

La Habana, 2003
Encuentro Internacional de Escuelas de Diseño

Título: El Tequila: lineamientos de diseño

Autor: Alberto Rossa Sierra, MDI
Universidad de Guadalajara, México

El Tequila es para México en lo general y el estado de Jalisco, en lo particular, un producto que representa y sintetiza la imagen de nuestra cultura. Fruto de la mezcla de lo indígena y lo español, lo local y lo extranjero, una perfecta simbiosis, un mestizaje completo.

Desde tiempos precolombinos los indígenas nahuas conocían las bondades del pulque y el aguamiel: jugos fermentados extraídos de los agaves y magueyes del imperio azteca.

Este rico brebaje, conocido como pulque era destinado a las grandes festividades, a los altos miembros de la realeza, sacerdotes y ancianos, quienes podían beberlo con moderación, de hecho, la embriaguez era mal visto en las culturas precortesianas. La diosa Mayahuel, era quien había traído desde alguno de los trece cielos del panteón azteca la bebida sagrada, por lo que, se le reverenciaba siempre que se ingería.

Es hasta que los españoles arriban al nuevo mundo, que se prohíbe la producción de fermentados y licores, para favorecer las importaciones de la corona, por lo que el nacimiento del tequila debió aguardar 300 años hasta el triunfo de la independencia.

Un nuevo producto que recoge viejas prácticas mediante un proceso que ya no va a estar en manos de las comunidades indígenas. La destilación quedó en manos de los españoles, quienes iniciaron una actividad productiva que se vinculó al mercado más temprano que tarde. Se inició así el desarrollo de plantaciones propiamente dichas. Para el siglo XVII y XVIII, eran indiscutiblemente los hacendados españoles quienes detentaban los recursos económicos necesarios para desarrollar este proceso productivo y generar el inicio de especialización en la región.

Hay que señalar que no sólo la planta que le da origen y por supuesto, los conocimientos respecto a su tratamiento agrícola constituyen la herencia prehispánica, también forman parte de esta herencia algunas técnicas del proceso de transformación como la cocción o tatemación. Los españoles intervinieron sólo al final del proceso introduciendo la destilación, vieja práctica europea de origen árabe.

Es así que, a diferencia de los anteriores cultivos y productos que podemos considerarlos como ibéricos, el tequila se agrega como un producto mestizo al patrón de consumo del país.

Sin lugar a dudas que durante los primeros doscientos años de existencia de la industria del tequila obtuvo un crecimiento modesto, su escasa difusión en este periodo no es una casualidad, ya que en pleno auge del dominio colonial no podía ser menos que un producto marginal a la agricultura europea, prohibido como lo fueron durante la colonia esta y otras bebidas ya que "...la elaboración de aguardientes fue

pertinazmente prohibida para favorecer la importación de "caldos, vinos y aguardientes" españoles".

Es importante subrayar que al igual que las manufacturas desarrolladas en Jalisco la industria del tequila tuvo un origen artesanal, parte importante del proceso productivo fue una herencia prehispánica, su surgimiento resulta similar y puede como hemos dicho entenderse en el marco del Jalisco del siglo XVIII.

Sin embargo, su difusión no fue mayor que a la región de Tequila y la capital del estado: Guadalajara. Las primeras ventas fuera de la región se dieron hacia la zona minera de Guanajuato, donde los mineros buscaban ahogar sus penas con bebidas fuertes. Durante 200 años la venta del vino-tequila se presentó a granel siendo su distribución en barricas o toneles de poca capacidad, apenas para poder ser cargada a lomo de burro.

Los primeros envases

En los cuales se comercializaba el vino de mezcal, eran barricas de madera, siguiendo la usanza española de conservar los vinos en barricas. Esto para efectos de maduración no tiene ningún sentido, ya que al ser el tequila un doble destilado es muy difícil que cambie de manera natural su color o aroma, tal y como lo hacen los vinos de uva. Sin embargo, por la tradición vitivinícola, el uso de la barrica o tonel fue lo que prevaleció hasta fines del siglo XIX, además la industria del vidrio en México tardó en desarrollarse.

Todo intento por establecer una industria vítrea en la Nueva España, por pequeña que fuese, se veía obstaculizado con severos impuestos por parte de la corona española, al tiempo, debido a la abundancia de la plata en México, el vidrio no reemplazó fácilmente el uso de vajillas metálicas entre las familias acomodadas. La población indígena y otros sectores sociales continuaron utilizando vasos y recipientes de cerámica, porcelana y madera primordialmente, y asimilaron la costumbre del uso del vidrio de forma paulatina.

Por otra parte la escasez de la "barrilla", variedad vegetal esencial para la producción del vidrio mexicana, así como la crisis que afectó al vidrio español durante el siglo XVII, y casi lo llevó a la bancarrota, se reflejó también en las colonias americanas. Por último, a diferencia de varias naciones europeas que contaban con establecimientos protegidos por los monarcas o por el estado, en México no hubo una fábrica "oficial" para la elaboración del vidrio durante los tres siglos de virreinato. En consecuencia, el vidrio mexicano continuó trabajándose en forma artesanal y en pequeños talleres.

Los primeros envases de vidrio para conservación de vinos y licores fabricados en México, son unos botellones obtenidos mediante el proceso de soplo en vidrio verde. Se les conoció popularmente como "damajuanas" o "damasanas", siendo el primer nombre el más común. Normalmente la capacidad de estos botellones es de 20 litros aproximadamente, y se utilizaron para conservar alcoholes, vinagres, vinos, destilados y solventes. Era muy común en las boticas el uso de estos recipientes, por lo que fácilmente se introdujeron a la hacienda tequilera. Se fabricaban originalmente en Monterrey, en la recién inaugurada Vidriera Monterrey (1901), ya que en Jalisco el único taller de vidrio, el taller de la familia Ornelas, se dedicaba a la creación de piezas decorativas y pequeños recipientes, tales como, perfumeros, jarras y vasijas. (figura 1)



Para su fácil transportación y almacenamiento, las damajuanas fueron dotadas de estructuras metálicas o de madera para asirse al cargar. Sin embargo, para el tequila especialmente, se confeccionaron "botas" o tejidos en carrizo, otate y mimbre, siendo este último el que más resistía, para su transportación por los arrieros desde las destilerías de Tequila hacia Guadalajara, el Puerto de San Blas y el Bajío, zonas de consumo de vino-mezcal.

Este tipo de botellones se continuó utilizando hasta entrado el siglo XX, cayendo en desuso al desaparecer los arrieros y sus sistemas de distribución a "lomo de caballo". Sin embargo, la introducción del Tequila en botellas etiquetadas para su venta al menudeo fue muy lenta, ya que, la costumbre era la venta a "granel".

La creación de la primera botella de tequila corresponde a Don José Cuervo, quien en 1845 para festejar el primer cincuentenario de la creación de la destilería "La Riojeña" decide regalar a sus clientes y amigos producto envasado. Para ello, encarga la fabricación de botellas de cerámica, siendo éstas las primeras botellas de tequila. La forma de estas botellas recuerda más un contenedor de perfume que de licor, no presenta etiqueta, sino que llevan marcadas en las paredes laterales el nombre "José Cuervo" y la palabra "Cincuentenario". (figura2)



La aparición de la primer etiqueta corresponde también a Don José Cuervo, quien para la exposición de 1888 de Artes y Oficios en Guadalajara, exposición realizada a la usanza de las exposiciones europeas tan en boga a fines del siglo XIX, fabrica en cerámica otro modelo de botellas, a las cuales les integra su escudo heráldico, creando con esto, la primer etiqueta. (figuras 3y4)



La misma destilería encarga a principios de siglo un embarque de licoreras a Alemania, siendo este el primer envase de vidrio para tequila, lamentablemente, aún no hemos localizado ninguna muestra.

Desde entonces y a muy pequeña escala se fueron introduciendo poco a poco botellas de tequila, sin embargo, existía una limitante muy grande, siendo que no existía en la región una fábrica de vidrio que soportara la demanda que la industria del tequila requería, implicando traer botellas desde la capital del país, lo que encarecía el proceso de embotellado.

Es hasta 1949, con motivo de la gran adulteración de tequila que se practicaba, que se emitió una disposición de carácter federal que obligaba a todas las empresas a vender su producto envasado y no en barriles. Tuvieron que pasar varios meses para que todos los industriales del tequila acataran esta disposición; esta nueva norma creó dificultades a grandes y pequeños industriales, sobre todo a estos últimos, pues les exigía realizar inversiones en maquinaria, personal y reacondicionamiento de locales donde poder ubicar la envasadora, además de establecer los conductos por medio de los cuales garantizar el aprovisionamiento constante de botellas, corcholatas, etiquetas y cajas de cartón, insumos provenientes de la ciudad de México. Es hasta 1951, con la inauguración de la Vidriera Guadalajara que este problema de suministro de botellas queda subsanado.

El tequila y el cine

Aparejada a la disposición de envasado, se dio un fenómeno social muy interesante que vino a popularizar el consumo del tequila. Este fenómeno es la llamada "era de oro del cine mexicano", aparecida durante la segunda guerra mundial, cuando en Hollywood se dedican a realizar películas de instrucción para la guerra, en el país se dan las condiciones para el auge del cine. Una de las temáticas recurrentes de esa época es el campo y las tradiciones de México, por lo que es casi obligado que en estas cintas aparezca una cantina y al protagonista detrás de una botella de tequila, bebiéndolo "derecho", esto es, "puro" utilizando limón y sal como acompañantes. El cine vino a dar al tequila la mejor publicidad posible, convirtiéndose así, en parte de la identidad nacional, junto con la música de mariachi y la charrería. (figura 5)



La evolución del envase y la etiqueta del tequila en la segunda mitad del siglo XX se dio en forma exponencial, alcanzando su auge en el llamado "boom del tequila" a mediados de los años ochentas. Debido a esta gran demanda y a la aparición de

nuevas marcas, propiciado por los mismos productores, quienes solicitan al gobierno la modificación de la norma oficial, permitiendo la elaboración de tequila con tan sólo el 51% de azúcares provenientes del agave. Hasta este momento el envasado y etiquetado seguía conservando su aspecto tradicional, sobre todo, las marcas que provenían de las destilerías tradicionales.

Sin embargo, por tratar de satisfacer la creciente demanda, el gobierno facilitó la inserción de extranjeros y personas sin tradición en la industria tequilera, lo que resulta en la creación de marcas y envases que rayan en lo ridículo. Algunas de estas marcas, no solo se alejan de la tradición y contexto cultural del tequila, si no además, lo ridiculizan y degradan su fuerte carga de historia y contexto socio-cultural.

Es a través de este estudio, que se encuentra en proceso, que se busca establecer los patrones históricos y culturales que han formado el envasado y etiquetado de la bebida nacional, misma que es considerada dentro y fuera de México como parte intrínseca de nuestra nacionalidad. La intención además, es poder sugerir a las autoridades que regulan esta actividad, directrices de cómo deben ser realizadas las botellas, etiquetas y marbetes, para que, sin coartar la creatividad, no se alejen de los símbolos tradicionales que confluyen en nuestra bebida. Asimismo, se pretende diseñar una serie de botellas, de las cuales, se donarán los derechos de uso a los organismos que aglutinan a los pequeños productores, para que éstos puedan utilizar dichos envases para competir con las grandes productoras.

Primera fase del estudio

Análisis formal de las "damajuanas"

En esta primer etapa de la investigación se procedió a realizar un análisis formal de una "damajuana", para ello se consiguió una pieza antigua que aún se utiliza para almacenar "raicilla", la cual es un mezcal serrano que se produce en la zona de Mascota, Jalisco.

Para el análisis se utilizó el método propuesto por György Doczi en su obra "El orden de las cosas", arquitecto húngaro, estudioso de la geometría y que propone el llamado método dinérgico, el cual se explica a continuación:

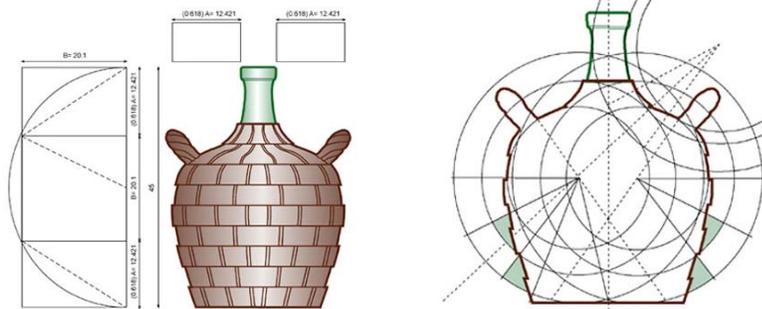
"...El nombre sección áurea (de oro) se debe tanto a la singularidad de esta relación proporcional como al valor característico que se le atribuye. En cualquier línea existe un solo punto donde se la puede dividir en dos partes desiguales de este modo singularmente recíproco; se lo llama el punto de la sección áurea. La total reciprocidad de esta proporción nos impacta, en particular por armoniosa y placentera, lo cual ha sido demostrado desde fines del siglo XIX por numerosos experimentos científicos. También es evidente la preferencia por esta proporción en la normalización de los tamaños de papel, incluso en el papel moneda, los cheques y las tarjetas de crédito, que tienden a reproducirla.

Con frecuencia se ha demostrado que las proporciones de la sección áurea aparecen comúnmente en los patrones del desarrollo orgánico, en particular entre los crecimientos antiguos y nuevos, que se hallan cerca unos de otros. Ésa es la razón por la que el biólogo C.H. Waddington propuso llamar a esta proporción parentesco entre vecinos.

Muchas palabras se refieren a distintos aspectos del proceso de formación según el modelo de unión de los opuestos, pero aunque resulte extraño, ninguno expresa su poder generativo. Polaridad implica los opuestos, pero no indica el nacimiento de algo nuevo. Dualidad y dicotomía señalan división, pero no aluden a la unión. Sinergia indica unión y cooperación, pero no se refiere específicamente a los opuestos.

Ya que no existe un único término adecuado para describir este proceso universal de creación en base a determinado modelo, proponemos una nueva palabra: dinergía, compuesta por los vocablos griegos, día "de un lado al otro, a través, opuesto", y "energía"..."

Utilizando este método, se procedió a la graficación e interpretación de resultados que ha continuación se muestran. (figuras 6y7)



Conclusión

De acuerdo al estudio geométrico y una vez establecidas las proporciones geométricas y las relaciones (derivaciones) dinérgicas, se establece la siguiente conclusión:

La forma de las damajuanas está dada por dos justificaciones, la física y la plástica. La primera corresponde al mundo material, y está dada por el proceso de soplado con el cual se fabricaban estos contenedores; en los cuales el vidrio al rojo se encuentra en un estado plástico de la materia, por lo que al ser soplado, sigue la forma de una gran gota de vidrio fundido. En la naturaleza las formas son bellamente proporcionales y armónicas, por lo que el resultado de esta "gran gota" de vidrio, no podría ser otra que una que sigue los patrones áureos.

La justificación plástica es muy simple, ya que intuitivamente el hombre actúa y razona siguiendo los patrones naturales, los cuales se encuentran dentro de los cánones de la sección áurea. Es muy probable que los creadores de las "damajuanas" al ser un producto artesanal, no repararan en medir y establecer un patrón específico para las botellas, sin embargo, la maestría en el manejo del material y la habilidad en el proceso de soplado les confirió a los recipientes una belleza plástica digna de los mejores ejemplos de la cerámica utilitaria fabricada en la antigua Grecia.

El siguiente paso de la investigación nos deberá llevar a establecer si las botellas de tequila utilizadas durante el período "clásico" (1940-1970), hasta antes del llamado "boom del tequila" que es donde intervienen personas ajenas a la tradición, de alguna manera conservan estos patrones de proporción. Habrá que tomar en cuenta que estas botellas son ya producidas de manera industrial con moldes, ya no de

manera artesanal, sin embargo, algunas como el modelo clásico de José Cuervo establecieron un patrón a seguir dentro de la industria tequilera.

Segunda fase del estudio

Catálogo de botellas

Esta fase se encuentra actualmente en proceso, y consiste en la clasificación de todas las botellas de tequila que han surgido al mercado desde 1845 a la fecha. Como podrá entenderse es un proceso arduo y que implica revisar con coleccionistas, productores y aficionados para reunir la mayor cantidad posible de botellas y etiquetas. Hasta el momento llevamos más de 300 botellas registradas. Obviamente, las más antiguas son difíciles de localizar, más continuamos en la labor.

Conclusión

La participación del diseño en el presente estudio permitirá conocer el desarrollo del envasado y etiquetado de nuestra bebida nacional, aportando a las autoridades lineamientos que permitan en un futuro la creación de normas para la introducción de envases que dignifiquen y reflejen la herencia cultural que nuestra bebida posee y ha ganado a lo largo del tiempo.

Guadalajara, Jal., 15 de junio 2003