

## COMERCIO Y CONSUMO DE VINOS FRANCESES EN MÉXICO. 1826-1872

**Javier Torres Medina  
UNAM-FES ACATLÁN**

En este trabajo pretendemos analizar la correlación de los cambios económicos y los cambios sociales durante el siglo XIX cuando el intercambio comercial con el exterior no sólo se dio en el ámbito de las transacciones, sino que cambió pautas de conducta, hábitos y costumbres. Se ha visto como las costumbres y hábitos de los mexicanos cambiaron al contacto con la cultura europea desde inicios del México independiente. En concreto me interesa ver las relaciones con Francia, el comercio de vinos y su impacto en la sociedad mexicana, principalmente en los estratos altos desde que inician formalmente las relaciones comerciales con Francia hasta la República Restaurada.

Los cambios en la sociedad, como los ha planteado la historia social, se perciben en la vida cotidiana, hábitos y costumbres. Las aspiraciones cosmopolitas de la incipiente burguesía comercial y empresarial, el consumo, los hábitos y el refinamiento fueron elementos que determinaron una nueva forma de “parecer” o aparentar un grado de civilización, cuando el país aspiraba a ser considerado eso, un país civilizado. Las aspiraciones de las clases propietarias de refinamiento y por supuesto de lujo, sofisticación y status, tenían una vía de acceso a través del consumo de productos franceses, desde ropa hasta perfumes y bisutería; muebles y adornos, pero también a través de hábitos como el consumo de bebidas como la champaña o el coñac.

Los estudios sobre el comercio tratan en gran parte sobre las variaciones de la política arancelaria, como lo ha planteado Herrera Canales. Se abunda sobre la polémica librecambismo vs. proteccionismo y sobre los beneficios o perjuicios que pudiera conllevar al desarrollo del país. También se han tocado aspectos aduanales por la importancia que tuvieron estos ingresos para la economía del México independiente. Podemos decir que el país durante varios periodos dependió en gran medida de los aranceles y tarifas e incluso durante las décadas del 30 al 50 se empeñaron anticipadamente las aduanas a los particulares para allegarse préstamos amortizables con los ingresos.

Por otra parte, según Bernecker las estadísticas comerciales son incompletas e inexactas. No existen estudios sobre el comercio interior mexicano que pudiera aclarar cómo se diseminaron las mercancías importadas, así como prácticamente toda el área de la estructura interior del comercio en el siglo XIX mexicano es una gran laguna de la investigación por la falta de estadísticas claras, a pesar de que el vino fue el segundo producto de importación del comercio mexicano después de los textiles. Son pocos los datos que se pueden ir sacando de las estadísticas del comercio como las que ofrece Lerdo de Tejada y las memorias de hacienda de donde se pueden ver los montos de las importaciones, su composición, los tipos de vinos y su introducción en algunas ciudades del interior. La prensa nos dio interesantes datos sobre la venta y distribución de estas bebidas espirituosas así como los precios que determinaban su accesibilidad.

Ante la escasez de estudios sobre el comercio y consumo de vinos en México, echamos mano de testimonios de viajeros y testigos oculares que nos dan

una idea aproximada del hábito de beberlos. Varios de estos viajeros percibieron en el trato cotidiano los cambios en hábitos y costumbres de las élites mexicanas.<sup>1</sup>

¿Qué nos interesa resaltar? Primeramente la entrada de nuevos productos entre ellos los vinos franceses que empezaron a ser cotizados y apreciados por la sociedad mexicana, los montos del comercio de vinos, su importancia en el comercio total con Francia y finalmente su impacto en lo social.

### ***Nuevos productos nuevos consumos***

El consumo de vinos de uva no era raro en la Nueva España. Buenos y apetecibles caldos llegaban de España para el consumo, tintos, jerez y licores de Málaga, eran ampliamente consumidos, ya que el cultivo de viñas en estas tierras, como otros productos, se habían prohibido para evitar la competencia.<sup>2</sup>

La apertura de los puertos mexicanos al comercio extranjero creó un sector externo significativo del cual va a depender la economía nacional. Para bien o para mal al vincularse a los mercados en expansión quedó a merced de la agresividad comercial de las potencias. La situación geográfica del país y su potencial comercial al ser uno de los países más poblados de América española, alentó a las potencias a negociar inmediatamente después de la independencia tratados y acuerdos. Uno de los primeros países que entró en negociaciones con la joven república fue Francia, quién vio el potencial mexicano para sus cotizados productos como los textiles (géneros y ropa) y vinos de mesa, licores y coñacs, que por su calidad pronto fueron indispensables en las casas mexicanas de clase alta. Las bebidas francesas entraron al mercado mexicano por las élites que podían pagar los altos precios. La circulación por el territorio nacional de estos efectos de cualquier origen, empezó a cambiar el paisaje mexicano, lo que ocurrió a la par con el menaje de casas que empezó a servirse de utensilios y objetos decorativos europeos, principalmente franceses.

Cuando se firman los primeros acuerdos con Alexander Martín, a la sazón enviado comercial del Reino de Francia en 1826, uno de los primeros productos que ofrecen los franceses son su apreciados vinos. Los “claretes” de Burdeos, los blancos *chablis* de Dijon, los rojos Beaujolais y Borgoñas y los meridionales del Ródano y Languedoc, sin descontar los cognacs y armagnacs y por supuesto la apreciada champaña. Todos estos vinos tendrán su época de oro en el siglo XIX por varias razones.

A fines del XVII los grandes terratenientes del Médoc empieza a cultivar vid. Hay testimonios de la existencia de los primeros y grandes *châteaux*, como Latour, Lafite y Margaux y para fines del XVIII la lista de las grandes casas productoras de excelentes vinos de redondea con St. Emilion. Es importante ver como los grandes comerciantes del norte de Europa se instalan en Burdeos para ejercer de intermediarios comerciales y los propietarios de los *châteaux*, para llevar sus

---

<sup>1</sup> Bernecker, 1992, pp. 57-58

<sup>2</sup> Henry Ward decía que el país era apto para el cultivo de la vid a pesar de las prohibiciones y textualmente escribía: “No existe duda alguna, sin embargo, de que la vid pueda florecer y de que el vino se pueda hacer casi en cualquier región de México; cualquiera que sea su calidad, no podrá ser peor que la de los corrientes vinos catalanes, con los que hasta ahora ha sido abastecido el país”. Ward, 1981, p.58.

productos a la nueva y pujante clase burguesa del norte de Europa nacidas al calor del desarrollo político e industrial. El desarrollo de mejores técnicas de cultivo de vid, de tecnologías para el embotellado de vino que permitió que se conservaran mejor con todos sus aromas, provocó un incremento en la producción y por lo tanto en el consumo. A pesar de las plagas como la *fixolera* que a mediados del siglo XIX afectó los viñedos franceses, no bajó el consumo de vinos que se mantuvo estable sólo competido por la producción española que había aumentado.

### ***Las primeras negociaciones***

El 8 de diciembre de 1823 Thomas Murphy fue nombrado agente comercial mexicano, sin carácter oficial y sin reconocimiento del gobierno francés. Murphy cuenta que al enterarse por casualidad los ministros franceses de que pasaba por París, mostraron interés de hablar y mantener unas conferencias con él para manifestarle las intenciones pacíficas que tenía Francia con respecto a los nuevos países americanos y de la buena disposición en que estaba su gobierno para entablar relaciones amistosas con ellos con las garantías necesarias. Conocedor de la situación política de Francia y de su influencia que en su gobierno ejercía la Santa Alianza, Villèle (el encargado francés) expuso que Francia tenía intenciones de no mezclarse en la forma de gobierno que tuvieran en América lo que implicaba que no se reconocería, al menos por el momento, la independencia de México.

Aunque Inglaterra era la potencia más fuerte en el comercio con la América recién emancipada, “los hombres de negocios franceses no ignoraban las nuevas posibilidades comerciales de estas jóvenes naciones... que ofrecen un alimento considerable a las especializaciones de Europa”.<sup>3</sup> También se sabía que México era el único país que ofrecía la posibilidad del paso del Océano Atlántico al Pacífico en la ruta Veracruz-México-Acapulco y que era factible construir otro paso en la parte más angosta del territorio: El Istmo de Tehuantepec. Estas noticias entusiasmaron a los comerciantes franceses y, ante las grandes ventajas que se ofrecían en un territorio que por trescientos años había permanecido casi desconocido, ahora se buscaría tender lazos entre Francia y la nueva nación americana que tanto prometía y que quizá podría ser el centro comercial y financiero de aspiraciones trasatlántica de la recién restaurada monarquía francesa.

En 1825 Carlos X permitió el establecimiento de agentes mexicanos en Burdeos, El Havre, Nantes y Marsella, pero no se había reconocido la independencia de México. El gobierno mexicano aceptó reconocer como “agente confidencial facultado para establecer agentes secundarios que cuiden los intereses del comercio francés” a M. Alexandre Martin, quien llegó a México en mayo de 1826. La necesidad de expansión su comercio sobre nuevos territorios, obligaron a Francia a enviar un representante aún sin reconocer la independencia de México, y con esas reservas el agente sólo manifestó que las intenciones de su país eran “pacíficas y de buena voluntad”. Este agente vino con un nombramiento

---

<sup>3</sup> Heers, p. 445.

especial, sin llevar la firma del rey Carlos X, por este motivo Guadalupe Victoria, lo admitió únicamente como agente confidencial. En vista de que las relaciones no eran del todo claras, el ministro de Relaciones de México, Sebastián Camacho, decidió dirigirse a París para negociar personalmente las diferencias. Lo primero que pudo comprobar era que Francia no quería reconocer la independencia de México, por consiguiente las relaciones seguirían siendo de tipo comercial y no diplomático. Este fue un factor importante para que el gobierno México no diera trato a Francia de nación más favorecida. El 8 de mayo de 1827 se firmó un acuerdo que contaba con diecisiete artículos que proclamaban la amistad y el buen entendimiento y se establecían también los derechos y obligaciones de ciudadanos y súbditos de cada uno de los dos países.<sup>4</sup>

A pesar de que México no había logrado el reconocimiento de Francia, era el único país latinoamericano que tenía un agente comercial reconocido y para ese año las exportaciones francesas llegaron a 12 millones de francos.<sup>5</sup> Los primeros artículos que se comerciaron fueron textiles, vinos y licores, papel y artículos de fantasía. De México importaban caoba, papel, café, vainilla, cochinilla y otros productos exóticos. Para 1831 el Barón Deffaudis, ministro de comercio, informaba que México ocupaba el cuarto lugar entre los países con los que comerciaba, después de Estados Unidos, Inglaterra y España. Añadía que con excepción de Estados Unidos, México era el que más productos franceses consumía. Para ese entonces se calculaba el comercio global entre ambos países en 28 millones de francos (5 millones y medio de pesos).<sup>6</sup>

### ***Inicio del tráfico comercial***

De los puertos franceses el que más entusiastamente comerciaba con México era Burdeos. Por su situación, lideraba el comercio de Francia con México, habiendo ocupado el lugar que tradicionalmente había detentado Cádiz. Además, después de la independencia muchos españoles dejaron México y se refugiaron en Burdeos, junto con la clase comercial local, simpatizantes de la monarquía borbónica al mismo tiempo que del *laissez-faire*, impulsaron el comercio marítimo. La presencia de Tadeo Ortiz de Ayala, entusiasta promotor de la colonización extranjera, principalmente en Veracruz, contribuyó también a establecer relaciones más estrechas.<sup>7</sup>

El puerto francés desde hacía varios siglos se había convertido en el principal centro de comercio del vino, el cual desde el siglo XVII se empezó a vender en botella de cristal y con tapón de corcho, con lo que se permitió que durase en buenas condiciones durante varios años, lo que incidió directamente en

---

<sup>4</sup> Penot, 1975, p. 72

<sup>5</sup> Barker, 1979, p. 10.

<sup>6</sup> Ibarra Bellón, 1998, p.127. Según los datos de Lerdo de Tejada el total del comercio con Francia en 1831 llegaba a 24 millones de francos (aproximadamente 4 millones de pesos).

<sup>7</sup> En 1829 el presidente Vicente Guerrero nombró a Tadeo Ortiz de Ayala cónsul de la República Mexicana en Burdeos, en donde continuó su labor de promover la colonización de la región de Coahuila. Al mismo tiempo terminó su obra más importante, *México considerado como nación independiente y libre*, impreso en aquel puerto en 1832. Ortiz de Ayala, p. XII; Charpenne, 2000, p. 14.

el éxito de su distribución y consumo. El predominio de Burdeos en el comercio con México se ve en el siguiente cuadro:

Puerto	Porcentaje
Burdeos	63.3
El Havre	24.1
Marsella	4.9
Nantes	4.1
Otros	3.6

FUENTE: *Journal du Havre*, en Ibarra Bellón, 1998, p. 129.

Para mediados del siglo XIX ya existía un amplio comercio efectuado por residentes franceses. Según Mathieu de Fossey en 1856 había entre 4 y 5 mil franceses en México dedicados a diversas ocupaciones entre las que descollaba el comercio. El 40% de los residentes se dedicaba a esta actividad, principalmente los famosos barcellonettes.<sup>8</sup>

En el siglo XIX la composición de las importaciones europeas estaba basada en productos agrícolas y materias primas que ocupaban un lugar importante. Las importaciones crecieron durante el siglo por los requerimientos de vestido y alimento que demandaba una población creciente. Los principales productos que México exportaba a Francia eran algodón, azúcar, seda cueros y pieles. La producción y exportación de lana se incrementó a partir de 1830. Para 1875 la composición de la masa mercantil no varió, solo que ahora se exportaba más lana y seda. Lo que Francia exportaba a México lo vemos en el siguiente cuadro:

1830		1875	
Ropa de seda	25	Ropa de seda	10
Ropa de algodón	12	Ropa de lana	7
Vinos	8	Vinos	6
Ropa de lana	6	Artículos de seda	3
Pieles preparadas	4	Artículos de fantasía	3
Ropa de lino	2	Pieles preparadas	2
Artículos de fantasía	1	Ropa de algodón	2
Otros	42	Otros	67
Total	100	Total	100 <sup>9</sup>

<sup>8</sup> Barker, 1979, p. 126.

<sup>9</sup> Herrera Canales, 1977, p. 17.

De hecho el comercio francés con México siempre fue boyante, aunque tuvo sus altas y bajas que coinciden con conflictos, bloqueos y malas relaciones. Desde el principio la falta de interés del gobierno francés para el reconocimiento, los problemas con los residentes, los problemas diplomáticos, el bloqueo en la famosa “Guerra de los Pasteles” y la intervención directa, hicieron fluctuar los montos del comercio, como lo podemos ver en el siguiente cuadro:

**CUADRO 3**

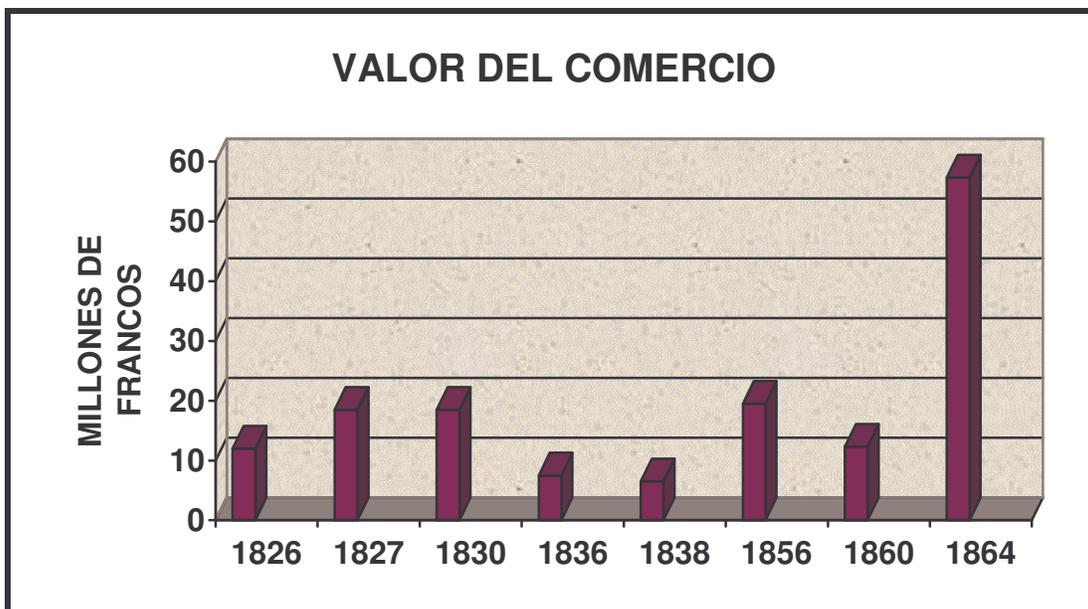
**VALOR DEL COMERCIO MÉXICO-FRANCIA**

	Importaciones de México a Francia	exportaciones de México a Francia
1825	2.095.000	18.399.000
1826	3.091.000	14.302.000
1827	5.447.00	14.925.000
1828	6.763.000	9.992.000
1829	8.089.000	9.734.000
1830	5.900.000	23.227.000
1831	3.706.000	20.353.000
1832	7.877.000	13.400.000
1833	5.341.000	15.027.000
1834	6.744.000	12.041.000
1835	7.093.000	17.301.000
1836	8.704.000	9.500.000
1837	7.112.000	9.638.000
1838	4.415.000	8.177.000
1839	4.579.000	11.342.000
1840	7.389.000	13.994.000
1841	5.947.000	12.653.000
1842	5.254.000	11.407.000
1843	6.922.000	11.944.000
1844	7.382.000	13.823.090
1845	7.789.000	12.702.000
1846	7.388.000	10.397.000
1847	1.735.000	3.402.000
Totales	136.765.000	297.640.000

No se incluye las exportaciones de plata y oro

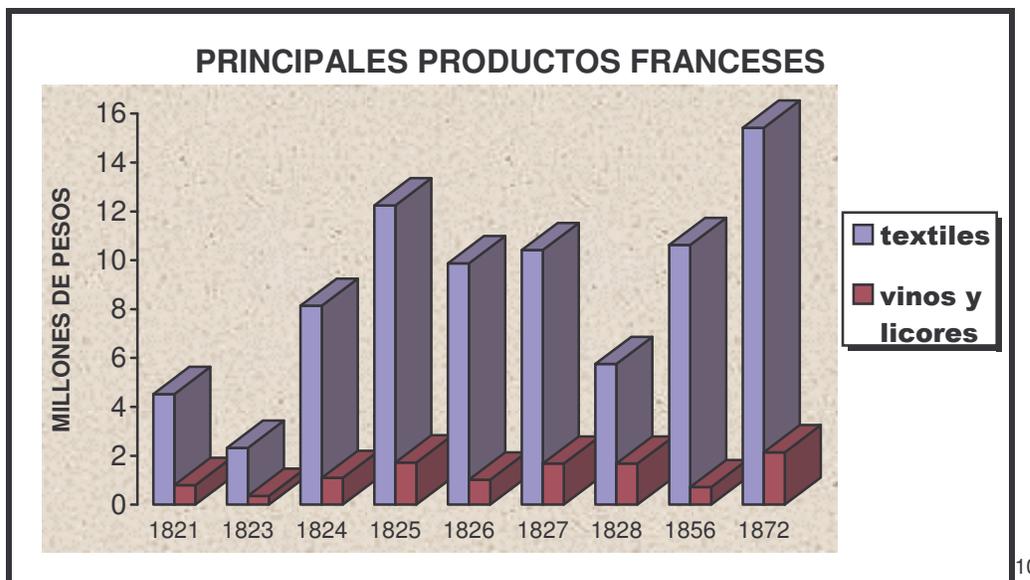
FUENTE: Lerdo de Tejada, 1967.

El espectro del comercio lo podemos completar hasta el Segundo Imperio con la siguiente gráfica:



Los dos puntos álgidos y difíciles de las relaciones entre los dos países se ven claramente e impactaron definitivamente los montos del comercio. Al final se aprecia un repunte en total del valor del comercio por las relaciones del Segundo Imperio con el de Napoleón III.

¿A cuánto ascendía el valor del comercio de vinos y cuál era su proporción con el total del valor del comercio? Para responder a esta pregunta tenemos datos fragmentarios, pero que sin embargo nos permiten ver un constante incremento en la exportación y por lo tanto en la aceptación de este producto. En la siguiente gráfica podemos observar la relación entre el comercio de vinos y el producto de más demanda en el mercado nacional:



También gráficamente se aprecia el impacto de los conflictos en las fluctuaciones del intercambio. El aumento en el último año registrado se debe a la disminución arancelaria decretada durante el gobierno de Benito Juárez, lo que favoreció definitivamente el monto del comercio.

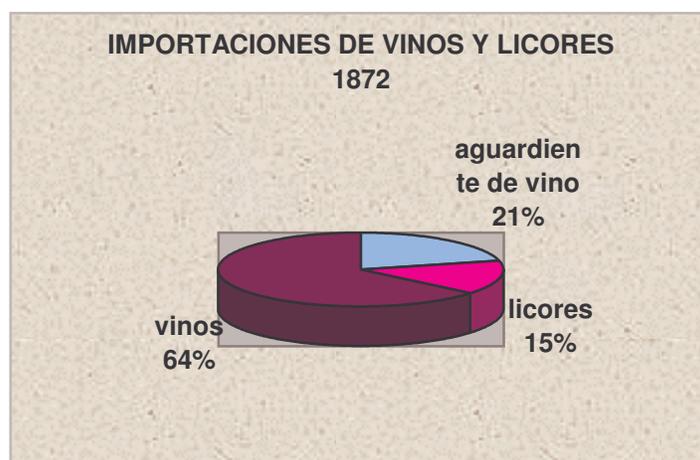
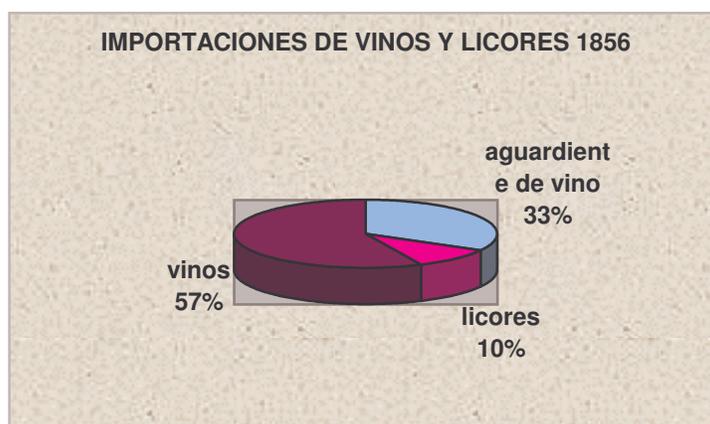
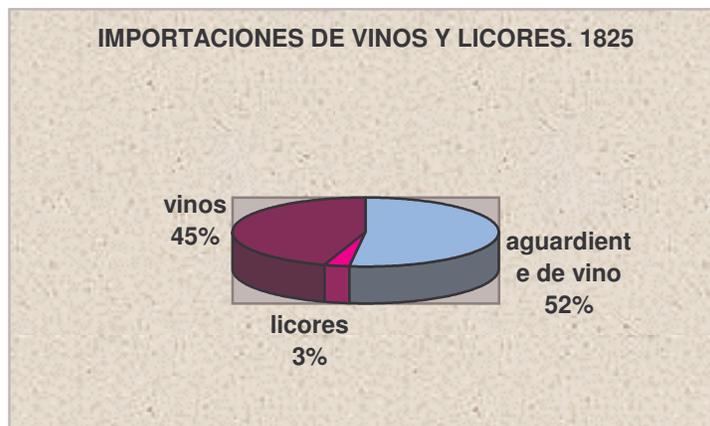
A pesar de que en 1827 el porcentaje del valor de los vinos representaba el 11% con respecto a los textiles y en 1856 el 4%, hubo un aumento en la cantidad del volumen de importación. Más de la mitad de ellos eran vinos: tintos, blancos y espumosos. El vino tinto y blanco son los que más se compraban, aunque el tinto se consumía más. Su importación crece durante el periodo. En los aguardientes estaban contemplados los coñacs. Hasta 1873 los vinos continúan siendo el primer producto alcohólico de importación y en segundo lugar el aguardiente de uva <sup>11</sup> en cantidades superiores a otras bebidas alcohólicas como la ginebra y el whisky.

En la composición de las importaciones de vinos y licores vemos la aceptación de los tipos de vino que deja entrever los gustos del público, como lo podemos apreciar en la siguiente serie de gráficas::

<sup>10</sup> Herrera Canales, 1977, p. 26. Los cifras son las siguientes:

	1821	1823	1824	1825	1826
Artículos textiles	4.527.673 (63)	2.320.258 (59)	8.136.720 (69)	12.246.115 (64)	9.878.025 (64)
Vinos y licores	801.790 (11)	358.066 (9)	1.095.972 (9)	1.727.806 (9)	1.018.888 (7)
	1827	1828	1856	1872	
	10.417.549 (70)	5.754.655 (58)	10.624.254 (60)	15.419.153 (52)	
	1.067.630 (7)	1.677.495 (17)	714.180 (4)	2.144.144 (7)	

<sup>11</sup> Herrera Canales, 1977, p. 43.



Tenemos una noticia de mercancías extranjeras introducidas en la ciudad de México de enero de 1834 a diciembre de 1838, en particular los vinos y licores franceses que arrojaron las siguientes cifras:

315 canastos de vino de champaña  
 8 cajas de botas para vino  
 27 barriles de cognac  
 1146 cajas de licores  
 24.068 barriles de vino  
 46.396 cajas de vino.<sup>12</sup>

La venta de los vinos recién llegados se anunciaban en los periódicos y se avisaba que algunas casas comerciales habían recibido sus dotaciones. A los señores Cabanillas y Durandeu se les consignaron 740 cajas de vino tinto, 31 cajas de licores y 50 canastos de anisete y a M. Blencé, 8 barricas de vino que ponían a disposición de la gente que quisiera adquirirlas.<sup>13</sup>

Para apreciar los niveles de consumo tenemos algunas cifras sobre la cantidad y el valor de vinos comercializados en la ciudad de México

CUADRO 4							
VALOR DE LOS VINOS INTRODUCIDOS LEGALMENTE A LA CIUDAD DE MÉXICO							
Producto	peso	1843		1844		1845	
		cantidad	valor*	cantidad	valor	cantidad	valor
Vino blanco en barril	arobas	6814	54.512	6706	50.295	5277	42.216
“ embotellado	“	1507	12.056	1423	11.737	874	8.749
Vino tinto en barril	“	5438	38.066	6387	42.815	4570	33.132
“ embotellado	“	2331	30.317	7787	56.455	5823	52407

\* En pesos

FUENTE: Lerdo de Tejada, 1967.

Estos datos nos dan idea del consumo de estas bebidas y para su distribución al interior de la República hay datos para Puebla, Guanajuato, Querétaro, Guadalajara, San Luis Potosí y Monterrey, aunque son escasos y fragmentados, además están incluidos vinos de todas clases.

Los vinos franceses no eran accesibles al gran público, sino sólo para las clases altas, propietarios y una incipiente burguesía industria y comercial. Pero ¿Qué tan caros eran? El vino se traía en barricas, se vendía a granel, pero también se importaba vino embotellado de marca que era más caro. En un anuncio de venta de vino de Burdeos embotellado de calidad superior *St Stephe Medoc* y *St. Julien Medoc* costaban 14 y 15 pesos fuertes la caja de doce botellas, por lo tanto una buena botella de Burdeos tenía un costo que fluctuaba entre 1 y 2 pesos.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Lerdo de Tejada, 1967.

<sup>13</sup> *Diario del Gobierno*, 19 de marzo de 1838, núm. 1054.

<sup>14</sup> *Diario del Gobierno*, 16 de abril de 1839, núm. 1448. Si consideramos los salarios de la época, por ejemplo un trabajador común, ganaba 300 pesos al año, comprar una caja de vinos significaba una quincena de su trabajo aproximadamente.

### ***Impuestos al vino francés***

La política arancelaria que llevaron a cabo los gobiernos mexicanos afectaron de manera importante al comercio. Durante el periodo entre 1821 y 1880 el carácter proteccionista se evidenció en la larga lista de artículos prohibidos o gravados.<sup>15</sup> En el periodo se establecieron 11 aranceles de aduanas exteriores. De hecho las tarifas arancelarias afectaron notablemente el comercio en particular de los vinos que fueron particularmente gravados. La tarifa de 1827 afectó a los coñacs y brandies que a pesar de no tener, por su calidad, sustituto en el mercado, debían pagar 150% respecto a su valor y otros vinos el 260%.<sup>16</sup>

Durante algunas administraciones, principalmente del régimen centralista, el sistema tributario fue pesado para el comercio por el sentido recaudatorio y proteccionista que quería imponer, lo que hizo que el sector comercial se manifestara inconforme en repetidas ocasiones considerando injustas y desproporcionadas las medidas del gobierno. Por otra parte se hizo difícil la circulación de mercancías por el número y diversidad de gravámenes. Durante la administración centralista de Bustamante (1837-1841) los aranceles fueron muy altos además de que se decretaron impuestos sobre artículos de lujo (1841) y posteriormente incluidos por Trigueros en su paquete fiscal de 1842.

El ministro de Hacienda Lebrija esperaba para el año fiscal 1837-1838 un deficiente de 17 millones aproximadamente.<sup>17</sup> Para remontarlo el ministro concibió un proyecto basado principalmente en contribuciones indirectas mientras se terminaba de reorganizar la hacienda pública. En el artículo 1° del proyecto presentado al congreso pretendía aumentar las alcabalas un 4%, un 1% a los aguardientes, licores y vino mezcal, 3% a los derechos de consumo a productos extranjeros y el 4% a vinos y licores extranjeros (decía que el cobro sería de acuerdo a la ley del 24 de agosto de 1830). El impuesto a los productos extranjeros era el más alto.<sup>18</sup>

En la cámara de diputados se inició una discusión acerca de la pertinencia del cobro de estas contribuciones y la derogación de las directas en diciembre de 1838. Los diputados afirmaban que por la disminución y abolición de algunos impuestos al consumo se habían perdidos derechos por 300 mil pesos anuales, “resultando tan funesta y terrible consecuencia de que exhausto el erario público, e incapaz de llenar sus atenciones, se halla echado mano de préstamos tan ruinosos...”, por lo tanto se tenían que permanecer incluso los “de vicio y de gusto, como los vinos, aguardientes y otros licores” y que los productos extranjeros y nacionales quedasen igualados en 16% en su circulación interior.<sup>19</sup>

El 26 de noviembre de 1839 se decretó la ley llamada del 15% al consumo de efectos extranjeros, cuyo primer artículo decía:

---

<sup>15</sup> Herrera, 1984, p. 194.

<sup>16</sup> Ibarra Bellón, 1998, p. 130.

<sup>17</sup> *Memoria*, 1837, p. 2.

<sup>18</sup> *Diario del Gobierno*, 16 de octubre de 1837, núm. 900.

<sup>19</sup> *Diario del Gobierno*, 15 de junio de 1838, núm. 1142.

Entretanto se arreglan las contribuciones interiores en la República, se exigirá a géneros, frutos y efectos extranjeros, desde el día siguiente a la publicación de esta ley, en el lugar de cada administración, rectoría o subreceptoría de rentas terrestres, un quince por ciento de consumos...<sup>20</sup>.

Aunque se decía que se cobraría el 15%, sólo era el 5% añadido al 10 que ya se cobrara. Los comerciantes y la oposición al régimen argumentaron que el impuesto era oneroso, que se había hecho precipitadamente y sin reflexión, que acabaría con el comercio, aumentaría el contrabando, causaría revoluciones y que traería problemas con las potencias extranjeras.<sup>21</sup>

Para evitar los problemas, el 17 de diciembre se comenzó a discutir una iniciativa del gobierno que daba ciertas concesiones al comercio. En el artículo 1° se establecía que se concedía al comercio la gracia de que el aumento del 10% se cobrara en cada Departamento al mes de publicada en sus respectivas capitales.

Ésta fue una concesión importante, pero los enviados extranjeros y los comerciantes en general, con la regla de comprar lo más barato posible y vender lo más caro que se pudiera, abarrotaron sus bodegas de productos extranjeros durante el mes de gracia otorgado y siguieron presionando al Congreso para que derogara la ley de noviembre completamente. Cínicamente, a finales de 1840, los comerciantes decían que el comercio extranjero se había paralizado desde la publicación de la ley, pero la prensa oficial se preguntaba que cómo no se iba a paralizar si tenían las bodegas repletas de productos.<sup>22</sup>

El resultado del impuesto se muestra en el siguiente cuadro:

<b>CUADRO 5</b>			
<b>DERECHOS DE CONSUMO SOBRE EFECTOS EXTRANJEROS</b>			
<b>ADUANAS MARÍTIMAS. 1840</b>			
DEPARTAMENTO	AL 5% DE INTERNACIÓN SOBRE EFECTOS DE CONSUMO	AL 10% DE ID. SOBRE LICORES EXTRANJEROS	PRODUCTOS LÍQUIDOS
VERACRUZ	975.643	62.002	1.037.645
SANTA ANNA			
DE TAMAULIPAS	136.600	8.534	145.134
MATAMOROS	32.590	216	32.807
MAZATLÁN	23.774	2.356	26.130
SAN BLAS	37.522	2.608	40-131
GUAYMAS	5.264	363	5.628
TABASCO*	1.883	508	2.391
CAMPECHE**	1.593	38	1.631
ACAPULCO	5.246	899	6.145
ADUANA DE MÉXICO***	1.403		1.403
<b>TOTALES</b>	<b>1.221.518</b>	<b>77 524</b>	<b>1.299.042</b>

\* Datos de enero a septiembre.  
 \*\* de 1° de enero hasta 19 de junio.  
 \*\*\* Por consumo de varias aduanas marítimas

FUENTE: AGN. Hacienda Pública, r. *Contribuciones Directas*, caja 43.

<sup>20</sup> Dublán y Lozano, III, p. 667; Sordo, 1993, p.348.

<sup>21</sup> Véase. *LAF Representación...* 1840.

<sup>22</sup> *Diario del Gobierno*, sesión del 23 de diciembre de 1839.

Los ingresos líquidos de esta contribución significaron una entrada considerable para el erario, aún más que otras contribuciones como las directas. El total del comercio exterior en aduanas marítimas y fronterizas contabilizado en 1841 fue de 5.544.065 pesos.<sup>23</sup>

El sistema fiscal se tornó menos rígido a partir de 1856, pero fue hasta 1872 cuando se permitió la entrada y salida de toda clase de productos libres de la carga de aranceles. El sistema arancelario experimentó en la época liberal algunas modificaciones que disminuyeron las prohibiciones y una simplificación del sistema recaudatorio, pero siguieron gravando al comercio exterior.<sup>24</sup>

Después de innumerables impuestos a la circulación de mercancías, pautas de comisos, alcabalatorios, etc., al comenzar la década de 1860 Benito Juárez eliminó las pautas de circulación de mercancías, aunque dos años después de restablecieron las disposiciones anteriores, hubo un incremento en el comercio y en particular en los vinos, lo que sin duda aumentaría el consumo, pero esto sería un factor a comprobar y para saber si la disminución de impuestos estuvo en relación directa con el consumo y la aceptación de los vinos o era independiente y la gente los bebía aunque tuvieran altas tasas de impuestos.

En 1868 la introducción de vinos a la ciudad de México reportaba las siguientes cantidades:

Vino tinto en barril.....	494.009	libras
Vino tinto en botella.....	263.253	
Vino blanco en barril.....	241.682	
Vino blanco en botella.....	121.002	<sup>25</sup>

La Memoria no presenta unidades ni el valor, sino el peso, lo que es impreciso, sin embargo nos da idea de que, a pesar de las tarifas, se seguían importando estos productos y el consumo se mantenía estable.

### **La europeización del gusto mexicano**

La “europeización” de México se manifestó no sólo en la adopción ávida de las modas más recientes llegadas de Europa sino en muchas otras manifestaciones de la vida pública. Se abrieron nuevos negocios, pastelerías, restaurantes y cafés frecuentemente establecidos por franceses, empezaron a cambiar el panorama urbano.

El crecimiento de sectores de clase consumidores de productos extranjeros no sólo se daba en México, sino en toda Latinoamérica. Ya desde 1806 William Jacobs especulaba que era difícil calcular las posibilidades de consumo en estos países en donde se venderían bien los productos franceses de lujo debido al poder adquisitivo de la población. De acuerdo con un cálculo francés de 1821, el consumo promedio de bienes importados ascendía a no más de doce reales (1.5 pesos) por persona y por año.<sup>26</sup>

<sup>23</sup> Memoria, 1841.

<sup>24</sup> Herrera, 1984, p. 194-196.

<sup>25</sup> Memoria, 1868.

<sup>26</sup> Rivero, *Méjico en 1844*, citado por Benercker, 1992, p. 65.

En 1826, el británico George F. Lyon ya observaba en su viaje a través del país: “La vestimenta ricamente pintoresca de ambos sexos se está perdiendo ahora, y la moda europea generalmente prevalece en las principales ciudades”. Resultaba ya evidente que las mercancías europeas estaban siendo populares. La apertura de puertos llevaría en un futuro a un aumento de consumo de mercancías de manufactura europea por pueblos, que hasta ahora habían “estado al margen de la civilización”.<sup>27</sup> Los cambios en la cultura material eran evidentes. A principios de 1832 C.C. Becher se mostró sorprendido por los “rápidos avances de la forma de vida refinada y la elegancia. Comíamos en loza inglesa, bebíamos en vasos de Bohemia y los manteles y servilletas eran de lino de Silesia....” y esto era en un restaurante de ninguna manera extraordinario.<sup>28</sup>

Los mismo europeos residentes en México constituían parte de los consumidores más ávidos de todos los bienes provenientes del Viejo Mundo y al mismo tiempo estimulaban con su ejemplo la demanda de bienes europeos. Entre 1842-1843 el comportamiento de la clase alta en México dejaba en un observador viajero la impresión de que se encontraba en una ciudad europea.<sup>29</sup>

Los productos importados por México de Francia eran generalmente artículos de lujo. Los aventureros y viajeros franceses vieron en esto la posibilidad de expandir sus redes comerciales, estableciendo casas comerciales, cajones de ropa y diversos productos. “Casi todos los artículos provenientes de este país son de uso suntuario y dirigidos a un grupo selecto. La fineza de los tejidos importados y los altos precios de venta implicaban una limitación a su consumo, del mismo modo el resto de los artículos franceses (como, por ejemplo, joyas, perfumes, muebles) tuvieron condiciones de mercado semejantes a la de los textiles”.<sup>30</sup> (Véase Cuadro 6)

<b>CUADRO 6</b>	
<b>ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES DE MÉXICO. 1825</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>VALOR DE LAS IMPORTACIONES (PESOS)</b>
ACERO Y HIERRO	808.537
CACAO	431.049
CANELA	133.480
CERA	415.377
MERCURIO	423.878
PAPEL DE TODAS CLASES	1.833.602
VINO	1.643.305
TEXTILES	11.176.649
OTROS PRODUCTOS	1.954.302
<b>TOTAL</b>	<b>19.954.302</b>

<sup>27</sup> Lyon, 1984, p.25.

<sup>28</sup> Becher, citado por Benecker, 1992.

<sup>29</sup> William. *Travels in México*, p. 98.

<sup>30</sup> Herrera, 1977, p. 91.

FUENTE: Schneider, 1978, p. 163.

En el cuadro se muestra que por el monto de las importaciones de vinos ocupaba el tercer lugar después de los textiles y papel.

Bernecker ofrece datos de que en Querétaro, México, Guadalupe y Mazatlán se puede considerar que el 21% y 31% de la población eran compradores de mercancías europeas. Si se pudiera hacer esa estimación para todo el país, resultaría que en una población de 7 millones, existiría una clase de consumidores potenciales de entre 1.5 y 2.2 millones aproximadamente.<sup>31</sup>

Para los años cuarenta del siglo, era común el uso de la botillería, de vinos embotellados de marca, como decía la Marquesa Calderón de la Barca al compartir la mesa con el general Santa Anna, la etiqueta prescribía “licores de marca”. En los fondos de los bodegones de Agustín Arrieta brillaban botellas oscuras de vino. En ese sentido no sólo la ropa y los objetos europeos distinguía y marcaba las diferencias con la gente “decente” que eran considerablemente caros, sino también en hábitos y gustos, y en esto estaba el apreciar, paladear o saborear un vino o un licor. La apariencia, como la estudiado Daniel Roche, se complementaba con un marco adecuado y con un comportamiento refinado que se evidenciaba al practicar un protocolo para el servicio apropiado del vino.

Para ese entonces los franceses dominaban la calle más elegante, San Francisco y Plateros, donde atendían negocios de joyería, relojería y alta costura, además de restaurantes y café cuyos menús mostraban una gran variedad de vinos y licores que acompañaban platillos de la cocina francesa.<sup>32</sup> Todo el resto del siglo fue francés en el refinamiento y aspiraciones cosmopolitas. El afrancesamiento

El fin de siglo vería el acomodo en las costumbres mexicanas de diversos vinos y la manera de degustarlos. *El Almanaque Bouret* de 1897 ofrecía la gama de vinos y licores para acompañar diversos tipos de comida. Chartreuse, coñac, vermouth, ajeno, champaña, byrrh, anisado, tinto burdeos y tinto borgoña, era la variedad que se expendía.

El vino a lo largo del siglo se había aclimatado y acostumbrado a la realidad mexicana, tanto que la literatura finisecular abrirá una nueva propuesta erótica del vino al empalmarlo con la mujer. En 1884 Gutiérrez Nájera comparte en su poema Duquesa Job “*Media botella de rico vino*”. Y bajo el lema de “las novias pasadas son copas vacías”, el poeta escribía

*Champaña son las rubias de cutis de azalea;  
Borgoña los labios de vivo carmín  
Los ojos oscuros son vinos de Italia  
Los verdes y claros son vinos del Rhin!*

Díaz Mirón en su poema *A Ella* escribió

<sup>31</sup> Bernecker, 1992, p. 68.

<sup>32</sup> Reyes, 1989.

*....y eres embriagadora como el vino*

En la búsqueda de figuras evanescentes propias del simbolismo Juan José Tablada llegó a la transfiguración total:

*....ebrio del vino de tus histerias*

A principios del siglo pasado Alfonso Reyes escribió sobre el vino blanco:

*Piensan que la rubia es menos mujer  
que beber del blanco es menos beber  
Para error tan craso  
Burla y punto omiso  
Mas oh vino blanco salta del vaso  
Lo mejor que pueden hacer  
Es derramarte en el jugo del guiso*

Finalmente podemos decir que uno de los primeros países que entró en negociaciones con la joven república fue Francia, quién vio el potencial mexicano para sus cotizados productos como los textiles y en segundo lugar objetos de lujo encabezados por vinos de mesa, licores y cognacs, que por su calidad pronto fueron indispensables en las casas mexicanas de alcurnia. Las bebidas francesas entraron al mercado mexicano por las élites que podían pagar los altos precios. Durante los siglos XVIII y XIX Francia empezó la producción a gran escala con la ampliación de nuevos viñedos y la creación de las grandes y prestigiosos *châteaux*, con la que pudieron cubrir una amplia demanda, aún de los países americanos con los que empezaban a tener relaciones.

Los vinos franceses al calificarse de bebidas finas, no fueron condenadas como provocadoras de la embriaguez, como otras bebidas alcohólicas destinadas a un amplio público popular, por lo que el gravamen que se les imponía era como objetos de lujo y no tanto para restringir su consumo.

En el comercio con México, el vino ocupaba un lugar importante después de los textiles, por lo que el impacto de este producto en las costumbres y hábitos de las clases propietarias, haría aún más presente el “afrancesamiento” en México.

### **Fuentes y referencias**

AGN. Hacienda Pública, r. *Contribuciones Directas*, caja 43.  
LAF. Colección Lafragua, Biblioteca Nacional.

### **Obras**

- Barker, Nancy  
1979 *The French Experience in Mexico, 1821-1861: A History of Constant Misunderstanding*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Bernecker, Walter  
1992 *De agiotistas y empresarios. En torno de la temprana industrialización mexicana (siglo XIX)*. México: Universidad Iberoamericana.
- Bosch García, Carlos.  
1986 *Problemas diplomáticos del México independiente*. 2ª ed. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Bosch García, Carlos  
1946 “Las primeras negociaciones comerciales entre México y Francia”, en *El Trimestre Económico*, enero-marzo, vol. XII, núm. 4 México: Fondo de Cultura Económica.
- Bravo Ugarte,  
1953 “El conflicto con Fr. de 1829-1839”. *Historia Mexicana*, México, El Colegio de México, abr-jun, vol. II, núm. 4.
- Charpenne, Pierre.  
1836 *Mon Voyage au Mexique ou le colon du Guazacoalco*. París: Roux, 2 vols.
- Charpenne, Pierre  
2000 *Mi viaje a México o el colono de Coatzacoalcos*. México: CONACULTA.
- Ferry, Gabriel  
1855 *Escènes de la vie mexicaine*. París: Victor Lécou Éditeur.
- Fossey, Mathieu De.  
1994 *Viaje a México*. México: CNCA.
- Hardy, George.  
1948 *Histoire de la colonisation française*, París: Librairie Larose.
- Heers, Jacques.  
“Les relations commerciales entre la France et le Mexique au lendemain de l’Indépendence”. *Revista de Historia de América*, núm. 48.
- Herrera Canales, Inés

- 1977 *El comercio exterior de México. 1821-1875.* México: El Colegio de México.
- 1984 “La circulación: transporte y comercio”, en Cardoso, Ciro. (Coord.) *México en el siglo XIX (1821-1910). Historia Económica y de la estructura social,* México: Nueva Imagen.
- Ibarra Bellón, Araceli  
1998 *El comercio y el poder en México, 1821-1864. La lucha por las fuentes financieras entre el Estado central y las regiones.* México: Fondo de Cultura Económica.
- Lerdo de Tejada, Miguel  
1967 *Comercio exterior de México. Desde la conquista hasta hoy.* México: Banco Nacional de Comercio Exterior [Edición facsimilar: Imprenta de Rafael Rafael, 1853]
- Lyon, George F.  
1984 *Residencia en México, 1826.* México: Fondo de Cultura Económica.
- Martínez Leal, Margarita.  
1963 *Posibles antecedentes de la Intervención Francesa de 1862 (a través de las obras de los viajeros franceses),* México, Tesis de maestría, UNAM.
- Memoria...  
1841 *Memoria de la Hacienda Nacional de la República Mexicana presentada a las cámaras por el ministro del ramo en julio de 1840.* México: Imprenta del Aguila, dirigida por José Ximeno, calle de Medinas núm. 6.
- Memoria...  
1868 *Memoria de Hacienda y Crédito Público, que el secretario del ramo presenta al congreso de la unión,* México: Imprenta del Gobierno.
- Penot, Jacques.  
1975 *Primero contactos diplomáticos entre México y Francia. 1808-1838,* México: Secretaría de Relaciones Exteriores.
- Representación...  
1840 *Representación dirigida por el comercio de Guadalajara al congreso nacional para que se digne derogar la ley que fija el quince por ciento de consumo.* Guadalajara, Imprenta de Rodríguez, 1840.
- Reyes, Alfonso  
1989 *Memorias de cocina y bodega. Minuta.* México: Fondo de Cultura Económica.
- Schneider, Jürgen.  
1978 “Quantitative aspekte des mexikanischen aubenhandels in der ersten Hälfte des 19. jahrhunderts”, en Kellenbenz, Herman. *Wirtschaftskräfte und Wirtschaftswege. IV: Übersee und Allgemeine Wirtschaftsgeschichte.* Nürnberg: Zentralinstitut für Fränkische Landeskunde.
- Silva, Jorge.

- 1946                    *Viajeros franceses en México*. México: Editorial América.  
Ward, Henry.  
1981                    *México en 1827*, México: Fondo de Cultura Económica.