulque en la región central de México*. Gobierno del Estado de Tlaxcala. Fideicomiso Colegio de Historia de Tlaxcala. México.

Vela Enrique, “Mitología y ritos”, *Arqueología Mexicana*, edición especial núm. 57, 2018

Zabludovsky Gina, (1998) *La Escuela de Frankfurt y La Crítica a la Modernidad, Teoría, Sociología y Modernidad*, México, Plaza Y Valdez UNAM.

Anexos

Glosario.

Neuhle: La palabra *neuhli* en azteca significa pulque o bebida que proviene del maguey.¹²

Paladear: Acción de catar el pulque, usanza de los pulqueros de antaño, la cual consistía en probar el pulque de las barricas con un vaso de los llamados “caballitos” tequileros para verlo en la luz y hacer buchecillos sin pasar el trago, posteriormente escupirlo, esto con la intención de encontrar el sabor, apreciar el color, la viscosidad y la edad del pulque para decretar si era pulque viejo o fresco.

(Antonio Lima Vergara entrevista abril 2018)

“Cuentan los expertos bebedores que un buen pulque se caracteriza por su sabor y color traslúcido; se debe servir en un vaso de vidrio y al verlo a contraluz deben apreciarse las burbujas, como resultado de la fermentación.”¹³

Pulquería: Establecimiento o local destinado para la venta y consumo de pulque, cerveza y bebidas alcohólicas, este mismo tiene permiso o licencia por parte del Gobierno Delegacional.

Tlalacho: Herramienta que se utiliza para labrar la tierra, rascar, quitar raíces o piedras, es similar a un azadón y al igual que este tiene un cabo de madera.

Toreo de pulque: Puestos ambulantes, chozas en parajes, la señora de los cocoles que vende pulque en el mercado, una mesa ubicada en el zaguán de una casa, chalupas en los canales de Xochimilco, triciclos y diablitos deambulando que se dedican exclusivamente a la venta de pulque de manera clandestina.

Jicarero: jicarero o pulquero somos los que curamos, preparamos y despachamos el pulque, es un oficio que se aprende con los años, hoy en día

¹² El pulque, Revista Cultural, UAM 1997, http://www.destiempos.com/n6/pilarmaynez_n6.htm consultado el 15 de noviembre de 2018

¹³ Aura Toledo (2016), El conoedor, La herencia de Mayahuel: el pulque, en <http://revistaelconoedor.com/la-herencia-de-mayahuel-el-pulque/> consultado el 15 de noviembre de 2018

ya quedan muy pocos en Xochimilco. (Entrevista con Jorge Lima Rueda, junio 2018)

“[...] se le llama jicarero al dependiente de las pulquerías, quien mezcla con jícaras el pulque antes de ser servido”¹⁴

Tlachiquero: El “Tlachiquero” es la persona que extrae el aguamiel del maguey para después fermentarlo y obtener la bebida conocida como pulque. La palabra “*tlahchiqui*” proviene del náhuatl y se refiere a raspar una cosa; en este caso el maguey. (Gabriela Nieto, Boca de polen A.C)¹⁵

Acocote: Planta rastrera de la familia de las cucurbitáceas, de hojas ovado-acorazadas, reniformes o anguladas y flores monopétalas. Su fruto es de formas variadas y se utiliza como vasija. El acocote se hace a partir de una calabaza o guaje alargado que mide hasta un metro de largo; se agujera por ambos extremos y, una vez vaciadas la pulpa y las semillas, se deja secar para convertirse en el instrumento que utiliza el tlachiquero para extraer por succión el aguamiel del centro del maguey. Esta palabra proviene del náhuatl acocotli, de acocui, levantar, y de octli, vino o pulque, esto es, “el que levanta el vino”; otro posible origen deriva de los vocablos atl, agua y cocotli, gáznate o esófago, es decir, “el que contiene el agua”. (Diccionario Larousse sección cocina)¹⁶

Tinacal: Del castellano tina, recipiente, y del náhuatl calli, casa; es decir, “la casa de las tinas”. Nombre que los indígenas daban a las bodegas, cuartos o espacios en las haciendas donde antiguamente se elaboraba el pulque. Se utilizaban tinas hechas de cuero de res o de madera y hoy en día son de plástico. En los tinacales se acostumbra tener la imagen de un santo o una cruz a la que se le encarga y venera cantando mientras se vacía el aguamiel. Existieron haciendas que se dedicaban exclusivamente a la elaboración de pulque, por lo que los tinacales eran de grandes capacidades. En tiempos recientes la elaboración y la demanda del pulque ha disminuido. La riqueza

¹⁴ Ibidem

¹⁵ Gabriela Nieto. El pulque otro encuentro de tlachiqueros. Boca de polen A.C red de comunicadores. Mayo 2015 de <http://bocadepolen.org/web/el-pulque-otro-encuentro-de-tlachiqueros/> consultado el 16 de noviembre de 2018

¹⁶ Diccionario enciclopédico de la gastronomía mexicana Larousse de <https://laroussecocina.mx/palabra/acocote/> consultado el 16 de noviembre de 2018

generada por dichas haciendas aún puede apreciarse en los cascos y vestigios existentes.”. (Diccionario Larousse sección cocina)¹⁷

Mecapal: El mecapal o mecapalli consiste en una banda de algodón o de ixtle –fibra del maguey–, sujeta por sus extremos a dos cuerdas que sirven para sostener la carga. La banda protege la cabeza y el cuello, y al mismo tiempo hace que la carga se equilibre y que el peso de ésta se distribuya por todos los músculos del cuerpo del cargador¹⁸.

¹⁷ Diccionario enciclopédico de la gastronomía mexicana Larousse de <https://laroussecocina.mx/palabra/acocote/> consultado el 16 de noviembre de 2018

¹⁸ Morante López, Rubén, “El mecapal. Genial invento prehispánico”, *Arqueología Mexicana* núm. 100, pp. 70-75.) en <https://arqueologiamexicana.mx/mexico-antiguo/el-mecapal-genial-invento-prehispanico> consultado el 18 de marzo de 2019

ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD:

Entrevista al señor Antonio Lima Vergara, abril 2018 Juchitepec Estado de México.

1 ¿Cómo fue tu primer acercamiento en la tradición del pulque?

Desde que era niño mi abuela nos daba pulque blanco a la hora del desayuno y en la comida, cuando estábamos en el campo tomábamos pulque para bajar la sed aparte nos quitaba lo cansados, antes no había botellas de agua o refresco, en el campo había magueyes, unos ya raspados, eso se tomaba, nada más que teníamos que tener cuidado, hay unos magueyes más viejos, esos daban un pulque más fuerte.

Cuando tenía 20 años trabajaba con mi tío, le ayudaba a pelar la fruta, a limpiar todo lo que se necesitaba, lo malo es que no me pagaba mejor me fui a trabajar con un señor que le decía “El pisto” de Santa Cecilia Tepetlapa, se dedicaba a vender pulque y curados en Xochimilco, tenía toreos y una pulquería.

2. En tu experiencia ¿Cómo ha cambiado el consumo del pulque en Xochimilco?

Para empezar ya no es lo mismo, antes los que tomaban pulque eran casi puros hombres, si había mujeres, pero contadas veces y tenían que estar en el departamento de damas, eso cambió en el año de 80, ahora todos lo toman junto, eso está bien.

Llegó la cerveza y el vino a las pulquerías, se vendía mucho, pero teníamos que pagar otra licencia y otro permiso para poder vender.

Antes no se abrían las pulquerías los domingos porque tenían que ir a la misa, ese día se abrían los toreos.

Recuerdo los que tomaban más eran los cargadores de mecapal, albañiles, músicos, los chiteros (vendedores de barbacoa), campesinos, profesores, los peones, a veces llegaban a la pulquería unos luchadores, boxeadores, había rateros, comerciantes esos lo tomaban en la hora de la comida o al salir del trabajo. Por 1970 había unos amanecidos que llegaban desde las 6 de la mañana a la pulquería, esos tomaban pulque en ayunas y se ponían amarillos hasta los ojos se les hacían transparentes, les daba la cirrosis, es que si le echaban harto pulque.

Venían los del club de frontón de Tepito, esos eran de la “rechingada”, buenos pal trompo y venían unos 20 y traían pistola, ellos trajeron la marihuana al Xochimilco, entre los pulqueros nos corríamos la voz cuando andaban por acá para estar a la viva.

Por aquellos años estaba el departamento de alcoholes, supervisaban que no se vendiera cerveza y botellas dentro de las pulquerías, el comandante Williams era bien perro, hasta los botes de basura revisaba buscando botellas vacías o las fichas de las cervezas, si encontraban algo era multa segura.

En aquellos años no había jóvenes o colegiales en las pulquerías, se casaban temprano y se hacía señores rápido, ahora hay muchos jóvenes y muchachas, van solo o en bola.

Antes los que pedían pulque sabían, conocían de pulques, aparte antes en todos lados estaba bueno, ahora los que toman piden sabores diferentes, la venta ya no es como antes, ahora compran y lo llevan a su casa, eso está bien, dan a conocer mis pulques.

Hoy me fijo que en todas las pulquerías de Xochimilco ya venden alcohol y cerveza, ya no se deberían llamar pulquerías porque parecen cantinas, antes eso era multa, antes era multa que se mezclaran hombres y mujeres a tomar, por eso existía el departamento de damas.

Ahora los clientes compran el pulque y lo llevan a fiestas, a las carreras, al jaripeo, a los bailes se lo llevan en botellas, jarras, jarros, hasta en la mera calle lo toman

Antes las clientas eran otras, ahora son de dinero, me doy cuenta por el carro que traen, también las maestras de Artes Plásticas, las de danza, hay unas que son doctoras y me preguntan mi edad, antes iban puras mujeres de campo.

3. ¿En qué forma el gobierno ha intervenido dentro del negocio de las pulquerías y los toros?

Pues siempre hay una autoridad que vigilia todo, en el año del 60 era el comandante Williams, ese canijo andaba viendo hasta lo que no, eran del departamento de alcoholes, vigilaban que no se vendieran botellas dentro de la pulquería, que las mujeres estuvieran en su departamento porque no se debían mezclar con los hombres, llegaban a pedir la comisión para que uno pudiera vender, había multas si no cerraba a las 10.

En los tores era cosa seria porque no tenía permiso, si me llegaban a cachar los de la policía me tiraban el pulque en la calle, rompían los jarros, me daban de golpes y jalones iban armados los agentes, me subían a la perrera y me iba dos días a la cárcel, había muchos piojos por eso te bañabas a fuerza, pura agua fría y jabón de lejira, con ese te ardía todo es de pura sosa por eso mejor siempre tenía en mi chamarra mi sácate y un cacho de jabón.

Una ocasión nos juntamos los que toreábamos y quedamos en darle \$5000 por mes al comandante Williams, con eso nos lo quitábamos de encima y de paso le echábamos tierra a las pulquerías para que les cerrara o le inventábamos que vendían alcohol, los policías siempre tenían un precio.

Los inspectores de salubridad eran de la chingada, esos iban a las aduanas en San Lázaro porque ahí llegaba todo el pulque en tren de Hidalgo, Puebla, Tlaxcala, el pulque que llegaba del Estado lo traían en camionetas.

Ellos tenían un tubo con un espejo en la parte de abajo y otro arriba, lo metían en los barriles para buscar a la muñeca, llevaban unos vasos con una medida, disco para checar la calidad del pulque, ellos que iban a saber de paladear el pulque, nunca encontraron nada, pero según ellos había pulque que no cumplía la calidad y lo tiraban, muchas veces se lo llevaban en camionetas confiscado y lo revendían en otras partes, poco después todo se calmó, se tenía que pagar una cuota por cada barril y barrica de pulque, según era para certificar.

4. ¿Cuáles son las diferencias entre tores y pulquerías?

Pues la pulquería es local cerrado, con su departamento de damas sus puertas de estas típicas de madera y los tores somos los que vendemos sin permiso, andamos toreando a los de la delegación.

5. Ante la desaparición de las pulquerías ¿Cuál ha sido la alternativa para seguir en el negocio de pulque?

Pues en los tores, en las ferias si nos dan permiso, pero mejor toreando, porque pagar una renta, permisos y licencias salen muy cara, ahora hasta esos de protección civil te multan por todo.

6. ¿Qué factores además de los legales han afectado el consumo de pulque provocando que se tenga preferencia por otra bebida?

Pues el invento de la muñeca, eso nos pegó mucho, las ventas bajaron, así como dicen que los tacos de la calle son de perro pues se va la gente y fue en

las noticias que salió eso de la muñeca y todo para la gente comprara cervezas y alcohol, también cuando salió el alcohol del gato, ese era bien barato y te dejaba borracho rápido, los que tomaban ese se les pelaba la nariz.

Otra cosa que nos quema es que los jicareros que no saben curar, hacen curados flacos y los curados de ahora parecen postres, hay que jalar gente con buen pulque.

7. ¿Actualmente qué factores hacen que exista una preservación y lugares destinados al consumo del pulque?

Pues hay reportajes de las pulquerías no sé si el gobierno de ayudas, lo que si es que el pulque agarró un nuevo aire por eso está de moda con los jóvenes.

Una vez quise sacar un apoyo y me dijeron que no porque era para vender bebidas alcohólicas.

8. ¿Menciona los cambios que has observado en la producción del pulque?

Pues yo aprendí como es, con la tradición, con cosas naturales, les enseñé a mis hijos y a mis nietos a curar, a paladear el pulque para que no se los majearan , a comparar la fruta buena, la avena, la nuez todo con lo que se cura, antes lo hacíamos son licuadora, sin colorantes ni esencias, usábamos un bordón para machacar la fruta o con las manos, después con los años la licuadora, esa es buena ayuda porque no desperdicia nada, se aprovecha toda la fruta y el curado queda bien cargadito, hay que tener en cuenta que no todos los curados son con licuadora, hay unos que se pasan por trapo, esos son los más delicados, ahí es donde está la cosa, ahora muchos no hacen eso porque es un joda, cuando hago uno de esos se me acalambran los dedos.

Antes la fruta era de temporada nada más en su tiempo, esperabas los tiempos de calor para hacer curados frescos, en semana santa de jitomate, piña, apio, alfalfa, limón, hierba buena, había uno de pico de gallo ese llevaba pepino, cebolla, cilantro, jitomate, chile, limón y sal todo martajado ahora ese ya no gusta, el de zapote negro ya no se hace, pero no fuera una cerveza preparada porque le ponen lo mismo y se venden mucho, en lluvias tocaba el de tuna roja ese es para los que van caminando a Chalma, en los meros fríos, los calentitos, coco, nuez, cacahuete, de café, ahora hay de todas las frutas todo el año, la fruta ya no sabe igual, antes no te quitabas el olor de la guayaba era muy fuerte, la fruta hoy no sabe igual, esto afecta cuando curamos, tenemos

que echarle más fruta y azúcar. Los pulqueros de ahora ya no usan trapo, no quieren usar las manos, quieren todo fácil y al momento, yo enseñé a mis hijos y a mis nietos, ahora para esencia en lugar de fruta, le echan de ese tang de sabor, ya quedamos pocos viejos pulqueros, ahora les toca a los chavos seguir en esto.

Otra cosa también es que el pulque debe trabajar, se debe dejar reposar antes de servir, para que sepa, ahora los hacen al momento, es que no saben y así se avientan a vender, esto es un oficio no cosa del ahí se va.

9. ¿Cuáles son las condiciones para que la producción del pulque curado se haga de manera artesanal?

Hay que elegir fruta buena, que se vea brillante, después con el bordón para machacar la fruta, pasarla por el trapo y así hasta que se aproveche toda la fruta o la avena, también con licuadora los que son, pero todo natural, para que el curadito quede cargado de fruta, luego luego se ve que agarran color y sabor.

10. Menciona que factores consideras que atentan contra el consumo tradicional del pulque.

Pues esos curados nuevos con dulces y colores, hay uno que le ponen bombones, que vendan curados feos y baratos, pero la culpa es del que lo hace, no del que lo compra.

También eso del pulque en lata no sirve, eso no va, eso le da en la torre al sabor, tan rico que sabe un pulquito fresco servido en jarro, jarra, en la cacariza, el tornillo, la media, en la xoma, en un guaje, vasos, piñas, directo del maguey.

11. ¿Cuál es tu opinión acerca de la producción del pulque curado en la actualidad?

Pues que debe de seguir, ya quedan muy pocas pulquerías en Xochimilco y de esas pocas todas se mantienen de la cerveza, ya venden menos pulque, yo digo que le bajen a la venta de cerveza un poco, los curados si jalan, si se venden nada más hay que prepararlos bien.

12. ¿Cuál es tu opinión acerca del pulque gourmet?

Esos no los conozco, me han dicho que son como los postres que llevan de todo, lo mismo que hacen con la cerveza de ponerle chile y dulces eso mismo hacen con el pulque, eso no sirve.

13. ¿A qué se debe el surgimiento de los toreros de pulque?

Los jicareros nos salíamos de las pulcatas, pagaban poco no juntábamos para invertir en un local, la renta y los permisos, pagar la mochada a los de salubridad por eso unos nos aventamos a vender sin permiso, andamos toreando, es igual que una pulquería, aparte el sol sale para todos.

Ahora sale mejor comprar en un torero que una pulquería, está mejor el pulque y no sale caro.

De ley los domingos no había venta de pulque porque todos tenían que ir a misa si nos cachaban vendiendo era clausura, es que en Xochimilco son 18 barrios y cada uno tiene su capilla y está la basílica de San Bernardino, como no abrían las pulquerías yo me salían a torear.

14. ¿Cuál es tu opinión respecto a las nuevas generaciones que consumen pulque?

Es bueno que siga este negocio, antes eran puros hombres, ahora hay más muchachas, las que van a jugar a las canchas, las señoras con sus hijos, me gusta ver que llegan más mujeres, son más conocedoras, exigen la calidad, a veces los hombres se toman lo que sea, las muchachas te dicen si esta fea o no les gusta.

Antes era para los pobres y campesinos, ahora mucha gente de dinero compra pulque,

15. ¿Qué cambios has notado en consideración de las pulquerías de ahora con relación a las de antes?

Pues ahora se preocupan más por arreglar más el lugar, siento que descuidan la calidad del pulque, venden mucha cerveza y ponen música muy fuerte, antes teníamos por ley no despachar a los borrachos, ya cobran la botana, yo hacía una hoyo de 30 litros de caldo de cabeza de pescado y dos veces salsa, tenía un molcajete de 10 litros de salsa, había tortillas calientes, para la tarde compraba 3 latas de salsa de puerco, hacía una rellena en guisado para los clientes, compraba de 10 a 15 kilos de tortillas, a la hora de la botana todos se formaban, se le daba a taco a todos, sin importar cuanto consumían.

La corona daba sillas, mesas, charolas, tarros, hielo, hieleras para vender las cervezas en las pulquerías, poco a poco se fue quitando la barra, ya nadie tomaba solo, ahora todos tomaban en las mesas.

Ya hay mujeres solas que toman pulque, antes eran pocas y lo tomaban como remedio, ahora toman porque les gusta.

16. ¿Cómo puede permanecer la tradición del pulque artesanal?

Pues eso depende de nosotros lo pulqueros y los jicareros, debemos hacer buenos curados, darle más vista al pulque, hacer pulque con cosa natural.

17. Actualmente ¿qué elementos limitan la venta y producción del pulque?

El tiempo, si llueve o hace mucho frío vendemos poco, también los de la delegación cuando ponen la ley seca, eso nos da en la torre.

Igual la venta de cerveza y las micheladas, ya la gente toma más cerveza y vino o esas bebidas preparadas, también que no se hable en la televisión del pulque.

18. ¿Por qué consideras que los clientes siguen consumiendo pulque artesanal?

Pues muchas veces porque lo traen de familia, por los abuelos o los padres, también porque algunos son de pueblo y se vinieron a vivir en la ciudad, traen la tradición de su familia, otros por curiosidad, pero si toman en un lugar donde el pulque está feo pierden el gusto y no intentan probarlo de nuevo.

19. ¿Qué opinas respecto al nuevo concepto de pulquerías en zonas urbanizadas?

Es que antes había muchas pulquerías, lo que no había eran tantos edificios y tiendas de esas grandes, recuerdo que del 60 al 90 había 63 pulquerías en Xochimilco, ahora quedan 2, la ciudad se las comió ya no hay muchas ya son cantinas o bares.

20. ¿Cómo describes las pulquerías tradicionales?

Pues antes eran más bonitas, de ley tenía que colgarse el letrero de pulques finos, las puertas de madera y lo de enfrente tenía que haber azulejos, había postes de madera para amarrar a los caballos, después eso se quitó.

Tenían departamento de damas y el de caballeros, había aserrín en el piso porque los hombres escupían y hacían el alacrán, teníamos un fonógrafo, después llegó la televisión, poníamos un nicho para la virgen con esto ya no decían groserías en voz alta y respetaban, no había peleas, muchos se persignaban antes del primer trago, unos le daban gracias a la virgen por no tener cruda o le decían salud por el trago que les iba a quitar la cruda, yo

también me persignaba con la primer venta, los que iban jurados pedían permiso para tomar.

Había juegos de rayuela, no había peleas, no faltaba la botana, los boleros, el que vendía periódico, teníamos jarros, jarras, tornillos, cacarizas, vasos, piñas y cubetas para servir el pulque, yo vendía hasta 10 barriles por día, cuando llegaba el pulque en la camioneta a las 6 de la mañana y era hora de bajar los barriles la gente aplaudía y ayudaba, esperaban la hora del curado de apio o de alfalfa, en un pizarrón mi chalan apuntaba la botana y los curados.

Había músicos, muchas veces entraban para tocar y salían bien borrachos.

21. ¿De acuerdo a tu experiencia menciona los usos que los consumidores le dan al pulque?

Pues antes era para la cruda, para divertirse, para reunirse con los amigos, para hacer ambiente, para las mujeres que están lactando, para la gastritis, para los que se estriñen, para agarrar fuerzas, para agarrar color y se pongan chapeados, para cargar la pluma, para la diabetes, para los males de amor, una señorita me dijo que lo usaba como remedio para su regla.

22. ¿Por qué en tu familia aún continúan con esta tradición?

Le enseñé a mis hijos, ellos tienen su oficio aparte, uno es hojalatero y el otro talabartero, nada más uno de ellos siguió en el negocio, es mi hijo Jorge, aprendió desde chavo, también los nietos y dos nietas, ahora son 4 generaciones en la familia, pues fue el oficio que les gustó.

23. ¿Qué opinas de las estrategias de las pulquerías para atraer al público por medio de medios digitales y eventos culturales?

Pues no sé cómo es eso, lo que si es que una vez nos invitaron a la feria del pulque en Xochitepec y me pidieron \$3000 por vender dos días, la verdad no le entramos estaba caro el lugar, también fui a la feria de la tortilla y el maíz en Santiago Tepalcatlálpan me pidieron \$1200 por ir toda una semana, la verdad no había gente, aparte les cobraban la entrada por eso nadie entro, los de la delegación nada más hacen sacadera de dinero y uno sale tablas, esas ferias de la cultura no funcionan.

José Ubaldo Rojas Lima 10 años aprendiendo el negocio de la familia, realizada en Tulyehualco Xochimilco enero 2017

1 ¿Cómo fue tu primer acercamiento en la tradición del pulque?

Desde que era niño recuerdo que en las fiestas familiares siempre había pulque, mi abuelo decía que les dieran pulque a los niños para que creyéramos y para que nos saliera barba cerrada.

Con el paso de los años era requerido ocasionalmente por mi abuelo en la pulquería, mi labor era llevar la fruta o cosas para la botana, mi estancia en la pulquería era breve y siempre por el departamento de mujeres debido a que era menor de edad, mi pago era un vaso de curado y un taco de hígado encebollado o riñones a la mexicana.

En mi adolescencia no le decía a nadie que ayudaba a mi abuelo en la pulquería porque el pulque era etiquetado como un producto para los nacos, para los pobres, para los marranos. Siempre escuchaba burlas o chistes crueles sobre el pulque, es por esto que de alguna manera me avergonzaba del oficio de la familia.

Años más tarde era requerido por mi abuelo para ayudarlo a cargar la fruta, los bultos de avena, azúcar y demás cosas que él utilizaba.

La edad de mi abuelo lo limitaba y en ocasiones su salud no era del todo óptima para preparar los curados, es ahí donde mi madre a regañadientes hace que me integre de lleno en la tradición de mi familia y comienzo a curar, servir y consumir más el pulque.

2. En tu experiencia ¿Cómo ha cambiado en los últimos años el consumo del pulque en Xochimilco?

Desde mi trinchera puedo señalar que son varios los cambios que he presenciado en el consumo de esta bebida, voy a mencionar que el primero es que cuando iba de niño a la pulquería eran puros hombres y adultos mayores los que consumían, en la actualidad las mujeres lo consumen de manera más cotidiana, ya no es como antes que esperaban en el departamento de damas, ahora las mujeres van solas, en grupos, con sus hijos o mandan a su pareja, también en familias y ocasionalmente personas de la tercera edad, ahora hay muchos jóvenes que apenas rayan en los 20 años de edad toman su pulque y lo publican en las redes sociales o me piden que les tome la foto, me ha tocado

presenciar que hay mujeres que toman pulque y sus parejas no, esto rompe la regla de que el pulque es exclusivo para los hombres.

En los últimos 5 años he mirado un gran consumo por parte de los jóvenes, hombres y mujeres, recuerdo que antes era un consumo para hombres y adultos mayores, me gusta este cambio ya no es exclusivo de un género o de alguna clase social, otro cambio es que la venta de cerveza supera al pulque, la cerveza mantiene hoy en día a las pulquerías, este proceso donde la cerveza se ha posicionado dentro de estos espacios ha sido muy violento, en mi opinión el pulque ha sido relegado a un segundo plano, ahora es un invitado en su propia casa, todas las pulquerías son bares y cantinas, no fue democrática la llegada de la cerveza a las pulquerías.

Antes mi abuelo se asombraba que las mujeres compraban y pedían las pruebas para degustar, decía “mira ya toman como hombre”, pienso que este es el gran cambio dentro del consumo que me ha tocado presenciar, hay otros cambios por ejemplo ahora le dan a probar a los niños dicen que les ayuda en su crecimiento, muchos piden para llevar, es decir en una botella de 2 o 3 litros para compartir con su familia o amigos.

He presenciado nuevas oleadas de clientes, de todas las clases sociales, mujeres y hombres, ya no es exclusivo para los hombres, al puesto llegan muchas mujeres, señoras, jóvenes, solas o acompañadas, me doy cuenta que el pulque es una parada obligatoria los domingos al medio día.

3. ¿En qué forma el gobierno ha intervenido dentro del negocio de las pulquerías y los toreo?

Pues en lo personal los operativos que hacen los de vía pública contra los toreo, de pulque y contra todos los ambulantes son violentos, se llevan todas las cosas, todo lo avientan, después de varios días nos regresan algunas de las cosas del puesto a pesar de que pagamos la multa de \$800, el día que me levantaron eran como 20 ni siquiera me entregaron una hoja donde inventariaban lo que me quitan, ellos mismos se roban las cosas.

También la policía que pasa y pide la cooperación para la seguridad, llegan mirando a los clientes de maneja intimidatoria.

Otro punto es que el gobierno implementa la ley seca en las fiestas patronales y de esta manera se suspende la venta de pulque en toreo y pulquerías.

4. ¿Cuáles son las diferencias entre toreos y pulquerías?

La pulquería es un local, un establecimiento con razón social en su mayoría, tienen licencia o tolerancia.

El toreo es un lugar simbólico, el pulquero y el consumidor asignan el significado a un espacio no delimitado, puede ser una mesa en un zaguán, una chalupa, un señor en un triciclo, una choza, un señor en un diablito, todos toreando a las autoridades.

Ahora las diferencias van más allá de la infraestructura porque considero que ahora la principal diferencia es que en las pulquerías venden cerveza, alcohol y pulque mientras que en los toreos vendemos exclusivamente pulque.

5. Ante la desaparición de las pulquerías ¿Cuál ha sido la alternativa para seguir en el negocio de pulque?

Desde mi perspectiva y llevando agua a mi molino considero que los toreos son la resistencia para consumir pulque ya que en la actualidad las pulquerías han perdido lo tradicional, los toreos damos un nuevo aire a esta práctica cultural, hacemos mejor producto para ganar la carretera a las pulquerías.

6. ¿Qué factores además de los legales han afectado el consumo de pulque provocando que se tenga preferencia por otra bebida?

En mi opinión considero que la desventaja del pulque es que no tiene difusión los medios, el pulque se mantiene vivo por el consumo, por la herencia y el consumo como acto social, la cerveza y las bebidas alcohólicas están arrojadas por campañas mediáticas y mayor posicionamiento, no hay tantas restricciones para su venta, por otra parte, son muy consumidas en el país.

La creciente venta de micheladas es un competidor para los productores de pulque.

7. ¿Actualmente qué factores hacen que exista una preservación y lugares destinados al consumo del pulque?

No sé si sea descabellado esto que voy a decir, pero creo que las redes sociales son un motor importante para impulsar el consumo, a claro, no promueven un consumo crítico ni ofertan las mejores opciones, las redes sociales difunden mucho material relacionado a esta cultura y difunden los puntos de consumo que están de moda.

Por otra parte, se está creando un nuevo concepto de pulquerías, estas son producidas como espacios turísticos, te venden playeras, tarros, posters, fotos,

todo tipo de mercancías relacionadas con el tema del pulque, esto hace que de alguna manera se mantengan económicamente estos espacios.

8. ¿Menciona los cambios que has observado en la producción del pulque?

Recuerdo que miraba a mi abuelo curar hasta 300 litros de pulque por día, ahora esto ha disminuido, llegamos a curar 80 litros por día, también antes la fruta era en temporadas específicas, ahora hay piña, guayaba, mamey y melón todo el año, esperabas la temporada para que llegara tu fruta favorita.

Las técnicas para curar no son las mismas, mi abuelo y mi tío usan sus manos o un bordón para machacar la fruta, también la licuadora, he mirado que algunas pulquerías usan batidora y en lugar de fruta agregan pulpa o esencias, esto mata el valor natural.

Existe una tendencia por imitar bebidas cocteleras, los sabores ahora son en relación a objetos americanos, el curado de snikers, de mazapán, de galleta oreo, el godzilla que lleva clamato, todo tipo de salsas picantes, gomitas, chile piquín, chamoy, el gomi pulque que no es más que pulque con esencia de rompopo, gomitas de distintos tamaños y sabores y el que considero el peor de todos, el pulquicornio, esta aberración es una conjunto de sabores y colores artificiales con galletas, chochitos y chantillí para finalizar, esto no es más que la imitación del café unicornio de Starbucks.

9. ¿Cuáles son las condiciones para que la producción del pulque curado se haga de manera artesanal?

Yo lo practico porque así me enseñaron y pienso que es la mejor forma de mantener viva la tradición del pulque, así se mantiene en su estado natural y original, el agregar la fruta o sabor que se prefiera debe ser de manera manual. Para preparar la bebida de manera artesanal se tiene que emplear los utensilios propios de este oficio, trapo de manta, embudo de aluminio, bordón para machacar, licuadora especial y las clásicas palas de madera para mover los curados.

En el pulque no hay puntos medios, está bueno o está flaco, muchas veces te tomas una cerveza al tiempo o quemada y no reparas, en cambio si el pulque no está bueno la gente te lo dice, o simplemente se va y pierdes un cliente, el pulque te debe saber rico, natural, fresco, debe llevarte a otro lugar, pienso que el pulque es el puente que une dos puntos; lo urbano y el espacio rural.

10. Menciona que factores consideras que atentan contra el consumo tradicional del pulque.

Aquí me voy contra los que curamos, los que producimos, hay un afán por imitar bebidas extranjeras y lo único que se consigue es una teatralidad del pulque, esto desvirtúa el pulque, también la inclusión de elementos no naturales es un factor que trastoca la autenticidad del pulque, pienso que lo hace una bebida más, se pierde su valor cultural.

Considero que el pulque enlatado es un intento por llevarlo a otros lugares, desafortunadamente este proceso elimina lo natural y por ende el sabor es pésimo, no creo que sea una manera digna de promocionar esta bebida, al contrario, pienso que la denigra.

11. ¿Cuál es tu opinión acerca de la producción del pulque curado en la actualidad?

Debido a esta ola donde se retoma a todo lo retro se busca consumir lo producido en México o lo que consideramos propio el pulque ha retomado un auge muy bueno, ahora el consumo aumenta, lo único que no me cuadra es que ahora el consumo ya no sea en lugares o colonias populares, las nuevas pulquerías o cantinas que venden pulque se ubican en colonias más frescas, lo cual relega a la clase popular a un consumo más discreto.

Creo que los hipsters se han adueñado de las pulquerías y se ha modificado el consumo y la producción, como productor me ha tocado platicar con algunos de ellos y es curioso que crean que saben más del pulque que el jicarero.

12. ¿Cuál es tu opinión acerca del pulque gourmet?

Es un desplazamiento semántico, el término gourmet se refiere a lo puro, natural, sin procesos, lo que hacen es cambiar el significado, en el caso del pulque lo gourmet sería un pulque recién sacado del maguey, un maguey en las condiciones idóneas, tierra, agua, temperatura, factores que mejoren la calidad de la bebida.

Soy muy tajante en este tema hasta parece que estoy en la Plaza de la Concordia, eso es una burla para nosotros los jicareros que aprendimos el oficio rigurosamente, es un concepto erróneo que atenta contra la tradición natural del pulque, no hacen más que imitar bebidas extranjeras, desvirtúan toda una tradición, es una falsa idea de algo creativo, no hacen más que

teatralizar el pulque, he mirado que hay de galleta oreo, de snikers, el pulquicornio, que no es más que la adaptación del café unicornio de Starbucks.

13. ¿A qué se debe el surgimiento de los toreos de pulque?

En la actualidad los toreos son para continuar con la venta y consumo del pulque, esto debido ante la desaparición de las pulquerías, los productores/distribuidores buscamos otro escaparate para seguir con esta tradición, los toreos nada más vendemos pulque, no hay cabida para cerveza ni para otro tipo de bebidas, considero que los toreos en la actualidad son la resistencia de estas prácticas culturales.

14. ¿Cuál es tu opinión respecto a las nuevas generaciones que consumen pulque?

Me gusta que haya nuevos entusiastas, esto mantiene en dinámica la tradición del pulque y las prácticas culturales que emanan y rodean esta bebida, resalto que hay una gran presencia femenina en estas tramas, de hecho, en la familia hay dos mujeres que curan.

Yo tenía la idea que los milenials estaban acabando nuestra cultura con el apoderamiento de los espacios, pensaba que ellos aburguesaban las pulquerías y que por cosas así estaba en picada la cultura del pulque, reflexionando me doy cuenta que somos los mismos pulqueros los que traicionamos esa tradición porque si se vende el pulque feo es porque alguien lo compra y alguien lo produce, somos la cabeza de la serpiente.

15. ¿Qué cambios has notado en consideración de las pulquerías de ahora con relación a las de antes?

La venta de cerveza supera al pulque, la cerveza mantiene hoy en día las pulquerías, este proceso donde la cebada se ha posicionado dentro de estos espacios ha sido muy violento en mi opinión, las pulquerías ahora son bares, cantinas, café gourmet.

Otro cambio positivo que resalto es la desaparición del departamento de damas, esto habla de una medida incluyente, se puede observar mucha gente joven, sobre todo mujeres, ellas se han integrado a la cultura del pulque, ahora veo todo tipo de clases sociales consumiendo esta bebida, me doy cuenta por el carro que traen que son de mucho dinero.

16. ¿Cómo puede permanecer la tradición del pulque artesanal?

Aprendiendo bien el oficio, respetando la naturaleza del pulque y emplear ingredientes naturales para preservar las características de esta bebida que se encuentra viva.

Respetando la unicidad que carga el pulque.

17. Actualmente ¿qué elementos limitan la venta y producción del pulque?

Considero que los altibajos económicos son la principal limitante en las ventas, esto hace que la gente no salga a consumir en lo que sea, otro factor es el clima, las temperaturas extremas evitan que salga la gente, la lluvia, el frío y el calor intenso afecta directamente en las ventas de todo.

También considero que las normativas por parte del gobierno impiden un fluir en la venta del pulque, instaurando la ley seca, inspecciones de protección civil, operativos de vía pública buscan imponer normativas a los vendedores de pulque.

Pienso que otro factor que disminuye las ventas y por ende la producción de pulque es la preferencia por el consumo de cerveza.

18. ¿Por qué consideras que los clientes siguen consumiendo pulque artesanal?

Un producto bien hecho siempre se vende solo, en el caso del pulque opino que el pulque curado preparado tradicionalmente está en el gusto de los entusiastas, de otra manera dejan de comprar o buscan un nuevo establecimiento.

Los consumidores de esta bebida son muy exigentes, se acercan y piden la prueba, si no les gusta la reprueban sin reparo frente a ti, en cambio sí compran una cerveza y está al tiempo o quemada no se quejan con la persona que se las vendió, con el pulque si se quejan, creo que, porque es una relación más horizontal, consumidor-jicarero.

Muchos acuden a nosotros porque nos avala el prestigio que construyó mi abuelo y mi tío Jorge o por recomendación de alguien que conoce nuestro trabajo.

19. ¿Qué opinas respecto al nuevo concepto de pulquerías en zonas urbanizadas?

Soy muy reaccionario y en este sentido te puedo decir que he visitado varias, antes eran algo único algo que te remontaba a la vida rural, las mesas cubiertas de formaica, toscas, de colores chillones, ahora la mayoría son híbridos entre las tabernas del viejo oeste de esos que salen en los westerns y el CBGB de New York lleno de grafitis y luz neón, te despacha un barman, esto me hace mucho ruido, pienso que el pulque está secuestrado por esta escena y las personas que ahí pululan.

En contra parte las dos que sobreviven en Xochimilco aún conservan muchas de sus características, el letrero, las mesas, las jarras y tarros, los azulejos, los barriles y despacha un jicarero.

20. ¿Cómo describes las pulquerías tradicionales?

Recuerdo que en la entrada tenían un letrero donde decía Pulques finos, la fachada era de azulejo, las puertas de esas llamadas de cantina, por dentro pintada con colores chillones, se dividían en dos; el departamento de damas y el de hombres, el primero más pequeño que el otro, con el paso de los años esto desapareció y se hizo un solo espacio, todas las pulquerías que he visitado tienen un altar a la virgen de Guadalupe. Recuerdo que sobre el refrigerador muchos colocaban una televisión, también adunas incluían una rockola, letreros de los sabores y los precios a la vista.

21. ¿De acuerdo a tu experiencia menciona los usos que los consumidores le dan al pulque?

Los consumidores me dicen que lo utilizan para la sed después del trabajo, para la gastritis, como remedio para disminuir los niveles de azúcar, el clásico afrodisiaco, para contrarrestar la anemia, para tomar energías después de hacer ejercicio, para festejar una victoria deportiva, para reunir a la familia o amistades, para festejar las fiestas patronales, para relajarse, para bajar la eriza, para la cruda, para hidratar, para que la lactancia, por tradición familiar, por moda, para matar el hambre.

Hay un sector de personas que están jurados de alcohol van a tomar pulque, esto quiere decir que ellos no consideran al pulque como bebida alcohólica, eso es muy bueno.

22. ¿Por qué en tu familia aún continúan con esta tradición?

Pues es la herencia, somos cuatro generaciones de pulqueros en activo, el oficio que nos enseñó el abuelo de manera estricta lo seguimos ejerciendo, hacemos cabildo y perfeccionamos la producción, es muy bonito continuar con esta tradición, tenemos la estafeta y esto hace un compromiso donde debes mantener el prestigio y cumplir las expectativas que implantó mi abuelo en la escena pulquera de Xochimilco.

23. ¿Qué opinas de las estrategias de las pulquerías para atraer al público por medio de medios digitales y eventos culturales?

Considero que toda iniciativa para difundir el pulque es buena, hoy en día las redes sociales son la mejor vía para promover todo tipo de información, he mirado que hay portales y páginas dedicadas a promover el consumo y las ferias del pulque, lo que cuestiono es que se improvisan pulqueros, no hay normas de calidad, ni apego a la tradición muchos de ellos imitan bebidas cocteleras y productos extranjeros en una falsa idea creativa que consideran innovadora que no hace más que degenerar la unicidad del pulque, en estas ferias he llegado a encontrar curados de galleta oreo, de snikers, gomi pulque, curado de chamoy y de tres leches por mencionar algunos, pienso que la masificación ha creado que se pierda la naturalidad y lo artesanal de esta bebida, por otra parte señalo que este afán de sobreexponer al pulque en ferias forzadas y oportunistas que no son más que negocios de los líderes de los comerciantes y los mandos delegacionales están deteriorando la imagen del pulque.

Jorge Lima Rueda. Realizada en Tulyehualco Xochimilco junio 2018

1 ¿Cómo fue tu primer acercamiento en la tradición del pulque?

Desde que era niño recuerdo que el pulque estaba en todas las fiestas familiares, teníamos otros familiares que también tenían este oficio al igual que mi padre (Antonio Lima Vergara)

Una parte de mi infancia la viví en el toreo que tenía mi padre en Xochimilco, mi hermano mayor y yo ayudábamos a mi padre en el toreo, mi labor era recoger los tarros que desocupaban los clientes, en ocasiones tenía que lavarlos.

A la edad de 14 años y ya con un poco de experiencia en el negocio del pulque mi padre decide llevarme a trabajar como jicarero, le ayudaba a despachar y posteriormente a curar, me gustaba más estar en la pulquería que ir a la escuela.

2. En tu experiencia ¿Cómo ha cambiado en los últimos años el consumo del pulque en Xochimilco?

Lo que veo ahora en mayor cantidad es el consumo de las mujeres, antes iban con su pareja, o mujeres mayores de entrada por salida con sus hijas, ahora llegan solas, en grupo, con sus hijos, este es un cambio.

3. ¿En qué forma el gobierno ha intervenido dentro del negocio de las pulquerías y los toeos?

Con la ley seca, los permisos, las licencias y todas las supervisiones que hacen, cada vez son más difícil para el negocio, una ocasión nos levantaron los de vía pública de la feria de la flor según ellos porque teníamos que vender alimentos.

Nos restringen más que a los que venden cerveza en vía pública.

4. ¿Cuáles son las diferencias entre toeos y pulquerías?

Las pulquerías tienen permiso, licencia, venden pulque, curados, cerveza y vino, por otra parte, los toeos son ilegales y nada más se dedican a la venta de pulque y curados para llevar.

5. Ante la desaparición de las pulquerías ¿Cuál ha sido la alternativa para seguir en el negocio de pulque?

Los toeos pueden ser la alternativa para vender y consumir pulque, en la actualidad es otra opción para consumir un buen pulque, aparte las pulquerías ya venden más vino y cerveza.

Preparar todo de calidad, artesanal, respetando la tradición, es el oficio que nos heredó mi padre, este negocio nos da de comer, nos mantiene, por eso hay que respetarlo.

6. ¿Qué factores además de los legales han afectado el consumo de pulque provocando que se tenga preferencia por otra bebida?

La venta de cerveza y alcohol en las pulquerías, esto las está transformando en cantinas.

Hay gente que aún piensa que se fermenta el pulque con la famosa muñeca.

La preferencia de las personas por el alcohol barato también perjudica, antes vendían el alcohol en lata en las madrugadas, el llamado alcohol del gato, nombrado así porque al momento de tomarlo se sentía como rasgaba toda la garganta, los que tomaban pulque se iban a los callejones de Xochimilco a comprar la caña en las madrugadas y de ahí se iban a la pulquería a seguirla, por eso siempre se pinta a las pulquerías con borrachitos en la barra o en las entradas, esto hizo mucho desprestigio, ya que el pulque no te emborracha a ese grado, por otra parte consumir el llamado gato provocaba que las extremidades se hincharan, al grado de llamar a los lugares de venta de ese alcohol como “cementerio de elefantes”.

Pues las películas no ayudaron mucho, ponían a los que tomaban pulque como hombres flojos, borrachos y mugrosos, puros groseros, siempre pobres sin dinero, mal vestidos, sin trabajo y para acabarla de amolar desobligados.

7. ¿Actualmente qué factores hacen que exista una preservación y lugares destinados al consumo del pulque?

La preparación de un buen curado, la promoción entre las personas y el prestigio que se hace uno mismo al vender un buen producto.

8. ¿Menciona los cambios que has observado en la producción del pulque?

Realmente no he mirado muchos, algunos serían la combinación de productos naturales para obtener un nuevo sabor, por ejemplo, fresas con crema, hierba buena y limón para hacer el de mojito.

Siempre hay que utilizar las herramientas correctas, el embudo, el trapo de manta, botes, las palas de madera para mover el curado, la licuadora de dos velocidades de esas con más potencia, esto nos ayuda para no desperdiciar nada, y en especial el pulque de primera calidad, si está fuerte requiere una

refrescada de aguamiel, si está muy flaco hay que cargarlo de fruta, muchos pulqueros ya no hacen eso, ahora lo que hacen es usar batidoras o esencias artificiales para inventar sabores, esto afecta al pulque.

Pues ahora ya se puede vender los domingos, antes estaba prohibido porque daba mala imagen al turismo.

El pulque enlatado es un cambio negativo, pienso que no es la forma de consumir pulque, una ocasión lo probé y sabe a pura agua, el pulque y la tecnología no se llevan.

9. ¿Cuáles son las condiciones para que la producción del pulque curado se haga de manera artesanal?

Siempre utilizando productos naturales de calidad y las herramientas tradicionales, embudo, trapo de manta, bordón o licuadora y en algunos casos las manos, esto para que el curado siempre quede de buena calidad, aunque la licuadora ayuda mucho en los casos de la nuez, el cacahuete y el arándano.

10. Menciona que factores consideras que atentan contra el consumo tradicional del pulque.

Los mitos que le dieron al pulque, el desprestigio y la mala fama acabaron con muchos lugares donde se consumía y producía.

El pulque enlatado también va en contra de lo natural del pulque, muchos conservadores y el proceso de pasteurización hacen que pierda su sabor y consistencia

11. ¿Cuál es tu opinión acerca de la producción del pulque curado en la actualidad?

Pues yo le enseño a mis hijos y nietos a conocer el pulque bueno, que sepan cómo es el pulque artesanal, para que sean más conocedores.

De hecho, una de mis hijas ya sabe curar y despachar muy bien.

12. ¿Cuál es tu opinión acerca del pulque gourmet?

Pues aún no lo he probado, pero si es algo para mejorar el sabor y mantener la tradición está bien, si son cosas que nada más son por moda o por vender eso si está mal, nosotros los pulqueros somos los que debemos continuar con la tradición, somos los que debemos defender el oficio y lo que veo es que hay colegas que lo desprestigian con sus inventos.

13. ¿A qué se debe el surgimiento de los toleos de pulque?

Es una opción para consumir pulque, antes por ley no se abrían las pulquerías los domingos y los fines de semana, por esto teníamos que salir a vender, eran buenos días de venta, la gente siempre busca donde tomarse un pulque o un curado, es por esto que los toleos nos la pasamos toleando a la autoridad desde hace muchos años.

14. ¿Cuál es tu opinión respecto a las nuevas generaciones que consumen pulque?

Me gusta que ahora los jóvenes tomen pulque y curados, esto nos sirve a los vendedores, jicareros, todos los que estamos en este negocio, ya que se han derribado muchos mitos y mala fama que le han adjudicado al pulque.

Me doy cuenta que ahora las mujeres toman pulque antes no se miraba eso. Ahora tenemos investigaciones de las propiedades que tienen el pulque y sus nutrientes, los estudios que hace la UNAM.

15. ¿Qué cambios has notado en consideración de las pulquerías de ahora con relación a las de antes?

Pues el principal es la llegada del alcohol y la cerveza lo cual trajo desaparición del departamento de mujeres, ahora se mezclan y pueden tomar todos en el mismo espacio, se quitó la escupidera y los juegos de azar, ahora hay televisión, antes no había venta los domingos ni días festivos.

También hay que decir que la venta de cerveza es su fuerte, el pulque ya es algo extra.

16. ¿Cómo puede permanecer la tradición del pulque artesanal?

Siguiendo la tradición de los elementos artesanales para la elaboración, nosotros seguimos la enseñanza de mi padre, ya que en la familia somos 4 generaciones de pulqueros siguiendo la tradición del oficio familiar.

17. Actualmente ¿qué elementos limitan la venta y producción del pulque?

La ley seca, los operativos de vía pública, el desprestigio al pulque y la creación de mitos para que la gente no lo tome.

18. ¿Por qué consideras que los clientes siguen consumiendo pulque artesanal?

Hoy en día ya hay mucho cliente conocedor, eso es bueno porque ya saben cuál es el bueno, el que está hecho con ingredientes naturales con apego a la tradición.

19. ¿Qué opinas respecto al nuevo concepto de pulquerías en zonas urbanizadas?

Aún no las conozco, si están para continuar la tradición como se debe está bien, ahora las pulquerías son cantinas que venden más vino que pulque entonces no deberían llamarse pulquerías

20. ¿Cómo describes las pulquerías tradicionales?

Antes tenían una barra corrida, su letrero de pulques finos, nombre, número de licencia, la separación entre departamentos de hombres y damas, el de las damas más pequeño, estaba prohibido que las mujeres se mezclaran con los hombres, el departamento de damas sin mesas, únicamente sillas y sin la escupidera letrero que prohíbe la entrada a menores de edad y uniformados, antes había juegos, baraja, rayuela, albuces y camaradería, un altar con la virgen de Guadalupe porque es la patrona, la rockola, el aserrín en el piso, el canal o desagüe en el departamento de los hombres para escupir y hacer el alacrán cosa que las mujeres tenían prohibido hacer, la botana y el molcajete estaba en el departamento de hombres, los clientes eran diferentes: maestros, albañiles, peones, campesinos, obreros, los músicos, boleros, deportistas, choferes, no había jóvenes o estudiantes, mujeres de la tercera edad y algunas vendedoras de cocolos.

21. ¿De acuerdo a tu experiencia menciona los usos que los consumidores le dan al pulque?

Para la sed, como remedio para problemas gastrointestinales, garganta irritada, para cargar la pluma, el asiento del pulque para erradicar moretones, para recetas gastronómicas, salsas, salsa borracha, para guisados, bistec y riñones con pulque, para la anemia, para la diabetes, para hacer merengues, pan casero y para el mar de amores.

22. ¿Por qué en tu familia aún continúan con esta tradición?

Porque es la profesión de la familia, ahora mis hijos y mis nietos deben continuar, cada quién le agrega algo nuevo, pero siempre respetando la tradición.

Me gusta mucho mi oficio, es lo que me da de comer y me llena de orgullo mirar a mis hijos y a mi hija en el negocio.

23. ¿Qué opinas de las estrategias de las pulquerías para atraer al público por medio de medios digitales y eventos culturales?

Es una buena opción, los pulqueros no tenemos difusión en los medios, ahora las redes sociales están al alcance de todos y es por ahí por donde podemos dar a conocer nuestro trabajo, esta publicidad moderna es gratis, no tenemos que pagar dinero a los medios como las grandes empresas, veo muy bien esta difusión por los nuevos medios de publicidad.

Entrevista a Zaira Cruz Rodríguez en la Ciudad de México lleva dos años aprendiendo la producción y elaboración del pulque en distintos eventos y ferias culturales.

¿Cómo fue tu acercamiento en la cultura del pulque?

Yo quería poner un negocio estaba en busca de un negocio y una amiga me pidió que le ayudara a vender pulque, yo vendía su pulque, yo era su trabajadora, aparte de eso yo vendía otros complementos como alitas y demás que eso ya era mi negocio, después con el tiempo hubo más relación con Magali y le propuse que si me enseñaba a curar pulque, porque yo quería poner otro negocio, no ,donde estábamos ella y yo.

Ella accedió a enseñarme, en ese entonces estaba en la escuela todavía en la Fes Iztacala y ahí empecé con mis compañeros a vender pulque

¿Para ti como mujer como ha sido tu experiencia en la cultura del pulque?

Es un giro donde predominan los hombres en el negocio, pero la verdad es que me fui abriendo puertas sola y ser muy perseverante, no te encuentras con eventos a la vuelta de la esquina los tienes que ir buscando, lugares donde compartir y vender mi pulque.

Me ha funcionado muy bien y he llegado a varias ferias y ha estado chévere.

En tu experiencia ¿quienes consumen más pulque?

Si se echan un round ahí, sin embargo, los hombres consumen más, los mayores y adultos son más conocedores del pulque en cuanto a textura, cuerpo, lo fuerte y lo dulce.

Desde tu perspectiva ¿cómo percibes actualmente la cultura del pulque?

Yo creo que está en auge, ahora vemos más bares que están vendiendo curados, se están aperturando nuevos espacios más que estar de moda, depende de los consumidores que pidan el pulque, es un trabajo en conjunto del expositor en traer trabajo de calidad y del consumidor.

¿Cuál es tu opinión respecto al pulque gourmet?

Para todo hay gustos desde el pulque tradicional que es el natural y los curados que hay más variedad, los experimentos como el pulquicornio y demás son eso experimentos desafortunadamente o afortunadamente hay mercado para todo, quien es tradicional y quiere un pulque no lo compra, pero quien

quiere experimentar compra el pulquicornio porque le recuerda al frappe que vende Starbucks, es simplemente moda

No me molesta hay mercado para todo, el que experimenta con el pulque habrá quien lo compre y sino pues esta quienes se van por la línea tradicional de piñón o avena.

¿Qué opinas de las nuevas Neopulquerías?

No soy partidaria de esos espacios, la verdad es que pierde lo tradicional del pulque, parecen más como licuados, como esquimos y pierden el sabor del pulque, lo rico, lo baboso, el cuerpo del pulque, estos espacios no me agradan porque van personas que no les encanta el pulque, sino que van por moda, no hay como una pulquería en el barrio con raíces.

Un pulquero no se acerca a una pulquería en insurgentes, un señor va a el templo de Diana o algo más tradicional.

¿Cuál es tu opinión respecto a las redes sociales y la difusión del pulque?

Para mi si ha funcionado, todo lo que sea red social es bueno para difundir, si quieres enterarte de algo lo buscas en internet y es una herramienta como medio de difusión.

¿Consideras que ha cambiado el proceso de elaboración del pulque de lo artesanal o lo industrial?

Yo creo que no ha cambiado tanto, en mi caso utilizo la manta de cielo, la fruta, pero si hay otros que tienen su estilo de hacer el pulque por lo que si se modifica la forma de curar el pulque.

Actualmente ¿Cómo es la apertura de las autoridades para la venta del pulque?

De 10 eventos que hay en 3 tal vez te den oportunidad, si hace falta más espacios que abran, piensan que el pulque va crear caos, y la verdad es que no, en ferias se cuida mucho esa parte para que no nos cierren esa parte, el crear espacios culturales que se conserven y difundan es chévere, pero hace falta más difusión

Diarios de Campo

Diario de campo 1

Las pulquerías y toreo de la delegación Xochimilco

Investigadores: Estefanie Labastida Armas / José Ubaldo Rojas Lima

Fecha: 5 de mayo de 2018

Hora: 10:00 am-5:00 pm

Lugar: Santiago Tepalcatlálpan Delegación Xochimilco.

Establecimiento: Toreo, Pulque y Curados Don Toño.

Descripción del grupo observado: La selección de nuestra muestra decidimos realizarla de forma aleatoria de forma tal que nos permita ver y señalar diversos rasgos de la población que está en constante contacto con el pulque

Dentro de nuestra observación uno de nuestros participantes en la muestra es un hombre de treinta y cuatro años perteneciente a la región de Taxco guerrero, es un habitual cliente en el toreo de pulque de curados “Don Toño”

Observación: El consumidor llega al toreo de pulque como habitualmente suele hacerlo , llega junto con un acompañante de su misma edad y género, ambos se disponen a tomar pulque mientras platican entre ambos, entrando al tema de conversación les hacemos algunas preguntas por lo cual el nuestro principal observado nos contesta que él ha consumido pulque desde la infancia , ya que su mama le daba unos tragos de pulque, de ahí fue que comenzó su gusto por el pulque, por otro lado su acompañante nos comentó que llevaba aproximadamente quince años tomando pulque ya que la considera nutritiva y rica debido a que se puede combinar con muchos sabores,

Respecto a la producción de pulque nos comenta el originario de Taxco Guerrero que allá el curado se hace con pulque blanco y cebolla y chile picado como si fuera consomé, actualmente tiene veinte dos años viviendo en la Ciudad de México y tanto a él como a su acompañante les gusta asistir a las pulquerías de Xochimilco y degustar esta bebida tradicionalmente.

Conclusiones: Pudimos observar que hay una estrecha relación del consumo con los lazos familiares, conocidos, etc., que invitan a seguir consumiendo esta bebida, aquí podemos señalar la presencia de las tramas comunitarias que se hayan presentes en el vínculo de la comunidad y el pulque. Por otro lado, se menciona la producción y elaboración del curado de forma artesanal, aunque de distinta manera.

Podemos destacar que estos consumidores de pulque llevan tiempo degustando la bebida, no solo en toreo de pulque, sino también en pulquerías y en su lugar natal de origen en cuyo caso sería Taxco Guerrero.

A través de esta observación notamos como hay un cambio de uso en cuanto al curado de un estado a otro, sin embargo, quienes los consumen siguen satisfaciendo una necesidad.

Diario de Campo 2

Las pulquerías y toreo de la delegación Xochimilco

Investigadores: Estefanie Labastida Armas / José Ubaldo Rojas Lima

Fecha: 6 de mayo de 2018

Hora: 10:00 am-5:00 pm

Lugar: Santiago Tepalcatlálpan Delegación Xochimilco.

Establecimiento: Torea, Pulque y Curados Don Toño.

Descripción del grupo observado: La selección de nuestra muestra decidimos realizarla de forma aleatoria sin contemplar clase social de forma tal que nos permita ver y señalar diversos rasgos de la población que está en constante contacto con el pulque

Esta ocasión decidimos hacer esta investigación a una joven estudiante de veinte cuatro años que asiste regularmente al puesto del pulque.

Observación: Nuestra observada llegó aproximadamente a la una de la tarde y pidió un jarro de pulque de avena , mientras tomaba su pulque conversaba con personas en el lugar ,después de tomar el primer tarro se tomó otro mientras continuaba con su plática, nos acercamos y le preguntamos cuánto tiempo tenía consumiendo pulque y nos comentó que llevaba seis años bebiendo pulque, debido a que una prima suya le invito a probar esta bebida, creciendo así su gusto por esta bebida además de que comenta que se puede acompañar de frutas según la temporada lo cual lo hace más rico .

En la conversación nos comentó que le gustan principalmente las bebidas artesanales del pulque, ya que tienen una consistencia y sabor diferente, por lo que no le llaman la atención los sabores exóticos o de moda, ella prefiere las futas de temporada.

Conclusiones: Por medio de esta observación destacamos la relevación de los lazos familiares, amistosos y comunitarios que van entre tejiendo vínculos con la bebida y con los lugares en donde se sirve y consume. Nuestra informante pese a que lleva seis años consumiendo pulque hizo hincapié que el principal pulque que consume es aquel que se hace de manera artesanal debido a su sabor y a que está estrechamente relacionado con las frutas de la temporada.

Diario de Campo 3

Las pulquerías y toreros de la delegación Xochimilco

Investigadores: Estefanie Labastida Armas / José Ubaldo Rojas Lima

Fecha: 12 de mayo de 2018

Hora: 10 am a 22 horas.

Lugar: Avenida 5 de mayo 65, Santa Crucita, 16070 Xochimilco, CDMX.

Establecimiento: Pulquería El Templo de Diana.

Descripción del grupo observado: La selección de nuestra muestra decidimos realizarla de forma aleatoria de forma tal que nos permita ver y señalar diversos rasgos de la población que está en constante contacto con el pulque

Otro de nuestros informantes dentro de la observación es de sexo masculino, veinte cinco años y ocho años consumiendo pulque y se encuentra trabajando actualmente.

Observación: Dialogando directamente con nuestro observado nos habló respecto a su acercamiento al pulque por medio de sus abuelos, ya que estos solían consumirlo constantemente , por lo cual el comenzó a beberlo y a crecer su gusto por esta bebida, además de ello nos comentó que considera el pulque una bebida natural que no embriaga y solo causa una cierta sensación de sueño ,sin embargo esta es muy nutritiva, le gusta visitar las pulquerías tomar una cerveza y probar los nuevos sabores en especial el de mazapán ya que considera que es un sabor rico y le gusta probar nuevos sabores, no haciendo

de menos los sabores tradicionales y naturales, sin embargo le gusta experimentar las nuevas tendencias.

Otro elemento a destacar dentro de la observación es que nuestro informante acudió al lugar acompañado de amigos de su misma edad, algunos apenas se acercaban a beber temerosos la bebida y se inclinaron por una michelada, ya que dos lo acompañaban por primera vez, sin embargo, pese a hacer muecas al inicio continuaron consumiendo y platicando.

Conclusiones: Esta observación nos permitió ver a detalle como las nuevas generaciones se van involucrando en estas prácticas culturales como es el pulque, pese a que algunos conocen el modo artesanal del pulque existe cierta curiosidad por conocer nuevos sabores que se están gestando actualmente, esto nos permite señalar un nuevo uso y valor que están dando los jóvenes principalmente a esta bebida, además de que la producción implica un proceso diferente,

Nuevamente pudimos notar como principal factor de consumo la familia y la comunidad a la que se encuentran vinculados los consumidores.

Diario de campo 4

Las pulquerías y toreos de la delegación Xochimilco

Investigadores: Estefanie Labastida Armas / José Ubaldo Rojas Lima

Fecha: 13 de mayo de 2018

Hora: 10:00 am-5:00 pm

Hora: 10 am a 22 horas.

Lugar: Avenida 5 de mayo 65, Santa Crucita, 16070 Xochimilco, CDMX.

Establecimiento: Pulquería El Templo de Diana.

Descripción del grupo observado: La selección de nuestra muestra decidimos realizarla de forma aleatoria de forma tal que nos permita ver y señalar diversos rasgos de la población que está en constante contacto con el pulque

La informante en esta observación tiene veintidós años y desde los ocho años consume pulque debido a que su abuelo lo consumía.

Observación: Nuestra sujeta de observación llegó aproximadamente a las dos de la tarde en bicicleta, ya que venía del mercado de las Antenas y tenía que ir a su puesto de tenis a seguir con la venta, por lo cual acudió al lugar con un

poco de prisa, pidió un litro de mango el cual tomo rápidamente, menciono que tenía sed debido a que el trayecto fue largo, por lo cual decido pedir otro litro más y oteo para llevar, en lo que esperaba en la pulquería atendían a los demás clientes nos cercamos a preguntarle rápidamente respecto a su consumo de pulque , a lo que respondió que desde los ocho años sus abuelo le llevaba pulque a la casa , en especial el de avena haciendo que con el tiempo el pulque fuera una de sus bebidas favoritas, mientras hablábamos surgió el tema de los sabores artificiales a lo cual ella considero como algo “muy chafa y que ya no es pulque”, mientras bebía su pulque nos mencionó que su abuelo le enseñó a diferenciar un buen pulque del que esta viejo o rebajado.

Conclusiones: Podemos destacar varias categorías de nuestra investigación entre las cuales en esta observación en particular pudimos notar que, pese a que nuestra informante es una persona joven, ha estado en constante contacto con el pulque a raíz dl contacto previo que tuvo por parte de su abuelo, pese a que existen actualmente una gran variedad de sabores no a todos les resulta atractivo probarlos, ya que representa un altercado frente a las prácticas culturales tradicionales.

Diario de Campo 5

Las pulquerías y toleos de la delegación Xochimilco

Investigadores: Estefanie Labastida Armas / José Ubaldo Rojas Lima

Fecha: 19 de mayo de 2018

Hora: 10:00 am-22:00 pm

Lugar: Av. José Ma. Morelos 109, San Pedro, 16090 Xochimilco, CDMX.

Establecimiento: Pulquería La Botijona.

Descripción del grupo observado: La selección de nuestra muestra decidimos realizarla de forma aleatoria de forma tal que nos permita ver y señalar diversos rasgos de la población que está en constante contacto con el pulque

Nuestro sujeto de investigación es hombre de treinta años, tesisista y trabajador, tiene aproximadamente seis años consumiendo pulque.

Observación: Dentro del campo de investigación pudimos observar en nuestro sujeto que degustaba esta bebida solo por un largo rato , mientras comía la botana que se encontraba en la pulquería, pese a que iba solo quien se

sentaba a su lado le hacia la plática fácilmente , por lo cual aprovechamos para conversar con él ,nos comentó que durante su infancia su abuelo bebía pulque en garrafas , por lo que le dio curiosidad saber qué era eso, a lo cual su abuelo le dio una probada del pulque y empezó a tomarlo muy de vez en cuando, posteriormente en dos mil trece comenzó a tener un consumo más habitual a causa de un amigo suyo que le gusta consumir esta bebida.

Por otro lado, los nuevos sabores de moda consideran son sintéticos y van en contra de la esencia del pulque “Es como las gomichelas, micheladas, etc., puesto que es algo natural debe disfrutarse tal cual es” relata nuestra fuente al respecto, por ello considera más nutritivo el pulque elaborado de forma artesanal, ya que su abuelo le hablaba sobre las propiedades del pulque.

Conclusiones: Por medio de esta observación pudimos averiguar y constatar algunas de nuestras categorías de análisis en donde la pérdida del aura de hace presente entre las bebidas, esto medio de buscar innovar y llegar a un nuevo publico provocando que se pierda la esencia en si de un producto, cambiando de este modo el valor de uso y consumo por otro nuevo, en cual se va adquiriendo un nuevo significado, además de ello las relaciones que existen entre la comunidad son relevantes que para que exista una prevalencia por la bebida ya sea de moda artesanal o de un nuevo modo , dependiendo cual sea el que predomina en un determinado grupo social.

Cada uno de nuestros informantes nos han aportado diversos fragmentos de cómo están relacionados con el consumo y uso del pulque.

Diario de Campo 6

Las pulquerías y toreros de la delegación Xochimilco

Investigadores: Estefanie Labastida Armas / José Ubaldo Rojas Lima

Fecha: 20 de mayo de 2018

Hora: 10:00 am-5:00 pm

Lugar: Av. José Ma. Morelos 109, San Pedro, 16090 Xochimilco, CDMX.

Establecimiento: Pulquería La Botijona.

Descripción del grupo observado: La selección de nuestra muestra decidimos realizarla de forma aleatoria de forma tal que nos permita ver y señalar diversos rasgos de la población que está en constante contacto con el pulque

Nuestro sujeto de investigación es hombre de treinta y cuatro años, con empleo informal y lleva veinte años aproximadamente consumiendo pulque, originario del pueblo de Xochimilco.

Observación: En nuestra observación pudimos notar que nuestro seleccionado era ayudante del toreo del pulque, por lo que el lleva más de veinte años consumiendo pulque, nos relataba que para él su consumo se dio en relación a su mamá y a su mejor amigo, ya que su familia se dedicaba a vender pulque natural y curados los fines de semanas, por lo que era frecuente que le invitaran un trago de pulque , haciendo que con el tiempo fuera adquiriendo un placer y gusto por esta bebida, debido al constante contacto por la familia y amigos, es que se fue involucrando en la venta de pulques y curados tendiendo actualmente tres años en el toreo “A veces es estresante que no haya gente y tener que estar sentado esperando algo, pero por otro lado cuando hay buena venta uno llega a convivir con las personas”.

Otro rasgo que podemos destacar durante la observación es que para quienes tienen un poco más tiempo en el consumo y negocio de esta bebida, no les parece atractivo los nuevos sabores, además de considerar esto como algo pasajero que no tiene gran repercusión debido a que se usa un proceso artificial en vez del artesanal,

Conclusiones: Con esta observación podemos decir que la persona a la que observamos tiene un mayor acercamiento a la venta y consumo del pulque debido al antecedente familiar y amistosos que fue generando, por otro lado, es preciso mencionar que el constante contacto de una persona a otra en cuanto al pulque hace que se siga preservando la producción y distribución del pulque artesanal,

Específicamente la observación de nuestro sujeto nos permitió ver cómo es que se van gestando y permeando las prácticas culturales a partir del interés en particular.

Diario de Campo 7

Las pulquerías y toleos de la delegación Xochimilco

Investigadores: Estefanie Labastida Armas / José Ubaldo Rojas Lima

Fecha: 26 de mayo de 2018

Hora: 10:00 am-22:00 pm

Lugar: Callejón. Galeana 41, Santa María Tepepan, 16020 Ciudad de México, CDMX

Establecimiento: Pulquería No más no llores

Descripción del grupo observado: La selección de nuestra muestra decidimos realizarla de forma aleatoria de forma tal que nos permita ver y señalar diversos rasgos de la población que está en constante contacto con el pulque

En esta observación nuestra seleccionada es una Señora de 45 años que lleva más de veinte años consumiendo pulque, actualmente es ama de casa y también labora medio tiempo

Observación: Nuestra observada acudió al lugar desde muy temprano a medio día, se quedó platicando con diversas personas que llegaban al lugar, por lo que mientras platicaba se toma un tarro tras otro, cada uno a su debido tiempo ,parecía ser una persona conocida por los locatarios del lugar pues hablaban sobre fiestas y vecinos en común, aprovechando que estuvo un tiempo sola decidimos preguntarle cuánto tiempo llevaba consumiendo pulque, a lo que nos respondió que desde pequeña sus padres acostumbraban a consumir pulque natural, y nunca hacía falta en la mesa el pulque para acompañar la comida.

“Para mí el pulque es algo que me ayuda a relajarme de un día estresado, sin duda mi favorito es el pulque natural y el de jitomate que me dan pa`rriba y seguir trabajando” relata al respecto del pulque.

Además de ello nos comentó que le gustaba visitar el puesto de pulque, ya que en las pulquerías ya no era tan bueno beberse un buen pulque debido a que ya estaba viejo o alterado con alcohol, por ello prefería ir con quienes saben hacer pulque del bueno.

Conclusiones: A raíz de este testimonio encontramos que las personas adultas además de nuestra observada siguen consumiendo el pulque debido al nexo familiar o comunitario que fue generando esta práctica, por otro lado, quienes gustan de beber el pulque tradicional buscan lugares en concreto donde consumir esta bebida, ya que consideran que otros lugares no son tan de buena calidad.

El horario en el que las personas acuden al toreo con mayor frecuencia es a medio día, además de que suelen acudir en familia, acompañados de amigos, en parejas o solos.

Diario de Campo 8

Las pulquerías y toreaos de la delegación Xochimilco

Investigadores: Estefanie Labastida Armas / José Ubaldo Rojas Lima

Fecha: 26 de mayo de 2018

Hora: 10:00 am-22 pm

Lugar: Callejón. Galeana 41, Santa María Tepepan, 16020 Ciudad de México, CDMX

Establecimiento: Pulquería “No más no llores”

Descripción del grupo observado: La selección de nuestra muestra decidimos realizarla de forma aleatoria de forma tal que nos permita ver y señalar diversos rasgos de la población que está en constante contacto con el pulque

Nuestro observado tiene veinte seis años estudiante de últimos semestres en la universidad además de trabajar lleva aproximadamente quince años consumiendo pulque.

Observación: Nuestro observado según nos cuenta recurre mucho a esta y otras pulquerías en la zona ,desde su llegada a la pulquería notamos como llego acompañado de varios amigos , llego en hora pico s eso de la una de la tarde por lo cual se sentó junto a nosotros, estando ahí nos fue más fácil preguntarle respecto a puntos clave en nuestra investigación “Mi papá me llevo a una pulquería y ahí lo probé por primera vez posteriormente en salidas con amigos de la prepa” comenta Jorge nuestro observado respecto a cómo fue que empezó a consumo pulque, respecto a los nuevos sabores que se ofertan actualmente en el mercado de pulquerías considera que es algo innovado , sin embargo es preferible el pulque natural y en ocasiones los curados.

Nuestro observado nos comentó que los motivos principales por los cuales consumía pulque son debido a que es accesible económicamente además de ser rico y nutritivo “beber pulque también genera un rato agregable con quién lo

tomes.” Relata mientras convive y degusta la bebida en compañía de sus amigos.

Conclusiones: En nuestra observación pudimos notar que la convivencia ya sea con familiares o amigos van generando un lazo de armonía en relación a una costumbre, pese a que en nuestra observación la mayoría de los acompañantes de nuestro observado bebían pulque, hubo una excepción de una mujer de su misma edad que no tomo pulque, pero ello no fue factor que le impidiera integrarse con los demás.

Con relación a los diarios anteriores en este también podemos destacar el factor de la comunidad y uso que le dan para preservar una práctica.

Diario de Campo 9

Las pulquerías y toreros de la delegación Xochimilco

Investigadores: Estefanie Labastida Armas / José Ubaldo Rojas Lima

Fecha: 26 de mayo de 2018

Hora: 10:00 am-5:00 pm

Lugar: Santiago Tepalcatlálpan Delegación Xochimilco.

Establecimiento: Toreo, Pulque y Curados Don Toño.

Descripción del grupo observado: La selección de nuestra muestra decidimos realizarla de forma aleatoria de forma tal que nos permita ver y señalar diversos rasgos de la población que está en constante contacto con el pulque

Nuestra participante en la observación tiene treinta años y lleva diez años aproximadamente consumiendo pulque.

Observación: Aproximadamente a las cuatro de la tarde acudió a la pulquería una mujer adulta acompañada de su esposo y su hijo, se sentaron en nuestra mesa, ya que esta se encontraba la botana, ya no había mucha gente en el lugar y poco a poco se iban yendo los que tenían tiempo en el lugar, por lo que decidimos aprovechar el momento para entablar conversación ,notamos que a su hijo de aproximadamente seis años le gusta el pulque en especial el de avena con canela y a lo mucho se tomaba un litro él solito, según nos comentaba ella,

Nuestro informante respecto al consumo y cómo fue que comenzó respondió “Consumo pulque desde que tenía 8 años, mi abuelo vivía en Morelos y a

veces cuando lo visitábamos en sábado pasábamos al mercado del pueblo y ahí encontrábamos, sinceramente no me encantaba, pero él me lo daba porque decía que estaba rico. Después a los 15 años me di cuenta que si me gustaba” Referente al nuevo uso que se le está dando al pulque nos dijo “Siento que esas nuevas modas se inventaron para llamar la atención del público, pero son una asquerosidad, rompen con el sabor, con la esencia del pulque”

Alrededor de la observación y la conversación nos contaba que durante la maternidad de su hijo tomaba pulque ya que eso le ayudaba a calmar los cólicos, además de que lo usaba para producir más leche

Conclusiones: A lo largo de la observación notamos cómo es que poco a poco se van inculcando cierto tipo de valores y prácticas que van haciendo que desde chiquitos se vayan adquiriendo un gusto o no por una costumbre, nuestra informante es un habitual cliente de la pulquería además de visitar diferentes ferias y puestos para consumir pulque

Además de ello el pulque tradicional para algunos implica preservar una costumbre debido al trabajo que hay detrás.