



División de Ciencias Sociales y Humanidades

Licenciatura en Sociología

El consumo de pulque en jóvenes dentro del Centro Histórico de la Ciudad de México en un contexto de consumo moderno

Módulo: La Ciudad y sus Actores Sociales

Trimestre 24 P

Integrante:

Jesús Leonel Martínez Santiago / 2193064169

Docente

Dr. Rene David Benítez Rivera

Fecha:

11 / Octubre / 2024

AGRADECIMIENTOS

Quisiera comenzar expresando mi más sincero agradecimiento a mi asesor de tesina al Dr. Rene David Benítez Rivera, cuya experiencia, paciencia y apoyo constante fueron fundamentales para la realización de este trabajo final. Su guía me proporcionó claridad académica, sino también motivación en momentos de duda. Su confianza en mí me impulsó a seguir adelante y superar los desafíos.

A mi familia, especialmente a mis padres: Rosa Santiago Bravo y Leonel Martínez Zuluaga les agradezco profundamente su amor incondicional y su apoyo constante. Su fe en mí ha sido el motor que me permitió completar este camino. A mis primas Karla Mariana Silvestre Martínez y Susana Paola Santiago Martínez, por sus palabras de aliento, motivación y enseñanza.

A la memoria de mi tía: Araceli Martínez Zuluaga, por enseñarme que la vida fuera de casa es muy fuerte. A mis abuelos, principalmente a la memoria de mis abuelas: Reynalda Zuluaga Dávila y Cándida Bravo López, gracias por la transmisión de enseñanzas, amor y bonitas costumbres, ser mi pilar en los momentos difíciles. Sin ustedes, este logro no habría sido posible.

A la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, gracias por brindarme la oportunidad de crecer académica y profesionalmente.

A mis amigos: Sandily, Eduardo, Jocelin, Eduardo, Guillermo, Paola, y Andrea Gisel, gracias por su compañía y apoyo en los momentos de estrés y alegría. Ustedes fueron mi red de soporte y su amistad me ayudó a mantener el ánimo en los momentos más difíciles en la licenciatura. Cada uno de ustedes contribuyó a que este proceso fuera más significativo. Esta tesina es el resultado de un gran esfuerzo.

A todos, gracias por ser parte de este éxito.

Índice.

1. Introducción

2. Marco teórico

- Identidad cultural del pulque
- Los neoconsumidores del Pulque

3. Metodología

- Delimitación
- Muestra
- Enfoque y técnicas de investigación

4. Contexto

- Origen del pulque
- El pulque en el mercado de bebidas
- Producción y Consumo del Pulque

5. Conclusiones

6. Bibliografía

7. Anexos

1. Introducción

El pulque conocido por ser una bebida que representa a México, mundialmente es una realidad que el consumo de esta bebida considerada prehispánica, como la bebida de los dioses, ha presentado un cambio en el consumo. Culturalmente, el pulque se consideró una bebida embriagante barata, que solo era de acceso para las personas de clases muy bajas, como campesinos, peones o trabajadores.

En la actualidad este efecto de consumo se está revirtiendo con la globalización mundial, en el sector del mercado en bebidas, con este cambio, el pulque vuelve a resurgir, convirtiéndose como una bebida que se encuentra en pulquerías principalmente ubicadas en el centro histórico de la Ciudad de México. El centro histórico se encuentra a la vanguardia de la modernidad, siendo las pulquerías recintos que sobreviven a la llegada de bebidas que se han vuelto populares como: Whisky, Vodka, Micheladas, Mojitos etc.

A lo largo de la investigación, las pulquerías: "La Hermosa Hortensia", "Las Duelistas" y "La catedral del pulque", ha tenido retos para poder seguir funcionando. Desde la implementación de medios electrónicos para la difusión de las mismas. Hasta pasar a una modalidad diferente durante el periodo de pandemia por eso considero de suma importancia comprender el proceso por el cual el consumo del pulque tiene una continuidad a diferencia de otros lugares.

La pregunta que oriento esta investigación fue: ¿Cuáles son las condiciones que han hecho que las personas busquen el pulque desde un supuesto teórico en un cambio de consumo, críticas a lo industrial o la búsqueda de lo natural?

Examinando la pregunta previa, el objetivo principal es: ¿En qué se funda la preferencia de estos sectores poblacionales sobre el consumo del pulque? Los objetivos específicos son: ¿Cuáles son las particularidades que llevan a consumir pulque actualmente?, ¿Cómo se han ido transformando la visión de pulque en una forma de identidad? y ¿Cómo el pulque ha sobrevivido dentro del mercado de bebidas embriagantes? Este análisis contempla las percepciones de los clientes (consumidores) en referencia al consumo del pulque.

La organización del presente trabajo se encuentra de la siguiente forma.

1. Marco teórico, en este punto se desarrolla la parte de identidad cultural, así como los referentes teóricos y los conceptos de los cuales tome en cuenta para guiar la investigación.
2. Metodología, describe los perfiles, delimitación espacio-tiempo, así como los enfoques y técnicas que se toma en cuenta para sintetizar un análisis y reflexión de los resultados obtenidos.
3. Contexto, en donde explico algunos elementos históricos sobre la temática de investigación.
4. Temáticas, 4.1 y 4.2, se desarrolla información base, abarcando la historia del pulque en forma breve, el pulque en el mercado de bebidas y la producción del pulque.
5. Conclusiones, se desarrollan conclusiones entorno a los resultados obtenidos, un análisis referente a los elementos que permiten generar una identidad de consumo de pulque frente a otras bebidas embriagantes, posibles líneas de investigación.
6. Bibliografía, se recaba la información que sustenta la investigación.
7. Anexos, se integran las entrevistas que respaldan los resultados obtenidos.

2. Estado del Arte/Marco Teórico.

Identidad cultural del pulque

Según (Villoro, 1998) cultura es todo aquello que viene de nuestras raíces, de nuestros antepasados, historia, cultura es un término amplio, cultura es como el ser humano ha ido adaptando a su entorno a través de la historia de su pueblo, de su región o dónde ha sido situado su entorno”.

El pulque desde sus inicios pertenece a la cultura mexicana, se reconoció como “la bebida de los dioses”, lo cual es importante para nuestras raíces prehispánicas.

Si bien es cierto la identidad es un conjunto de partes culturales que te hacen tener un sentido de pertenencia y relación con un grupo, el pulque en cierto momento genera un gran impacto cultural y aún, hoy en día, aunque no es conocido en todo el país, pero sí conocido en la región Central de México.

Además, la cultura puede ser personal o en grupo, si hablamos de cultura en grupo o de religión, es un tipo de cultura que sólo esa región puede tener, esta generada por las personas con un sentido de identidad.

Para (Villoro, 1998) El término identidad es multívoco. Su significado varía con la clase de objeto a la que se aplique, en un sentido más general identificar algo puede significar: 1) señalar las notas que lo distingue de todos los demás objetos y 2) determinar las notas que permiten aseverar que es el mismo objeto en distintos momentos del tiempo (p. 53).

Estos 2 significados están ligados sólo podemos distinguir un objeto de los demás si duran el tiempo, sólo tiene sentido decir que un objeto pertenece. Hablando de esta identidad, la cultura de cada grupo social depende de las políticas internas, valores, costumbres, tradiciones, modos de comportamiento y un estilo muy marcado de vida.

En México el consumo del pulque ha tenido una gran historia ancestral, se encuentra marcada una identidad cultural, representada por sus consumidores, quienes son los principales representantes de esta identidad cultural. Retomando el término identidad que aborda (Villoro, 1998) el pulque ha significado una forma de identidad, que la distingue de las

demás. Principalmente se ha asociado a personal analfabetas y pobres, una forma barata de consumir.

“La identidad intrínseca del pulque no existe, son las personas quienes se la otorgan a través de las formas y móviles de su consumo. Somos lo que comemos, y también lo que bebemos” (D., Ríos, J., Urbina, & Casas, 2021) Pag 46. La identidad la van formando con sus prácticas sociales, el consumo de pulque les genera una identidad que es reconocida por los propios consumidores.

Los Neocosumidores del Pulque

Las sociedades transmiten significados, conocimientos, tradiciones y expresiones culturales que se transforman de manera constante entre generaciones (Florescano, E. y Santana, B., 2016). A partir de esta nueva era tecnológica, globalizada, los significados que se han presentado al mundo, cada día se encuentran cambiando, todo está determinado por un mercado de consumo, al cual, todos accedemos día a día, las tendencias se implantan dentro de la sociedad siendo las tradiciones y costumbres desplazadas.

En las pulquerías, lugares donde se vende el pulque, se han identificado consumidores tradicionales y neoconsumidores, y con base en ello se proponen mejoras al concepto que ofrecen estos establecimientos (Rojas-Rivas & Viesca-González, F.C. y Favila-Cisneros, H.J., 2020). Principalmente las pulquerías que se encuentran dentro del Centro Histórico de la Ciudad de México han tenido que sobrevivir a los diferentes cambios socioculturales en los últimos años. La globalización ha hecho que los establecimientos se modifiquen y adaptando su concepto original a lo que se traduce como innovador para atraer a los nuevos consumidores de pulque.

El papel de los jóvenes ha sido fundamental en la revalorización del pulque, en su promoción, al tratar de una bebida alcohólica, llama la atención de los jóvenes, además de ser barata, pero también seguro la están revalorando por un sentimiento de añoranza por los productos tradicionales de su tierra” (Rojas-Rivas E. & Rojas-Rivas, E., Viesca-González, F.C. y Favila-Ci, 2020).

Los jóvenes han contribuido a la preservación y revalorización del pulque. No obstante, en este proceso han introducido algunos nuevos elementos dentro del producto.

En términos del producto se ha configurado una relación de reciprocidad entre productores y consumidores, donde el consumidor demanda pulque y paga un sobreprecio a cambio de que el productor adapte el pulque a sus gustos (Blas, 2019). El pulque curado (pulque blanco junto con una fruta y endulzado) tuvo una gran aceptación dentro de los consumidores nuevos.

Como afirma (Velázquez García, 2020), el pulque volvió a ser un producto comercialmente exitoso porque se relaciona con una historia, una cultura y un conjunto de cosmogonías sobre la relación del ser humano, sus deidades y su entorno.

A principios de este siglo, la venta de la bebida blanca se dirigió hacia un nuevo mercado, los jóvenes; en espacios planeados para ello, las nuevas pulquerías. En esos lugares, se busca retomar elementos de la cultura popular mexicana y pulquera que confluyan con estética actual de bar. Sin embargo, también es común encontrar en este caso, a personas que prefieren consumir sus bebidas sobre las mesas ubicadas a las afueras del establecimiento sobre la banqueta. (Navarrete Torres & García Muños, 2021)

3. Metodología

Delimitación

La investigación se realizó en tres pulquerías: “La Hermosa Hortensia, ubicada en Cjon. de La Amargura 4, Centro Histórico de la Cdad. de México, Centro, Cuauhtémoc, 06010 Ciudad de México, CDMX, “Las Duelistas” ubicada en Aranda 28, Colonia Centro, Centro, Cuauhtémoc, 06400 Ciudad de México, CDMX y “La catedral del Pulque” ubicada en: Isabel La Católica 250, Obrera, Cuauhtémoc, 06800 Ciudad de México, CDMX. Esta delimitación busca establecer una dimensión temporal, ya que la investigación se apoya en el tiempo como un elemento crucial para comprender las particularidades que llevan a consumir pulque, formando así una identidad de consumidor de pulque dentro de un mercado de bebidas embriagantes.

Muestra

La muestra poblacional que tome en cuenta es: Luis Javier un trabajador de 28 años que frecuenta la pulquería: “Hermosa Hortensia”, Joaquín Alejandro un estudiante de 24 años que visita la pulquería “Duelistas” y Miguel un estudiante de 26 años que disfruta el ambiente en la pulquería “La catedral del Pulque”.

Enfoque y técnicas de investigación

El enfoque está centrado en la reconstrucción de experiencias relacionadas con el consumo del pulque, precisamente dentro de las pulquerías antes mencionadas. Las técnicas utilizadas incluyen preguntas introductorias, indagación sobre las experiencias en el consumo del pulque, percepción que tienen como consumidores del pulque, el conocimiento que tienen sobre el pulque y su mercado.

- Enfoque y técnicas**

El análisis generacional de cohortes (selección por períodos, para evitar un sesgo generalizando la información recolectada en las entrevistas, permite analizar las diferentes experiencias que pueden tener cada consumidor, así como la diferencia entre consumidores de las distintas pulquerías.

- Retomando el concepto de generación “las experiencias situadas históricamente determinan la pertenencia a una generación ya que constituyen la existencia humana. La generación consistía en personas que compartían el mismo conjunto de experiencias, la misma 'calidad de tiempo'. Por lo tanto, la formación de las generaciones se basaba en una temporalidad concreta constituida de acontecimientos y experiencias compartidas” (Dilthey, W 1989, citado por Carmen; FEIXA, Carles 2011).
- Descripción: Utilice el método etnográfico, como menciona (Whyte, 1971) en “*La sociedad de las esquinas*” Esto ayuda a sumergirse directamente en la vida social de los sujetos, observando interacciones en el momento y realizando observación participante. Esto es útil para capturar la complejidad y la riqueza de las experiencias sociales de los consumidores de pulque.

También lleve a cabo entrevistas, las observaciones permitieron obtener perspectivas más profundas y relatos de vida de los consumidores previamente seleccionados. Un análisis de narrativas y experiencias permite tener una descripción aún más amplia, destacar elementos claves para comprender la investigación.

Descripción de parámetros personales para las entrevistas

- Selección a un trabajador (Luis Javier)
- Selección a un estudiante (Joaquín Alejandro)
- Selección a un estudiante (Miguel)

Análisis de datos

Las entrevistas debido al poco tiempo de realización solo permitieron una mirada superficial, Luis Javier expreso su gusto por el pulque, fue una experiencia nueva para él al momento que provo por primera vez el pulque, considera al pulque una opción económica para embriagarse, ya que es de bajo costo y le genera un estado embriagante, él se identifica así mismo como un consumidor de pulque, una identidad cultural de personas que les gusta

tomar pulque. Este gusto por tomar pulque fue pasando de generación en generación, Comprende el impacto que tuvo el pulque dentro del mercado de bebidas embriagantes, la adaptación que tuvo el puque es grande.

Joaquín Alejandro destaca un elemento clave que proviene de un estado de la república mexicana que es considerado como uno de los exponentes de pulque (Tlaxcala), el transmitir gusto por el pulque ha sido generacional, el identificarse como consumidor de pulque no le genera desagrado o vergüenza. La frecuencia de visitar las dualistas es debido a la cercanía que tiene con el centro histórico, El conocimiento que tiene respecto al pulque es algo relevante, proveniente de un estado y familia que gusta por el pulque, logra expandir el conocimiento que Joaquín tiene del pulque. La propaganda digital es un elemento que favorece o perjudica al pulque desde el tipo de contenido que se da a conocer (radio, televisión, periódico e internet).

Miguel prefiere consumir pulque debido a su bajo costo, identifica los elementos que contiene el pulque, se identifica como consumidor de pulque, la importancia que percibe del pulque como identidad cultural es una amplia representación, El pulque ha abarcado otros productos como: pan y paletas de pulque (pulcaletas). La deficiencia divulgación del pulque entre los jóvenes hace que sea poco el consumo.

4. Contexto (Marco Histórico)

Origen del pulque

La planta del maguey ha tenido una gran importancia dentro de las culturas prehispánicas, era considerada una deidad. Muchas tradiciones han sido transmitidas de generación en generación hasta la época actual, parte importante de nuestra identidad nacional es mantener nuestras tradiciones y cultura, en maguey no sólo está en innovación tecnológica, sino que también conlleva una tradición y cultura (Rancaño, 2000).

El agave pulquero (*Agave salmiana*) es una planta emblemática del Altiplano central de México, que desde tiempos ancestrales es utilizado para la producción de pulque, una bebida de bajo grado de alcohol (4-7 % de etanol), con alto contenido nutrimental y arraigado valor cultural (Valadez, Bravo, Santos, Velasco, & Monteville, 2012).

El pulque en el mercado de bebidas

Para (Mora Perez, 2021) El pulque sin duda estaba olvidado por nuestros padres gracias al desprestigio de las empresas transnacionales cerveceras que crearon el gran mito sobre este. Pero este es un producto tan limpio y noble. Debe de tener una higiene adecuada por el tlachiquero, como en los barriles o tinacales donde es depositado. La elaboración del pulque con lleva una gran higiene de lo contrario el pulque ya no serviría y se echa a perder.

El pulque dentro del mercado de las bebidas embriagantes ha estado presente, la globalización y expansión introducen cada día más bebidas preparadas (cocteles), ante este fenómeno el pulque se encuentra en una gran desventaja. Por su proceso de elaboración, la vida de anaquel es muy corta, a menos de una semana ya que es una bebida viva en comparación a la industrialización que llevan las otras bebidas, en lugar de perjudicar el tiempo, les ayuda a añejarse.

Como afirma (Mora Perez, 2021) El curado es una bebida preparada a base de pulque fuerte y fruta, a lo cual se agrega algún endulzante como miel, azúcar o lechera y canela. Los jóvenes han revalorado el pulque, creando un sin fin de sabores trayéndolo a la gran metrópolis. A través de los curados, los sabores van: amaranto, arándano, avena, apio,

betabel, ciruela, cacahuate, café, capuchino, chocolate, coco, coco-avena, coco-chocolate, coco-pina, durazno, flor de cempasúchil, fresa, fresas-crema, fresas-kiwi, frutos rojos, higo, jitomate, galleta, guanábana, kiwi, kínder-Delis, limón, mango, mandarina, mamey, maracuyá, mazapán, manzana, melón, nuez, oreo, pera, plátano, plátano-chocolate, pitaya, tamarindo, tejocote, tuna (roja, verde), vampiro, yaca y zarzamora. Para la elaboración de un curado debemos tener un pulque fuerte, la fruta de su preferencia, agregar el azúcar, canela, vainilla y lechera. Todo se mezcla y se obtiene el curado.

Según (Z. Itzel Rocillo-Aquino1, 2017) Los jóvenes desde hace un par de décadas han adquirido un gusto por el pulque, reclamando espacios en estos lugares donde solo convivían personas mayores y adaptándolos con nuevas actividades. Por lo que las pulquerías de hoy en día no son sólo los espacios destinados para las clases sociales bajas, ya que además del cambio en el rango de edad, también se ha modificado el gusto en los distintos niveles sociales. El cambio de edad presenta modificaciones, ya que el pulque ha generado interés hacia los jóvenes, en parte al ambiente que se vive, la convivencia con otras personas puede generar una red de comunicación y vinculación a gustos en común.

Producción e Imagen del pulque

Producción y Comercialización del Pulque

La producción del pulque está basada en la fermentación de la extracción del aguamiel sustancia que da el maguey pulquero (ayocote). El raspador es el encargado de succionar el aguamiel y transportarla en contenedores para ser depositada en los tinacales. El mayor se encarga de llevar a cabo este proceso en los tinacales, como resultado de esto es la obtención del pulque, sólo el mayor es el único que puede tener contacto con los tinacales ya que si otro intenta meterse en el proceso este corre el riesgo de echarse a perder.

La creación de un buen pulque sólo pocos conocen el secreto, la semilla del pulque qué es la obtención de un líquido a base de pulque y hierbas exóticas mezclado en una vasija de barro y enterrado en la Tierra, dejando pasar de 15 a 20 días si al momento de abrir explota significa

que se ha conseguido una semilla de pulque y si no, está sólo se echará a perder, esos secretos sólo se pueden pasar de generación en generación a un solo hijo de cada generación.

El pulque en las pulquerías se vende en diferentes presentaciones, conforme a los cuidados, recetas y tradiciones de cada pulquería y de sus trabajadores. Cada local tiene sus especialidades, por ejemplo, hay pulquerías que ofertan y son famosas principalmente por su pulque blanco suave, otras por su blanco fuerte, algunas más son especialistas en curados (mezcla de pulque con frutas, semillas u otros productos) o pulque campechano (combinación de pulque blanco con curado) (Ríos, 2015)

Los productores tuvieron una afectación en su momento a finales de los años 90, fue una mala desinformación provocada por algunas empresas cerveceras, que afirmaban que el pulque era fermentado con la llamada "muñeca" (fermentación a base de excremento de eses fecales), aunque este es un completo mito y ofensa hacia ellos, se ha podido desacreditar esta mala información.

Los murales son pinturas sobre el muro mismo de la pulquería, los cuadros son fotografías, pinturas o carteles en un marco colocado en la pared, mientras que los adornos son otro objeto con el fin de decorar el espacio, artesanías, por ejemplo. (Ríos, 2015)

5. Conclusiones

El análisis realizado en la presente investigación, se observan los efectos que están presentes en la sociedad, generando un gusto y atracción hacia el consumir pulque, una visión de auto identidad es la que expresan los entrevistados; el pulque forma parte de su identidad, en una forma cultural y como consumidor.

El consumo de pulque deja atrás el clasismo en que se sometía al pulque. El pulque ha tenido que pasar a otras fases referente a otros productos como: pan, pulcaletas (paletas), embotellamiento, hasta el momento algunos productores del Estado de México buscan poder hacer polvo el pulque para que se pueda consumir y sea más fácil su transportación, como se expresan las particularidades que permiten reconocer como las tendencias innovadoras, son los principales elementos que permiten al pulque seguir vigente en el consumo dentro de un mercado globalizado que se encuentra en constante cambio.

El pulque es preferencial entre los consumidores por el bajo costo que representa embriagarse, los entrevistados marcaron el costo como un punto específico para consumir. lo industrial es algo que no se lleva con el pulque.

El pulque no ha dado el salto a industrializarse, es un proceso artesanal y muy delicado, contrario a lo que las cerveceras difundían. El pulque cuenta con propiedades que ayudan al metabolismo, principal razón que atrae a los entrevistados a tomar pulque es una bebida viva, es muy corto el tiempo de vida. A comparación del tequila, cerveza, whisky, bebidas que no aportan elementos benéficos para el cuerpo.

Las pulquerías han estado en continua transformación, dado que cada vez son pocas las que podemos encontrar en la zona del centro histórico de la Ciudad de México. Durante la pandemia (COVID 19) que se vivió de 2020 a 2023, las pulquerías solo cerraron, pero la venta siguió solo para llevar, esta es una estrategia clara que adaptaron estas 3 pulquerías para poder sobre llevar la pandemia.

Cabe mencionar que las conclusiones de esta investigación no son representativas a todo el consumo en jóvenes, debido al corto tiempo que representó hacer la investigación. También considero algunas líneas de investigación, que con el abordaje cualitativo podrían ser interesantes y enriquecedoras a este tema:

- Indagar sobre si las otras pulquerías realizan propaganda para atraer a clientela joven.
- Indagar si las redes sociales son un factor de expansión de difusión en cuanto al consumo del pulque.
- Indagar las posibles relaciones entre difusión de moda o identidad cultural que se transmite de generación en generación. Saber por qué medio un consumidor se acerca o aleja al consumo de pulque.
- Indagar en ampliar la muestra poblacional que permita una visión más amplia sobre los consumidores de pulque dentro del centro histórico de la Ciudad de México.

6. Bibliografía

- Blas. (2019). "Informal Sale of Pulque as a Social Reproduction Strategy. Evidence from Central Mexico". En S. T.-O. Blas Yáñez. *Revista de Geografía Agrícola*.
- D., G., Ríos, Á., J., C., Urbina, F., & Casas, A. (2021). En *Memorias de 7º Congreso Nacional del Maguey y el Pulque* (pág. 46). México: Colectivo Ome-Tochtli, Escuela Nacional de Antropología e.
- Florescano, E. y Santana, B. (2016). *La fiesta mexicana*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- INSIDER, M. C. (23 de Agosto de 2019). *MX CITY GUIA INSIDER* . Obtenido de <https://mxcity.mx/2015/07/quieres-conocer-una-pulqueria-autentica-80-anos-de-la-hermosa-hortencia/>
- Mora Perez, E. (2021). El pulque la variedad de sabores en la cosmopolitan 2021. En E. N. Colectivo Ome-Tochtli, *Memorias del 7ºmo Congreso Nacional del Maguey y el Pulque* (pág. 92). México.
- Mora Perez, E. (2021). El pulque la variedad de sabores en la cosmopolitan 2021. En E. N. Colectivo Ome-Tochtli, *Memorias del 7ºmo Congreso Nacional del Maguey y el Pulque* (pág. 94). México.
- Navarrete Torres, M. d., & García Muños, A. C. (2021). El pulque la bebida de los dioses con valor y tradición milenaria. *Journal of Tourism and Heritage*.
- Rancaño, M. R. (2000). *Ignacio Torres y la Industria pulquera*. Ciudad de México: Valdés Editores.
- Ríos, G. D. (2015). *Del Maguey al vaso: el manejo del pulque en las pulquerías del distrito federal y en las localidades abastecedoras* Tesis para obtener el título de Licenciado en Ciencias Ambientales. Obtenido de v
- Rojas-Rivas, E., & Rojas-Rivas, E., Viesca-González, F.C. y Favila-Ci. (2020). "Consumers' perception of a traditional fermented beverage in Central Mexico. An exploratory study with the case of pulque". *British Food Journal*.
- Rojas-Rivas, E., & Viesca-González, F.C. y Favila-Cisneros, H.J. (2020). "Consumers' perception of a traditional fermented beverage in Central Mexico. An exploratory study with the case of pulque". *British Food Journal*, 708-721.

- Velázquez García, M. y. (2020). ¿El turismo, salvación o la condena para el patrimonio rural en Hidalgo? En *El pulque y el turismo en Huasca de Ocampo* (págs. 57-69). Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios 20.
- Villoro, L. (1998). Estado plural, Pluralidad de culturas. Ciudad de México: UNAM/Paidós.
- Villoro, L. (1998). Estado plural, Pluralidad de culturas. Ciudad de México: p.53 UNAM/Paidós.
- Valadez, R., Bravo, G., Santos, N. F., Velasco, S. I., & Montville, T. J. (2012). The artisanal production of pulque, a traditional beverage of the Mexican highlands. *Probiotics and antimicrobial proteins*, 4(2): 140-144.
- Whyte, W. F. (1971). apéndice metodológico. En *La sociedad de las esquinas* (pág. 65). México.
- Z. Itzel Rocillo-Aquino1, J. A.-R.-Á. (2017). LA TRANSFORMACIÓN DE LAS PULQUERÍAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO: PERSPECTIVA DESDE SUS MODELOS DE NEGOCIO. *TRANSFORMATION OF PULQUERÍAS IN MEXICO CITY: A PERSPECTIVE FROM THEIR BUSINESS MODELS*, 235.

7. Anexos

Guía de Entrevista para consumidores de pulque en pulquerías que se encuentran en el centro histórico de la Ciudad de México

Características Sociodemográficas

Nombre: Luis Javier Méndez Chávez Sexo: Hombre Edad: 28 años

Ocupación: Trabajador de una empresa dedicada a impresiones

1. Introducción:

- Saludos cordiales y presentación: Explicación del propósito de la entrevista.
- Agradecimiento por su disposición a participar y contribuir con su experiencia.

2. Antecedentes de Consumidor:

- Preguntas introductorias sobre su consumo del pulque
- Lugares preferentes de consumo

3. Experiencia al consumir pulque

- ¿Cómo describirías tu experiencia cuando probaste el pulque por primera vez?

R: la verdad me gustó, porque siempre me comentaban que se sentía en una forma de decir babosa, pero con el tiempo fue un sabor y viscosidad que fui asimilando y me fue gustando debido al sabor del pulque.

- ¿Cuáles consideras que son las principales cualidades por las que prefieres consumir pulque?

R: una de las principales es por el precio ya que es una bebida rica y que no genera un gran costo para adquirirla además que me puedo embriagar con bajo presupuesto.

- ¿Consideras que el pulque te genera una identidad como consumidor?

R: sí lo considero ya que yo consumo pulque y así como hay consumidores de otras bebidas, yo me identifico como consumidor de pulque porque me gusta tomarlo.

- ¿Cómo conociste esta pulquería?

R: esta pulquería la conocí debido a que yo trabajo sobre paseo de la reforma y cuando recién ingrese unos compañeros me invitaron a un viernes a tomar aquí en la pulquería la hermosa hortensia.

- ¿Frecuentas esta pulquería y por qué?

R: por lo general si la frecuento debido a que como se encuentra en la plaza garibaldi la verdad los viernes tiene muy buen ambiente y aparte puedes conocer a más personas que pues también les gusta el pulque, igual los viernes o sábados son los días que me gusta asistir ya sea con compañeros del trabajo o con mi novia.

4. Conocimiento sobre el pulque

- ¿Conoces los beneficios que tiene el consumir pulque a comparación de otras bebidas embriagantes?

R: Al principio no conocía nada sobre el tema, pero como fui tomando fui aprendiendo de otras personas, así como del internet y conocí que realmente el pulque no sólo te embriaga, sino que te aporta muchas probióticos que son buenos para mi cuerpo, a comparación de por ejemplo el tequila o el whisky que también me gustan tomar considero que el pulque me aporta beneficios y desventajas, desventajas porque me emborracha

- ¿Cómo describirías tu experiencia consumiendo pulque?

R: la verdad me gusta consumir el pulque es una bebida como ya te había dicho que me gusta igual la consumo desde edad temprana desde que iba en la universidad comencé a consumir esta de bebida, me gusta consumir el pulque porque es barato de adquirir y como a mí me gusta el pulque natural a mi novia también le empezó a gustar el pulque, pero ella opta más por los curados especialmente de fresa. Igual es buena experiencia porque genera una buena convivencia como pareja

- ¿Consideras que el pulque tiene gran importancia dentro de la cultura mexicana como identidad?

R: considero que si ya que está pues es una bebida de hace años que ha tomado nuestros ancestros entonces, en la actualidad el pulque es fuera de México algo que nos identifica a los mexicanos y que también es una bebida embriagante que se reconoce y que la auto consumimos y nos sentimos orgullosos del pulque, ha comenzado a tener un nuevo auge entre nosotros los adultos porque yo en una plática con mi abuelo me platicaba que él y su papá de él desde pequeños empezaron a tomar pulque entonces esto genera una identidad que se pasa en mi caso con mi padre y con mi abuelo de generación en generación

5. Desafíos del pulque

- ¿Cómo crees que el pulque ha sobrevivido tanto tiempo dentro del mercado de bebidas embriagantes?

R: pues el pulque siempre ha estado presente en México entonces si fue algo que el pulque sufrió cuando se introdujeron estas nuevas bebidas embriagantes no nuevas, sino que empezaron a tener más auge dentro de los consumidores como fue con los chavos los llamados azulitos, micheladas. Entonces pienso que ha sobrevivido debido a que es una bebida que te embriaga muy fácil y es sumamente barata a comparación de las otras bebidas

- ¿Cuáles consideras que son los mayores desafíos que enfrenta el pulque frente a otras bebidas embriagantes?

R: desafíos considero que son hacia qué público va dirigido, igual depende de la zona en que éste se distribuya, por ejemplo, yo vivo en el estado de México y los domingos es algo rutinario que vaya con mi familia a los pueblos cercanos en los domingos de barbacoa y ahí mismo ay puestos de pulque. Entonces pienso que también tiene que ver con la distribución y la demanda.

- ¿Has notado un cambio en la demanda del pulque en la actualidad?

R: demanda considero que tiene que ver justo como te mencionaba con los consumidores ya que he consumidores por ejemplo yo que ya soy adulto bueno digamos casi adulto ya conocemos un poco más de bebidas y por ejemplo los jóvenes de 18 años pues va consumiendo lo que está de moda entre ellos como lo es el Kosaco, micheladas, azulitos

6. Impacto Social

- ¿Cómo crees que es la percepción que tienen de ti al ser consumidor de pulque?

R: pues considero que la percepción que tienen de mí es que me gusta el pulque, como te comento en mi familia consumimos pulque, mis amistades también les gusta tomar pulque, entonces pienso que, pues no debe de haber una crítica mala hacia lo que me gusta tomar a mí, podría verse como algo bajo el consumo del pulque porque es muy barato a comparación de otras bebidas, como 1 L de pulque no va a costar lo mismo que 1 L de tequila o whisky.

7. Cierre:

- Invitar al entrevistado a compartir cualquier aspecto adicional que considere relevante.

R: la verdad es que me gusta tomar pulque, algunos no les gusta por el olor o el sabor pero a mí me gusta, la verdad aquí dentro de la hermosa hortensia hay muy buen ambiente, y el servicio por parte del señor Gerardo es muy bueno, tuve una vez la oportunidad de platicar con él y los cuadros que están en la pared de la entrada reflejan la importancia que ha tenido la pulquería y que ha sido visitada por varios personajes importantes entonces es un lugar con mucha tradición y que ha sobrevivido tantos años desde su fundación aunque en

pandemia estuvo cerrada por el aislamiento. Igual aquí en la plaza garibaldi ya con unos pulques y el mariachi se pone bueno el ambiente con mis compañeros.

- Agradecimiento por su tiempo y participación en la entrevista.

Guía de Entrevista para consumidores de pulque en pulquerías que se encuentran en el centro histórico de la Ciudad de México

Características Sociodemográficas

Nombre: Joaquín Alejandro López Arriaga Sexo: Hombre Edad: 24 años

Ocupación: Estudiante universitario

1. Introducción:

- Saludos cordiales y presentación: Explicación del propósito de la entrevista.
- Agradecimiento por su disposición a participar y contribuir con su experiencia.

2. Antecedentes de Consumidor:

- Preguntas introductorias sobre su consumo del pulque
- Lugares preferentes de consumo

3. Experiencia al consumir pulque

- ¿Cómo describirías tu experiencia cuando probaste el pulque por primera vez?

R: en la primera vez fue en una fiesta familiar con unos tíos en Tlaxcala, pues fue un poco desagradable porque desconocía el sabor y se sentía muy viscoso. Pero ya ahorita pues sí me gusta ya sea natural o el curado de guayaba

- ¿Cuáles consideras que son las principales cualidades por las que prefieres consumir pulque?

R: ya es algo podría decirte que familiar porque tengo familia en Tlaxcala, entonces mi abuelo era originario de allá y cuando llegamos aquí a la Ciudad de México fue algo que ya traía de mí, digamos que ya es algo generacional y también es barato, aunque sólo en escasos lugares y no es tan común fuera de la zona céntrica de la Ciudad de México, yo vivo en la obrera, las duelistas me quedan cerca de donde vivo

- ¿Consideras que el pulque te genera una identidad como consumidor?

R: la verdad es que sí, porque pues ya es algo que me clasifica como consumidor de pulque y pues sí es algo identitario mío y de mi familia, es una identidad que me ha construido tanto mi familia mi abuelo y no me avergüenza decir que me gusta tomar pulque

- ¿Cómo conociste esta pulquería?

R: la conocí en una salida con unos amigos, yo terminé la preparatoria en Tlaxcala y la universidad la cursé ya aquí en la Ciudad de México, entonces un día a principio de semestre

unos amigos y yo teníamos antojos de salir y unos nos platicó de esta pulquería, y la verdad es que vine la primera vez me gustó el ambiente y la variedad de curados que hay

- ¿Frecuentas esta pulquería y por qué?

R: la frecuento cada 8 días o 15 cuando salgo con mis amigos con mi hermana o con mi novia, y es un gran momento de convivencia y como te digo prácticamente me queda a 15 minutos caminando de mi casa, muy cerca y el ambiente me agrada mucho ya después de aquí nos vamos a la plaza garibaldi a rematar

4. Conocimiento sobre el pulque

- ¿Conoces los beneficios que tiene el consumir pulque a comparación de otras bebidas embriagantes?

R: sí conozco los beneficios bueno es que te genera el pulque en tu cuerpo, ya que esto es algo familiar entonces el sabor del pulque en mi familia no solo es tomarlo y ya sino conocer un poco sobre la historia y más aún que venimos de un estado que es uno de los principales productores de pulque, las demás bebidas como la cerveza o el tequila son bebidas que están literalmente muertas no te aporta nada y ya están demasiado industrializadas en la actualidad.

- ¿Cómo describirías tu experiencia consumiendo pulque?

R: considero muy buena mi experiencia me gusta demasiado y disfruto a un buen pulque.

- ¿Consideras que el pulque tiene gran importancia dentro de la cultura mexicana como identidad?

R: Claro que considero que el que tiene una gran importancia ya que es lo que nos identifica como mexicanos fuera de México, es algo por lo cual nos distinguimos y nos llena de orgullo ya que es una bebida nuestra y tiene demasiada antigüedad e historia, así como un impacto social ya que se considera que el pulque es para pobres, aunque se escuche clasista

5. Desafíos del pulque

- ¿Cómo crees que el pulque ha sobrevivido tanto tiempo dentro del mercado de bebidas embriagantes?

R: el pulque ha sobrevivido por que se ha adaptado no sólo ya como bebida líquida, sino que también ya está el pan e incluso he escuchado que ya lo han embotellado entonces el pulque ha buscado las maneras para sobrevivir, pienso que es un tema de gustos y de generaciones porque por lo general las personas adultas son las que consumen el pulque y yo me incluyo los jóvenes pues no conocemos tanto del pulque. Que de hecho las otras bebidas alcohólicas son las que tienen demasiada propaganda en medios digitales y así es como las vamos conociendo

- ¿Cuáles consideras que son los mayores desafíos que enfrenta el pulque frente a otras bebidas embriagantes?

R: pienso que el consumo del pulque lo desafían las generaciones y un poco también la distribución de este ya que es una bebida que necesita ciertos requisitos para poderse distribuir, incluso aquí en la zona centro de la ciudad son muy pocas las pulquerías que venden pulque de calidad, y saliendo de la zona céntrica es difícil encontrar puestos o locales que vendan pulque, sólo si te vas a las orillas de la ciudad o en pueblitos del estado de México es más posible encontrar la venta de pulque.

- ¿Has notado un cambio en la demanda del pulque en la actualidad?

R: pues sí noté que ya ha habido una demanda normal o en aumento ya que, pues yo mismo hago del conocimiento a mis conocidos o amigos de tomar pulque, en años pasados eh con lo de la pandemia si fue una baja porque esta es una bebida que debe de tomarse en el momento y pues no se disfruta tanto pasar por ella y llevársela a que vengas aquí a la pulquería y el ambiente, la botana, entonces sí ha tenido como unos cambios, pero sigue siendo constante

6. Impacto Social

- ¿Cómo crees que es la percepción que tienen de ti al ser consumidor de pulque?

R: la verdad una perspectiva pues la verdad como de una bebida de una clase baja que igual aquí en la pulquería he visto que vienen chavos que se ven de dinero y pues igual para ellos puede ser como algo novedoso entonces pues pienso yo que la percepción pues mía saben que me gusta el pulque y yo hacia los demás pues igual los identificó como personas que les gusta el pulque, así como hay personas que les gusta el tequila o el mezcal a mí me gusta el pulque.

7. Cierre:

- Invitar al entrevistado a compartir cualquier aspecto adicional que considere relevante.
- Agradecimiento por su tiempo y participación en la entrevista.

Guía de Entrevista para consumidores de pulque en pulquerías que se encuentran en el centro histórico de la Ciudad de México

Características Sociodemográficas

Nombre: Miguel Márquez Álvarez Sexo: Hombre Edad: 26 años

Ocupación: Estudiante

1. Introducción:

- Saludos cordiales y presentación: Explicación del propósito de la entrevista.
- Agradecimiento por su disposición a participar y contribuir con su experiencia.

2. Antecedentes de Consumidor:

- Preguntas introductorias sobre su consumo del pulque
- Lugares preferentes de consumo

3. Experiencia al consumir pulque

- ¿Cómo describirías tu experiencia cuando probaste el pulque por primera vez?

R: fue una experiencia buena, me gusto el sabor, fue una sensación que me gusto, el natural es bueno, pero prefiero casi siempre tomar los curados de nuez y fresa, me agradan más las bebidas dulces

- ¿Cuáles consideras que son las principales cualidades por las que prefieres consumir pulque?

R: porque es económico, aparte es saludable, fuera de emborracharte te da cosas buenas, es como un yakult o mejor, una vez que tomas al otro día te suelta del estómago eso es algo malo, te limpia el estómago entonces pues a pesar de que te genera un estado de borrachera te ayuda a limpiarte o desintoxicarse

- ¿Consideras que el pulque te genera una identidad como consumidor?

R: soy un consumidor de pulque y claro que el tomar me genera una identidad, claro más si son los curados, el natural o blanco no lo desprecio, pero si no hay curados bueno, me tomo un litro de natural.

- ¿Cómo conociste esta pulquería?

R: Por unos amigos de la carrera, ellos ya frecuentaban la catedral del pulque, casi no salía con ellos, pero un día me convencieron de salir, al principio dije como que pulque, pero cuando lo probe me gusto el sabor, luego me tome un curado y me agradaron los 2.

- ¿Frecuentas esta pulquería y por qué?

R: si la frequento, me agrada el ambiente, un curado de nuez o fresa de preferencia acompañado de una buena música es lo mejor, claro los viernes saliendo de la uní venir con mis amigos y acompañado de mi novia son lo mejor.

4. Conocimiento sobre el pulque

- ¿Conoces los beneficios que tiene el consumir pulque a comparación de otras bebidas embriagantes?

R: si los conozco, te digo que es mejor que un yakult, es una bebida que digamos que está viva o bueno, que te aporta algo bueno a tu organismo, imagínate la cerveza o el tequila no te aportan nada bueno, bueno si felicidad al momento, pero a tu organismo no, que igual el mezcal si es mucho mejor para el cuerpo humano que otras bebidas, por eso yo consumo pulque o mezcal, pero prefiero más al pulque por el ambiente y el precio, es algo que atrae más.

- ¿Cómo describirías tu experiencia consumiendo pulque?

R: las experiencias que ha tenido son buenas, voy siempre con amigos, con familia con mi novia, entonces como te comento prefiero venir a esta pulquería por los curados y por el ambiente, sino también que es algo accesible en cuanto al precio.

- ¿Consideras que el pulque tiene gran importancia dentro de la cultura mexicana como identidad?

R: por supuesto que tiene una gran importancia ya que es algo que nos identifica como un pueblo o una cultura prehispánica y pienso yo que el pulque es una seña cultural que ha sobrevivido demasiado tiempo, así como otros países tienen sus bebidas México también tiene a su bebida que nos representa fuera del país, lo malo es que ha tenido una historia que representa más a la clase baja por el hecho de ser una bebida barata.

5. Desafíos del pulque

- ¿Cómo crees que el pulque ha sobrevivido tanto tiempo dentro del mercado de bebidas embriagantes?

R: pues pienso que ha sobrevivido porque se ha adaptado o modificado a lo que cliente va pidiendo hace poco un amigo me comentaba que en un viaje que tuvo con su familia conoció en un pueblo las paletas de pulque, que sabían muy buenas entonces pienso que ha sobrevivido tanto porque es un consumo que se puede pasar de generación en generación ya sea de los abuelos a los nietos o de los padres a los hijos, igualmente entre los jóvenes se va difundiendo el consumo y las bondades que tiene, algunos no les gusta principalmente por la viscosidad que tiene el pulque

- ¿Cuáles consideras que son los mayores desafíos que enfrenta el pulque frente a otras bebidas embriagantes?

R: pienso que el mayor problema es que es una bebida que no tiene mucha propaganda a comparación de otras que no podemos ver anuncios de esta bebida o incluso porque no se ha digamos que industrializado entonces son variados los sabores eh las texturas entonces como es un mercado que está muy amplio pues es un desafío abastecer los establecimientos, ya que el producir un buen pulque tiene toda una magia detrás. Igual las generaciones se empapan de estas bebidas nuevas que salen en el mercado como son el kosaco, viña, oh lo qué está de moda, las micheladas han tenido un gran auge.

- ¿Has notado un cambio en la demanda del pulque en la actualidad?

R: no te podré decir con exactitud pero yo he notado que aquí en la pulquería justamente los viernes son los días en que hay más jóvenes más chavos, así como una mezcla entre adultos y jóvenes entonces pienso yo que el pulque es el agrado de los jóvenes por esos que vienen o también por el ambiente porque te comento que el ambiente es muy bueno aquí en la catedral del pulque entonces pienso que la demanda no ha aumentado o disminuido sino que es constante ya que si no fuera así estos lugares habrían cerrado. Incluso con lo de la pandemia aun así los clientes estuvieron aquí pasando solo por pedido entonces pues si se ha adaptado a las circunstancias y pues la demanda sigue constante sino como te digo ya hubieran cerrado.

6. Impacto Social

- ¿Cómo crees que es la percepción que tienen de ti al ser consumidor de pulque?

R: pues es una percepción de que me gusta el pulque, pienso que no tiene nada de malo, aunque como tenía una historia de que esto solo es consumido por la clase baja, es visto como algo malo pero a mí me gusta demasiado el pulque justamente los curados de nuez, igual la familia de mi novia le gusta el pulque, entonces es algo que nos une o tenemos gustos en común por eso pienso que la perspectiva que tienen de mí ha de ser de alguien borracho o alguien de una clase baja pero eso no me perjudica.

7. Cierre:

- Invitar al entrevistado a compartir cualquier aspecto adicional que considere relevante.
- Agradecimiento por su tiempo y participación en la entrevista.