

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial del
3 de abril de 1981



LA VERDAD
NOS HARÁ LIBRES

UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA

CIUDAD DE MÉXICO ®

“LOS CAMINOS DEL MEZCAL. UNA ETNOGRAFÍA MULTISITUADA
SOBRE LA PRODUCCIÓN Y LOS CONSUMOS DE UNA BEBIDA
ARTESANAL CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN EN OAXACA,
MÉXICO”

TESIS

que para obtener el grado de

MAESTRA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Presenta

ÁNGELA JULY ALVARADO FLORÉZ

Director: Dr. Emiliano Zollá Márquez

Lectores: Dra. Anne W. Johnson

Dra. Melissa Biggs

Resumen

El objetivo de la presente tesis es analizar la producción y los consumos del mezcal en los Valles Centrales de Oaxaca y en algunas localidades de la Sierra Sur desde caminos, como rutas teóricas y geográficas por las que el mezcal transita y adquiere una vida social. Para este cometido, se discute la norma de Denominación de Origen como pauta legal que ha generado diversas contradicciones y tensiones para la producción de esta bebida artesanal, asimismo, se examinan conceptos como el del *Terroir* o terruño para comprender los procesos de valorización en que actualmente se inserta la bebida de acuerdo con las cualidades ambientales, sociales y culturales en que las que produce. Entre los escenarios que recorren los caminos del mezcal, se propone una visita a espacios como las mezcalerías de la ciudad de Oaxaca de Juárez, los cultivos y viveros de maguey, y la visita a los palenques o espacios de producción en diversas localidades de los Valles Centrales. Además, el trabajo aborda la dimensión gastronómica del mezcal, como sabor asociado y promovido bajo discursos de autenticidad en el contexto turístico de Oaxaca que permite analizar el papel de extranjeros y las marcas en la comercialización y difusión de la bebida, por último, se contrastan las nuevas formas y discursos en que esta bebida artesanal con Denominación de Origen se inserta bajo etiquetas como producto étnico, artesanal, orgánico y de comercio justo.

Para mi madre Martha, por sobrellevar esta larga distancia

Cuando vaya a Luvina la extrañará. Allí no podrá probar sino un mezcal que ellos hacen con una yerba llamada hojase, y que a los primeros tragos estará usted dando de volteretas como si lo chacamotearan.

Luvina.

Juan Rulfo.

Contenido

Resumen	2
Agradecimientos.....	8
Introducción	11
El mezcal una producción artesanal: sus conceptos y definiciones	16
Preámbulo: los caminos transitados para llegar al mezcal	18
Aproximaciones literarias al mezcal	22
a) Alcohol, embriaguez y antropología.....	24
b) Cultura gastronómica	27
Capítulo I. Inicio del camino. El contexto sociocultural de Oaxaca vinculado al mezcal	30
1.1 Contexto general del Estado de Oaxaca.....	31
1.2 Organización política.....	34
1.3 Fiestas, ciclos festivos y guelaguetza	35
1.4 Las actividades económicas	37
1.4.1 <i>Agrodiversidad regional</i>	37
1.4.2 <i>Gastronomía, alimentación y mercados</i>	42
1.4.3 <i>Entre la diáspora y la producción. El mezcal en un contexto migrante</i>	44
1.5 La producción artesanal y material en el Estado de Oaxaca.....	45
Capítulo II. Parada de ruta. El mezcal como una producción material y artesanal ...	48
2.1 ¿De qué está hecho el mezcal?.....	49
2.2 El maguey de Oaxaca y su dimensión material.....	50
2.3 Los actores: marcas, extranjeros y productores de mezcal	55
a) <i>Marcas</i>	55
b) <i>Extranjeros</i>	56
c) <i>Los productores</i>	57
2.4 La elaboración del mezcal.....	58
2.4.1 <i>La siembra, jima y recolección del maguey</i>	58
<i>Don Luis -Nejapa de Madero</i>	61
<i>Isaac - San Lorenzo Albarradas</i>	63
<i>Régulo - Río Seco Zoquitlán</i>	64
<i>Semei y su abuelo Valente en Miahuatlán</i>	66

2.4.2 Cocimiento	67
2.4.3 Molienda.....	68
2.4.4 Fermentación	69
2.4.5 Destilación.....	69
<i>Ricardo, productor de Mezcal en Olla de Barro de Santa Catarina de Minas</i>	71
<i>Jessica Cortez- productora de mezcal en alambique de cobre</i>	72
<i>Familia Guendulai, mezcal elaborado en método de refrecadera</i>	73
Capítulo III. El camino legal. La Denominación de Origen y el contexto normativo del mezcal	76
3.1 Introducción	77
3.2 El Origen: contexto normativo internacional.....	78
3.3 El concepto de <i>terroir</i>	83
3.4 La Denominación de Origen del mezcal en México	87
3.5 El consejo Regulador del Mezcal	92
3.6 La Región del mezcal en Oaxaca	94
Capítulo IV. Las veredas del camino. La experiencia sensorial del mezcal en la urbe y el medio rural	96
Introducción	97
4.1 Las Catas de mezcal: recorridos de sabor por la ciudad de Oaxaca	99
4.2 Beber mezcal en una cantina. Una aproximación al universo del mezcal en clave de género	112
4.3 El sabor del mezcal y su Denominación de Origen. Tensiones entre el gusto y la estética de la bebida.....	124
<i>a) Reinterpretando el mezcal. La Destilería los Danzantes en Santiago Matatlán</i> ...	125
<i>b) Los cuartos de maduración de la familia Guendulain</i>	130
<i>c) Implicaciones de los métodos y categorías de maduración en el mezcal</i>	131
4.4 Los caminos del maguey: un paisaje con sabor auténtico	135
Capítulo V. Sabores en el camino. La dimensión gastronómica y culinaria del mezcal	142
Introducción	143
5.1 <i>Mezcal Experience</i> : la contradicción de los alimentos artesanales y étnicos en un festival gastronómico.....	145
5.2 La dimensión étnica en el consumo del Mezcal.....	155
5.3 Recorriendo los caminos con extranjeros y miembros de marcas de mezcal	162
5.3.1 El consumo de una bebida espiritual	162

5.3.2 Extranjeros y Mezcal	166
5.4 Un camino de ida y vuelta. Visitando los productores	170
5.5 El discurso verde del mezcal y el consumo orgánico de la bebida	175
Capítulo VI. El cruce de los caminos del mezcal	183
Conclusiones	183
Bibliografía.....	191

Agradecimientos

Hay mucho que agradecer, muchos nombres que enunciar. En primera instancia, agradezco a las y los productores, a las familias, las autoridades y a todos aquellos que crean el universo del mezcal en Oaxaca. Gracias a todos ustedes por el apoyo para la elaboración de este trabajo que pausada, paciente y artesanalmente se fue fermentando hasta tomar forma y poder destilarse. Gracias por creer y respaldar esta investigación, por recibirme en sus casas, palenques y sitios de trabajo donde las largas conversaciones se acompañaron de sabores y paisajes de maguey.

Gracias al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) por la beca otorgada y por confiar en la capacidad de los extranjeros que venimos a México para aportar en la construcción de conocimiento; agradezco enormemente esta oportunidad y confío en que muchos otros latinoamericanos tengan financiamiento para acceder a un sistema de educación de difícil acceso en otros países, estas oportunidades representan mucho para la generación de conocimiento y aporte a México y la región. De igual manera agradezco a la Universidad Iberoamericana por la beca asignada y por el respaldo constante que me brindó como estudiante; gracias a los docentes del Posgrado en Antropología Social quienes aportaron en la consolidación de este trabajo. Especialmente quiero agradecer a Emiliano Zollá Márquez quien como director confió en mí desde el primer momento; gracias a Anne Johnson quien a través de sus cursos de cultura material me permitió sumergirme y profundizar en temas que me resultan apasionantes, de igual modo porque como lectora de mi trabajo me motivó a ver *más allá de las cosas*; Roger Magazine por los comentarios y sugerencias; a mi lectora externa Melissa Biggs académica de la Universidad de Texas en la ciudad de Austin, gracias por el tiempo destinado a leerme, sus comentarios expertos y palabras de aliento que me permitieron pulir en mayor medida este trabajo.

Por supuesto quiero agradecer a mi familia, principalmente a mi madre Martha Flórez por apoyarme en una pronta partida que me llevó a embarcarme entre nubes y tierras lejanas para cumplir un sueño. A mi hermano Andrés Felipe, por el apoyo a la distancia y a mi padre Germán por sus llamadas y palabras en la distancia. De igual manera a mis amigas en Bogotá, a Johanna Cervantes y Laura Flórez quienes sin importar la distancia estuvieron siempre presentes alentando esta labor. Asimismo, a mis *roomies* y compañeras de vida *en la gran ciudad*: Amalia

Vásquez y Mariana Aguilar, quienes me apoyaron en mi llegada a la Ciudad México y desde el inicio del proceso académico de la maestría, gracias porque juntas construimos un hogar bello que respaldó una gran parte de esta tarea. Gracias también a mis amigos antropólogos en México y a compañeros de clases de la maestría.

En la Ciudad de Oaxaca quiero agradecer a mi gran amiga Donaji Castillo y a sus padres: Doña Mari, Don Joaquín, a su hermano Samuel y su abuela Luci, quienes me acogieron en su hogar. Su apoyo fraternal me permitió abrir el camino y sumergirme en su bella ciudad. También agradezco a Hiram Villalobos por el respaldo ofrecido que me permitió conocer posteriormente a Rosie y Adriana, mujeres líderes, maravillosas e inspiradoras. De igual manera gracias a Paola García por acogerme en hogar durante mis primeros días de mi segunda estancia, gracias por ser mi confidente y por caminar conmigo la ciudad.

En San Bartolo Coyotepec, localidad en la cual realicé mis primeros pininos etnográficos sobre el trabajo artesanal de Oaxaca, quiero agradecer a Adriana Pedros, a su hermano César y su familia por albergarme y permitirme conocer su historia familiar y enseñarme sobre la elaboración de la alfarería de barro negro. En Coyotepec también agradezco a la bella y carismática Dania Salvador y a su familia, Doña Sandra, Don Rogelio Simón y su hijo, gracias por acogerme y vincularme a la vida de San Bartolo Coyotepec, gracias por compartir conmigo sus conocimientos y su vida como artesanos. Asimismo, agradezco a la señora Rosita, expresidenta municipal de Reforma de Pineda y a Alfonso, por compartir con esta colombiana su bella y pujante alegría istmeña.

En los caminos mezcaleros me crucé con personas maravillosas con profundos y diversos conocimientos sobre el maguey y el mezcal, intentaré nombrarlos a todos. En primer lugar, gracias a la señora Leticia y al señor Carlos productores de mezcal en Santa Catarina Minas, su historia familiar y migrante inspiró en primera instancia este trabajo. A las mujeres en el mezcal, quienes me compartieron sus arduas trayectorias y experiencias que apenas se están visibilizando: Jessica Cortés y familia, a las maestras mezcaleras, Reyna, Sósima, Martha, Graciela y Karina, hay una mención especial a en el trabajo. Gracias también a Eric Monroy, su socio Reynaldo, así como a su marca de mezcal por permitirme conocer y aprender de su historia como promotores que velan por el cuidado del maguey, la historia y la cultura de la bebida. De igual manera, agradezco a Julio por compartirme sus aprendizajes y conocimiento de los caminos del maguey, gracias por vincularme con las historias de los productores, por apoyar y confiar en este trabajo.

Una mención especial al señor Natalio, productor de mezcal en la localidad de Río Seco, quien meses después de que me permitiera saborear su mezcal cucharilla y visitar en empinados cerros sus agaves, falleció, Don Natalio gracias por las enseñanzas, descanse en paz. A Ramiro y a Emily, por permitirme acompañarlos en sus trayectos mezcaleros y vincularme en los eventos de su marca de mezcal. A Alex, Julia, Juan, Omar, Larry, Edgar, Víctor y Jesús por el tiempo que destinaron a compartirme su experiencias y aprendizajes sobre los sabores de este elixir espirituoso.

Quiero agradecer de especial manera a la familia Ulloa Calzada por acogerme en su bello y afectuoso hogar en la ciudad de Santiago de Querétaro durante la última fase de escritura de este trabajo. Gracias a Consuelo por las animadas conversaciones y acompañar de deliciosas preparaciones las largas horas de estudio; a don José padre y José hijo por el apoyo. Gracias a Oscar por sus palabras, amor y compañía no solo en largas noches de escritura sino en los caminos compartidos en Oaxaca.

Finalmente quiero referir que la mitad de este trabajo fue escrito en soledad durante el confinamiento por la pandemia de la COVID-19, lo cual suspendió el trabajo de campo desde marzo de 2020 y conllevó a un tiempo de aislamiento en la ciudad de Oaxaca de Juárez, hecho que se juntó con un sismo el día 23 de junio que afortunadamente no tuvo efectos mayores, aunque causó algunos daños en comunidades del mismo estado. Considero oportuno referir esta situación porque más allá de debilitar la investigación, implicó un reto constante para en soledad, imaginar, pensar y escribir esta tesis. En este contexto Oaxaca fue un gran maestro que a pesar del aislamiento me permitió crear este trabajo de manera ermitaña, y aunque diversos momentos caóticos generaron angustias, el apoyo y las voces de las personas referidas, me permitió dar forma a este trabajo que hoy me alegra compartir; tal como refiere Murray Schafer: “*escuchar es una forma de tocar a la distancia*”. Gracias a todas estas voces y lugares de escucha por acompañarme a transitar estos caminos.

Entre Oaxaca de Juárez y Santiago de Querétaro, noviembre de 2020.

Introducción

En estos días, la palabra mezcal resuena en diversos ámbitos. Hoy se habla de mezcal en lugares y momentos tan variados como un “bar hipster”, una tienda de productos ecológicos-orgánicos, una cata de bebidas exóticas, una degustación de cocina de autor, aparadores de productos 100% mexicanos y en paquetes turísticos a ciudades como Oaxaca. Esta fama o popularidad parece relacionarse con las características únicas y naturales que definen al mezcal como una bebida hecha de plantas silvestres (los agaves o magueyes) y un destilado con origen artesanal (fruto de un proceso de producción manual a pequeña escala y que se basa en un conocimiento ancestral).

Una de las razones por las que el mezcal se ha visibilizado es por la puesta en marcha de la norma de Denominación de Origen, a través de la cual el mezcal se certifica como producto vinculado a un espacio geográfico que le asigna cualidades únicas de sabor y de producción. Precisamente a partir de esta legislación, el mezcal, en los últimos años, se ha transformado porque pasó de ser una bebida consumida en las zonas rurales de México a posicionarse en circuitos de consumo elitizado, tales como en la cocina de autor y en escenarios internacionales. En estos lugares, el mezcal ha sido premiado como una bebida espirituosa por conservar las propiedades y singularidades de la planta del maguey.

Actualmente, podemos ver que el mezcal se comercializa como una bebida con sabor único, exclusivo, artesanal, ancestral, auténtico, original, orgánico y de calidad. Estas propiedades asignadas al mezcal han transformado el consumo de esta bebida, pues de un consumo local paso a un consumo más amplio en un mercado extranjero. El mezcal actualmente se comercia en países como Estados Unidos, España y Alemania (Medina, 2013). Sin embargo, a pesar del consumo externo y a escala global, el mezcal sigue estando vinculado a la vida y la cotidianidad de la gente que lo produce actualmente en la región de los Valles Centrales en Oaxaca, dado que esta bebida circula en diversas localidades bajo un complejo entramado de usos que la Denominación de origen reconfiguró y puso en tensión.

Oaxaca es el estado donde se produce la mayor cantidad de mezcal en México bajo condiciones de diversidad geográfica y sociocultural. En este estado, el mezcal es una bebida realizada artesanalmente a base de plantas de maguey; además, esta bebida hace parte de la vida local porque es un objeto que constantemente circula y se intercambia entre poblaciones

que le asignan un valor dentro de prácticas rituales, económicas, ceremoniales festivas y medicinales. Estos usos tradicionales del mezcal contrastan con los nuevos consumos de la bebida en circuitos turísticos y gastronómicos para los cuales el sabor, la presentación e historia del mezcal se reconfigura y valoriza de otro modo.

A partir de este contexto, la presente investigación, desde un punto de vista antropológico, se interesa por el consumo de mezcal en los Valles Centrales de Oaxaca. Para realizar esta investigación, se empleó el método de etnografía multisituada, el cual nos permitió seguir al mezcal a través de caminos, espacios y momentos por los cuales los consumos de la bebida cambian y se reconfiguran a partir de diversos actores. Si bien el hablar de mezcal remite a una diversidad de temas económicos, ambientales, agronómicos, etcétera; el propósito de esta investigación antropológica es analizar los dilemas, las problemáticas y las contradicciones generadas por el mezcal como objeto material cultural inserto en la norma de Denominación de Origen.

Para analizar los diferentes dilemas, problemáticas y contradicciones que genera el mezcal como objeto material inserto en la norma de Denominación de Origen, la propuesta de esta tesis nos lleva a sumergirnos en el universo material del mezcal a través de diferentes *caminos*¹. Para ello este texto se organiza a través de trayectorias de producción y consumo del mezcal que inician en la ciudad de Oaxaca y conduce a diversas localidades entre los Valles Centrales y la Sierra Sur.

Si bien existe la “Región del Mezcal” en Oaxaca que corresponde a una delimitación político administrativa vinculada a la Denominación de Origen, los *caminos* que aquí proponemos más bien se construyen mediante la exploración de lugares en los que el mezcal se produce y se consume no solo para la norma o el turismo, sino desde intereses y prácticas locales que la ruta oficial del mezcal desconoce; sin embargo para los intereses de este trabajo, estas nuevas rutas son fundamentales, en la medida en que permiten señalar la manera en que el mezcal circula y adquiere diversos usos y significados.

Como refiere Kopytoff (1991, p. 89): “Desde el punto de vista cultural, la producción de mercancías es también un proceso cultural y cognoscitivo: las mercancías no sólo deben producirse materialmente como cosas, sino que también deben estar marcadas culturalmente

¹ Por caminos entendemos rutas que surgen de la implementación metodológica de la etnografía multisituada propuesta por Marcus (1995) mediante la cual seguimos y analizamos al mezcal desde diferentes temas, contextos y análisis teóricos.

como un tipo particular de cosas”. Por lo tanto, en estos recorridos veremos cómo el mezcal se va construyendo y dotando de particularidades estéticas, de gusto, usos y consumos en la que interfieren diversos actores.

Seguir al mezcal por estos caminos, además de permitirnos trazar las trayectorias de esta bebida referentes a los modos en que se va produciendo y transformando de acuerdo con la Denominación de Origen, permite analizar al mezcal como un objeto que está atravesado por múltiples dinámicas correspondientes a temas como lo étnico y lo racial; la gastronomía y lo culinario; el género y la clase. Como señala Miller *et al* (2012), lo humano se construye y concibe desde una materialidad porque “la humanidad es vista como el producto de su capacidad para transformar el mundo material con la producción, en cuyo espejo nos creamos a nosotros mismos” (2005, p. 1). Por dicha razón, es importante analizar el mezcal como producción material artesanal que está cargada de los significados que las sociedades que lo producen le otorgan; el mezcal nos permite entender la relación entre sujetos humanos y los objetos que se crean como mutuamente constitutivas (Henare, Holbraad y Wastell, 2007).

Esta investigación se llevó a cabo en el Estado de Oaxaca durante tres temporadas de trabajo de campo entre junio de 2019 y el primer semestre de 2020. Inicialmente, en los meses de junio y julio de 2019, se realizó un reconocimiento de la zona denominada como la "Región del Mezcal", la cual comprende los municipios de Villa de Sola de Vega, Miahuatlán de Porfirio Díaz, San Carlos Yautepec, Tlacolula de Matamoros, Ocotlán de Morelos, Ejutla de Crespo y Zimatlán de Álvarez; posteriormente, en noviembre de 2019, se realizaron observaciones sobre el consumo de mezcal en localidades que abarcaban las rutas turísticas del mezcal y se realizó etnografía en las mezcalerías de la ciudad de Oaxaca de Juárez; finalmente, entre el 08 de enero y 30 de junio de 2020, se documentó la producción de maguey y mezcal en localidades de los Valles Centrales y de la Sierra Sur para lo cual seguimos al mezcal a través de diversos caminos y localidades en compañía de productores certificados, extranjeros y marcas de mezcal.

Los caminos que proponemos se plasman en cinco apartados. Inicialmente, en el *capítulo I*, realizamos una contextualización del área sociocultural y geográfica donde se lleva a cabo esta investigación, para ello referimos las particularidades económicas, políticas, y de la producción artesanal que caracterizan la región de los Valles Centrales en Oaxaca. Estas particularidades dan cuenta de la singularidad del mezcal en un contexto de una

variedad de producciones materiales artesanales porque, como evidenciaremos entre cada contexto, el mezcal se dota de particularidades sociales frente a su uso y consumo, asuntos que van cambiando y trasmutando entre localidades.

Dada la importancia de referir el contexto en que se produce el mezcal, el *capítulo II* es una extensión de esta contextualización, en la cual señalamos los datos primordiales y generales que la investigación refiere sobre la elaboración del mezcal a fin de evidenciar de qué manera y en cuales aspectos el mezcal va cambiando entre localidades bajo nociones de sabor, técnicas de cocción, recetas de los productores y prácticas de destilación que dotan a la bebida de singularidad y diversos significados en cada contexto. En este apartado también analizamos la dimensión material de la planta de maguey con base en Ingold (2013), quien refiere a la importancia de dirigir la mirada hacia los materiales de los que están hechos las cosas a fin de comprender de qué manera el objeto surge, se construye y está impregnado de la singularidad cultural que lo rodea; finalmente, al cierre de este capítulo, definimos a la diversidad de actores que consideramos para este análisis, los cuales son las marcas, los extranjeros y los productores.

El *capítulo III* plantea el contexto de la Denominación de Origen para el mezcal desde el contexto normativo internacional y las particularidades con las que se implementa la norma en México. Asimismo, definimos el concepto de *terroir* o terruño porque nos permite analizar las complejidades y tensiones que suscita la certificación del mezcal como el origen, el sabor y la exaltación sociocultural al contexto de producción. Mediante esta certificación, el paisaje y el contexto geográfico dotan de valor y singularidad a este producto. También, en este capítulo delimitamos lo que la norma de Origen aplicada en México entiende por la “Región del Mezcal”.

En el *capítulo IV* hacemos un recorrido sensorial de la urbe al medio rural donde se produce el mezcal. En este apartado, analizamos los espacios para el consumo de la bebida en la ciudad de Oaxaca de Juárez; para ello, realizamos inicialmente un recorrido por las mezcalerías y nos adentramos en la cantina como un espacio independiente y alejado de las ofertas de lugares en el circuito del consumo turístico del mezcal de dicha ciudad. La cantina nos permite evidenciar que el mezcal adquiere otros roles y significados asociados al género, la masculinidad y el intercambio. Esta ruta que parte de la ciudad nos lleva a recorrer localidades aledañas como Santiago Matatlán, Miahuatlán de Porfirio Díaz y Santa María

Zoquitlán que se configuran como una extensión geográfica del consumo de mezcal que se desarrolla en la ciudad, y permiten captar que el consumo efectuado en las mezcalerías invita al turismo a recorrer localidades donde se elabora el mezcal que se considera “auténtico”; en las rutas aledañas y oficiales, mientras que en los caminos más alejados observamos cómo la Denominación de Origen moldea la producción del mezcal y la inserta en una diversidad de discursos, por último nos sumergimos en los caminos donde el maguey se cultiva, produce y conserva generando un paisaje con sabor auténtico.

El *capítulo V* analiza los contextos donde el mezcal se consume como sabor asociado dentro de la gastronomía oaxaqueña; allí revisamos la relación entre comer y beber, debido a que la industria turística de la ciudad de Oaxaca vincula el consumo de mezcal con la oferta gastronómica local y las experiencias en torno a la cocina. Teniendo en cuenta que el Estado de Oaxaca es reconocido por su diversidad gastronómica y culinaria, examinamos el mezcal como uno de los sabores que pueblan la gastronomía del estado. Señalamos que para entender a qué sabe y cómo se define el sabor del mezcal es necesario saborear y entender la relación del mezcal con los diversos sabores de la culinaria oaxaqueña. Para conectar esta diversidad de ideas del capítulo, nos guiaremos por la siguiente pregunta: ¿de qué manera el consumo de alimentos se entrelaza con el consumo de mezcal? Para responder a la pregunta revisamos eventos gastronómicos en localidades como Mitla y acompañamos a extranjeros y miembros de marcas en los recorridos que realizan por diversas localidades visitando productores. Para cerrar la discusión, realizamos, y analizamos la promoción del mezcal como bebida orgánica, categoría bajo la cual esta bebida se ofrece dentro de un consumo de alimentos naturales y libre de químicos que, dadas las singularidades del estado, es posible consumir y que apelan a discursos globales sobre la soberanía alimentaria y la exaltación de la producción local basada en prácticas de comercio justo. Para finalizar, en el capítulo VI, planteamos una serie de conclusiones y reflexiones finales a lo largo de las cuales referimos la manera en que los caminos del mezcal se encuentran y vinculan.

En este marco, proponemos al lector transitar diferentes caminos del mezcal, a través de los cuales es posible ver las singularidades con las que el mezcal se produce y consume no solo entre localidades que exalta la Denominación de Origen para el turismo, sino a través de otras comunidades y localidades donde la bebida se crea y los agaves o los magueyes se nombran, se extraen o se conservan de maneras particulares y culturalmente contrastantes. Los diversos

apartados que aquí propongo, como refiere Forshee (2001), necesitan ser considerados juntos, como si fueran cuadrados individuales de un mapa de recorridos por localidades en las que el mezcal tiene una vida social en los Valles de Oaxaca y por lo cual la elaboración de la bebida está atravesada por una multiplicidad de actores, de características geográficas y de rutas que solo es posible dilucidar si se sigue al mezcal mediante diferentes historias, entrevistas y voces en variados contextos de consumo y en múltiples escenarios de elaboración de la bebida.

El mezcal una producción artesanal: sus conceptos y definiciones

Seguir al mezcal a través de diferentes momentos de consumo, nos permite evidenciar el uso social de la bebida mediante cuestionamientos sobre cómo se bebe, quiénes lo beben y de qué manera. Como refiere Ingold (2013): “Las cosas son activas no porque estén imbuidas de agencia sino por el modo en que se ven atrapadas en estas corrientes del mundo de la vida” (p. 19). Precisamente el mezcal, como producción material consumida en diversas localidades de Oaxaca, es un objeto que desde su materialidad construye y refleja relaciones; de ahí el valor de hablar del mezcal no solo como un líquido que embriaga, sino como una bebida que teje y posibilita vínculos, en la medida en que se enreda en un entramado de circunstancias. Estas circunstancias son el reflejo de numerosas tensiones, paradojas y contradicciones a escala local. Tal como señalan autores como Mauss (1924,1954) y Malinowski (1922), las líneas entre personas y cosas son culturalmente variables, y no se dibujan de la misma manera en todas las sociedades; es útil revisar lo que ocurre con producciones materiales y objetos porque “las personas pueden parecer asumir los atributos de las cosas y las cosas pueden parecer actuar casi como personas” (Ingold y Hirose, 2013, p. 24); es por ello que en este trabajo entendemos el mezcal como un vehículo a través del cual es posible comprender diversas dinámicas sociales.

Antropólogos como Daniel Miller han señalado la importancia de volver la mirada analítica de la antropología hacia la materialidad de la vida social, mirada que está lejos de un foco exclusivo en lo social (Miller, 1986). Precisamente el mezcal como un objeto material permite disponer la mirada hacia su proceso de producción y el contexto cultural específico que motiva su creación (Cid Jurado, 2002) porque no es solo una bebida embriagante, sino la materialización y evocación de relaciones locales. El mezcal como una

de las producciones materiales artesanales en Oaxaca pertenece a la categoría de las “artesanías”. Esta categoría de objetos en México se entrelaza con el nacionalismo, las nociones del desarrollo y la antropología mexicana en los siglos XX y XXI (Cant, 2012). Las producciones materiales artesanales han jugado un papel preponderante en los procesos nacionales de mestizaje y la ideología que promueve la mezcla de culturas y razas indígenas y españolas. Dentro de estas discusiones actualmente encontramos que la certificación de Denominación de Origen o DO del mezcal reflejan discursos y normativas que contribuyen a la regulación de esta bebida por parte de entidades y normas globales, mediante las cuales² los objetos se convierten en representación material y cultural de un espacio geográfico particular.

En esta discusión planteamos varias categorías para hablar del mezcal; la primera de ellas es el mezcal como producción artesanal. Esta categoría permite entender el mezcal como un modo de producción tradicional que puede convertirse en una alternativa de turismo rural y generar fuentes de empleo en este tipo de comunidades (Rivera, Manzanares, Vázquez y Mendoza, 2008, p. 231). En relación con esta postura, podemos pensar en la elaboración del mezcal como un oficio definido como un tipo de trabajo específico que posee características especiales de la mano con la vocación, la mirada, la memoria, la curiosidad sobre técnicas y materiales. Con base en este planteamiento, pensamos que el mezcal es un objeto artesanal que puede cobrar diversos sentidos como “obra de arte”, pieza de “uso doméstico”, “objeto de reivindicación identitaria” y como un objeto que porta sentidos históricos (Cardini, 2005, p.91). Respecto a estas posibilidades, consideramos que el mezcal es una producción artesanal que involucra diversidad de productores con raigambres diferentes, las cuales son fundamentales en la construcción de lo que se considera la historia y la tradición de la bebida.

Adicionalmente, consideramos que el carácter especial de productos artesanales como el mezcal se fundamenta en sus características distintivas que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente. Estas características son tenidas en cuenta

² Entre el conjunto de normas, la más relevante para el control de la producción y venta de mezcal es la “NOM070-SCFI-1994 Bebidas Alcohólicas. Mezcal. Especificaciones”. Esta norma fue coadyuvante a la Declaratoria de la Denominación de Origen (DO) en la “Región del Mezcal”, la cual pretende designar y hacer el reconocimiento de que el producto es originario de la región geográfica del país.

y son referidas de acuerdo con cada contexto en que nos sumergimos y en las cuales el mezcal puede cobrar usos y significados diversos. Para esta investigación, todas estas particularidades envuelven al mezcal y lo muestran al mundo como un objeto artesanal que condensa el lugar del cual proviene, característica que, como evidenciaremos, ha creado dilemas y contradicciones que se reflejan en el modo en que actualmente los vínculos y las relaciones locales en torno a la bebida constantemente se transforman.

Preámbulo: los caminos transitados para llegar al mezcal

Mi interés académico en la producción material artesanal comenzó en Colombia durante mi formación como antropóloga en la Universidad Nacional. En esta formación llevé a cabo investigaciones y observaciones en mercados artesanales del centro de la ciudad de Bogotá; este proceso condujo a la construcción de la monografía o tesis de grado en 2017 titulada *Recuerdos de país: contrastes entre el comercio de artesanías en las tiendas de museo y los mercados populares en la ciudad de Bogotá*. En esta tesina analicé el comercio de artesanías y objetos que circulan en contextos turísticos, al tiempo que reflexioné sobre las implicaciones del posicionamiento de una artesanía como recuerdo o representación de un lugar.

Para la construcción de dicha monografía, me sumergí brevemente en el análisis de la Denominación de Origen como figura de certificación geográfica que, desde hacía unos años, estaba siendo arduamente impulsada por instituciones colombianas como Artesanías de Colombia, y que con el gobierno de Iván Duque en 2018 tomó especial importancia al vincularse con la implementación de la Economía Naranja, una política impulsada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para la creación de economías creativas que proponían acoger el sector cultural y artesanal dentro de una dinámica económica.

Este especial interés por las dinámicas y problemáticas que generaban la Economía Naranja, me llevó a realizar como investigación final en mi otra formación académica de Administradora Pública en la Escuela Superior de Administración Pública de Bogotá, una tesina sobre las implicaciones que tenía la Economía Naranja para artesanos; en dicho trabajo referí sobre las dificultades que atraviesan los grupos de artesanos al insertarse en una política económica que parece despojar de sentido e importancia cultural a los objetos artesanales que elaboraban.

Tras el trabajo académico en estas áreas e impulsada por mi interés en el ámbito de lo artesanal y del fenómeno emergente de las certificaciones de Origen y la antropología de los objetos o la cultura material, ingresé a la Maestría en 2018 con un proyecto que proponía analizar los impactos que tenía para un grupo de artesanos en Huila- Colombia la intervención de sus productos a manos de un programa regional de la entidad Artesanías de Colombia, siendo el Huila un espacio geográfico que está incluido dentro de la Denominación de Origen del Café de Colombia. No obstante, durante el transcurso de la maestría, el proyecto de investigación se transformó y se nutrió al empezar a revisar las figuras de Denominación de Origen que existen en México para producciones alimentarias como el tequila y artesanales como la talavera; fundamentalmente empecé a estudiar las particularidades con las que operaba la DO en cada país y como ello incluso podía llevar a plantear análisis sobre procesos paralelos a nivel regional o de América Latina sobre las certificaciones de origen en producciones artesanales.

Con este preámbulo, en verano de 2019, llegué a Oaxaca para realizar las prácticas de campo de verano que exige el programa de maestría. Debido a mi formación como antropóloga, el cuerpo docente me permitió realizar el trabajo de campo de manera autónoma en el estado de Oaxaca. Antes de emprender el trabajo de campo, realicé una estancia de una semana en la casa de campo de la Ibero en el Estado de México bajo la dirección de Dr. David Luke Robichaux con quién trabajamos en la construcción y aplicación de un guión de campo que permitía la recolección y consolidación de información en una monografía clásica de una comunidad. Esta estancia en la casa de campo de la Ibero en el municipio de Tepetlaoxtoc, me permitió afinar los métodos y el guión que implementaría en Oaxaca en la documentación etnográfica de una producción artesanal.

En junio de 2019, llegué a Oaxaca interesada por la producción artesanal; sin duda Oaxaca era un destino clave y especial en ese interés porque es uno de los estados de México en que la producción artesanal y material ha adquirido un reconocimiento mundial y patrimonial a nivel turístico. Así mismo, Oaxaca ha sido un escenario de significativas investigaciones antropológicas y laboratorio de análisis en estos temas para México e investigadores del mundo, lo cual también ha implicado un reto a nivel académico y de formación antropológica por la exigencia que conlleva escribir sobre el estado.

Al llegar a Oaxaca, durante las dos primeras semanas de estadía viví con la familia Castillo en la ciudad y paralelamente recorrí localidades aledañas en búsqueda de una comunidad donde pudiera llevar a cabo la práctica etnográfica. Tras varias semanas de recorridos, llegué a la localidad de San Bartolo Coyotepec en la región de los Valles Centrales. Allí establecí vínculos con varias familias a través de Hiram, un colega y amigo, a quién había conocido en el seminario de Arte Popular del que participaba en el Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM.

Gracias a los contactos y vínculos establecidos mediante Hiram, conocí a Adriana Pedros, quien actualmente es la Regidora de Cultura en San Bartolo Coyotepec, una comunidad ubicada a una hora de la ciudad de Oaxaca, la cual es reconocida por la elaboración de la artesanía de barro negro. Fue Adriana quien me permitió establecer un espacio para vivir con su familia, con quienes aprendí sobre la elaboración del barro negro, al tiempo que participé como voluntaria en el proyecto denominado *Portadores de mi Identidad*, el cual era liderado por Dania Salvador, una joven de 19 años, quien se entrenaba como guía de recorridos turísticos. El propósito del proyecto es que los jóvenes de la comunidad reconocieran y aprendieran la elaboración del barro negro para que fueran ellos mismos quienes dieran recorridos locales sobre la labor artesanal.

Mediante este proyecto, participé de talleres y de reuniones con los artesanos a fin de documentar sus labores. Tras dos meses de trabajo de campo y observación etnográfica, consolidé una monografía e informe final presentado en el Coloquio de trabajo de campo de 2018 que llevó por título: *Cocer el barro y ahogar el fuego: etnografía de la producción artesanal alfarera en San Bartolo Coyotepec. Oaxaca- México*. Esta monografía describe el proceso de elaboración de las artesanías de barro negro y asuntos de la vida cotidiana de esta comunidad en ámbitos como el festivo, económico y de organización política.

Durante la estadía inicial de dos meses de trabajo de campo en San Bartolo, fue posible recorrer otras localidades de los Valles Centrales en el Estado de Oaxaca, en las cuales indagué por la elaboración de diversas artesanías como Alebrijes o figuras talladas en madera elaborados en San Antonio Arrazola y San Martín Tilcajete; la alfarería de barro rojo de San Marcos Tlapazola; los tapetes elaborados en lana y teñidos con tintes naturales de Teotitlán del Valle. En medio de estos recorridos y aprendizajes, a inicios del mes de julio llegué a la

localidad de Santa Catarina Minas también referida como *Cuna del mezcal ancestral*; fue en esta comunidad donde tuve mi primer acercamiento con esta bebida.

Al llegar a Minas el 06 de Julio de 2019, del mezcal solo sabía que era una bebida que se comercializaba como *souvenir* en el centro de Oaxaca. En aquel momento pensaba que el mezcal era un primo-hermano del tequila que se hacía artesanalmente y debía consumirse en abundancia, pero a paso lento si de probar sabores oaxaqueños se trataba. En algunas fiestas de mayordomía en San Bartolo, había observado que esta bebida circulaba, aunque también se comercializaba en el centro de la ciudad en tiendas especializadas conocidas como las mezcalerías, donde principalmente extranjeros se sumergían en el mezcal y sus efectos embriagantes. Con el pasar del tiempo y tras recorrer localidades de los Valles Centrales de Oaxaca, noté que más allá de ser una bebida apetecida por extranjeros, el mezcal era una bebida hecha de manera artesanal que ocupaba un rol importante en la vida de las personas de varias comunidades porque estaba vinculada al ciclo de la vida: fiestas patronales, curación de malestares o enfermedades y bodas. También, en algunos casos, adquiría valor de cambio, como el de una moneda, porque se usaba para el pago de trabajos o préstamos.

Fue en Santa Catarina de Minas donde conocí a la señora Leticia y a su esposo Carlos, quienes estaban emprendiendo su negocio del mezcal; ambos construían un pequeño palenque a base de ahorros y remesas de familiares en Estados Unidos. Esta pareja me permitió visitar su palenque en el barrio del Rosario; ahí me mostraron el paso a paso de hacer mezcal. Particularmente en esta localidad, el proceso de destilación se hace en una estufa de leña con ollas de barro de San Marcos Tlapazola. Al adentrarme en el proceso de producción del mezcal y sumado a intereses académicos por los procesos artesanales, surgieron varias preguntas en torno a la bebida, tales como: ¿qué es lo artesanal del mezcal? ¿Es lo artesanal lo que ha posicionado al mezcal? ¿Cuál es el vínculo entre el mezcal y las comunidades de los Valles centrales? ¿Se elabora la bebida de la misma manera en todas las localidades de Oaxaca?

En las primeras inmersiones con estos artesanos del mezcal, me percate que esta bebida se elabora mediante un proceso de producción manual que genera pocos rendimientos; si el propósito fuera hacer grandes cantidades sería necesario un proceso industrial o varios palenques que trabajen día y noche para aumentar la cantidad de litros producidos a fin de cubrir la actual demanda del mezcal; pero en ese caso ¿cambiaría el proceso de producción

artesanal del mezcal para aumentar su producción? ¿El mezcal en algunos años dejará de ser artesanal? ¿El mezcal se industrializará y le seguirá los pasos al tequila? ¿Cuáles son los oficios y trabajos que existen en torno al mezcal?

Estos diversos cuestionamientos iniciales que surgieron a partir de la visita al palenque de Leticia y Carlos, me llevaron a interesarme profundamente en el proceso de elaboración y producción artesanal del mezcal como bebida catalogada con el sello de Denominación de Origen. El trabajo desarrollado en verano de 2019, me permitió definir el proyecto de investigación que desembocó en el presente trabajo.

Después del trabajo de campo efectuado en verano, regresé a Oaxaca durante el semestre de 2019 y para el primer semestre del 2020 residí en la capital del estado con el propósito de realizar la última temporada de campo y poner en marcha la escritura de la investigación. La intención de narrar este proceso a modo de introducción de esta investigación permite ubicar al lector no solo dentro del contexto en que se gesta esta tesis, sino a nivel de los *caminos* transitados y los intereses que llevaron a una antropóloga extranjera a indagar y estudiar al mezcal. Como se evidenciará a lo largo de la investigación, el posicionamiento y la mirada externa influyen en este trabajo, ligado a intereses por los procesos artesanales basado en un trabajo de documentación realizado durante un año en el Estado de Oaxaca.

Aproximaciones literarias al mezcal

En cuanto a bibliografía del mezcal, debemos señalar que buena parte de los documentos existentes son de carácter económico y productivista; encontramos, por ejemplo: el trabajo de Palma (1991) titulado *El género Agave y su distribución en el estado de Oaxaca*; referente al cuidado y el cultivo de maguey está el trabajo de Pérez (1887); sobre el estudio del agave llamado mezcalero, se encuentra el artículo de Sánchez (2005) titulado *Oaxaca, tierra de maguey y mezcal*; y el de Cruz (2000) titulado *Agaves productores de fibras duras en el estado de Oaxaca*, los cuales fundamentalmente brindan perspectivas agronómicas sobre el maguey y sus usos.

A nivel de investigaciones efectuadas sobre el mezcal, encontramos el trabajo de Sarah Bowen, (2015) titulado *Divided Spirits: Tequila, Mezcal, and the Politics of Production*, en el cual analiza la figura de Denominación de Origen para el Tequila y el mezcal. Este documento compila información sobre la producción y la globalización de estas bebidas. Con

lo que respecta a los trabajos que han documentado la elaboración del mezcal y los aspectos fundamentales sobre la bebida están la *Anatomía del Mezcal* elaborado por la marca de Mezcal Montelobos; los diversos trabajos de Domingo García entre los que encontramos *Le mezcal, Enfant terrible du Mexique* (2018). En él analiza el proceso que ha atravesado el mezcal con respecto a las implicaciones de los discursos de la Denominación de Origen.

En cuanto a investigaciones antropológicas sobre el mezcal, encontramos el trabajo de Tomas Gross (2014), quien analiza el consumo del mezcal entre los zapotecos de la Sierra Juárez. La investigación se titula *Mezcal and Mexicanness: the Symbolic and Social Connotations of Drinking in Oaxaca*; el autor señala que “desde una perspectiva antropológica, se habla del mezcal en esta comunidad como metáfora de persona fuerte y de fortaleza” (p.14). Esta investigación refiere el vínculo del mezcal con la construcción de la masculinidad. También, existe una compilación de ensayos referentes al mezcal publicada por Artes de México, la cual se titula *Agua de las verdes matas. Tequila y Mezcal* editada por José Luis Vera Cortez (2015). La compilación reúne ensayos desde diferentes disciplinas sobre la bebida, el maguey y las implicaciones culturales del mezcal en diversos estados que abarca la Denominación de Origen.

Otro trabajo realizado en Oaxaca sobre el mezcal es el de Chiara Bresciani (2012) con el título *Alcolismo, marginalizzazione e cambio culturale: una etnografia critica del consumo di alcol in una comunità huave (Messico)*. Esta antropóloga analiza el consumo de alcohol en la comunidad de San Dionisio del Mar en la región del Istmo de Tehuantepec; ella nos plantea un contraste entre el consumo de cerveza y de mezcal; indica que el consumo de mezcal en esta comunidad es pequeño respecto a la cerveza, pero el mezcal sigue siendo importante, debido a su uso en contextos formales y rituales. En esta misma línea, debemos referenciar el trabajo María del Carmen Castillo Cisneros titulado *¿De qué hablamos cuando hablamos de mezcal?* En este ensayo, Castillo plantea un análisis de las discusiones y datos fundamentales que ha suscitado el auge de la bebida.

Además de estas investigaciones, encontramos referencia sobre el mezcal en recetarios de Oaxaca y en libros de coctelera dirigidos a turistas anglosajones. Uno de estos textos es *Finding Mezcal: A Journey Into the Liquid Soul of Mexico, with 40 Cocktail*. En este trabajo, Ron Cooper expone su conocimiento y experiencia en torno al mezcal al tiempo que sugiere recetas de coctelera con la bebida. Otro libro es de Emma Janzen, titulado *The Mezcal*

Experience: A Field Guide to the World's Best Mezcal and Agave, en el cual la autora refiere la historia y elaboración del mezcal, al tiempo que brinda una guía completa de los agaves implementados en la bebida. Una de las singularidades de la publicación es que aporta una selección de casi cincuenta cócteles elaborados con mezcal en afamados bares entre México y Estados Unidos. Fundamentalmente estos trabajos se refieren al mezcal desde el ámbito gastronómico con datos sobre la planta y el proceso de producción del mezcal. Estos documentos nos permiten rastrear como se percibe y consume el mezcal fuera de México principalmente en Estados Unidos como el primer importador de la bebida; así mismo, es interesante como los libros refieren a métodos y formas para beber mezcal que contrastan con la tradicional copa mezcalera usada en los palenques, donde el mezcal se consume “hasta ver la cruz” o el fondo del recipiente.

a) Alcohol, embriaguez y antropología

La antropología desde 1960 ha abordado el alcohol a través de diferentes perspectivas porque en torno al alcohol se han desarrollado culturalmente diversas prácticas, creencias, rituales o comportamientos complejos dada la polaridad de emociones y estados de ánimo que el alcohol genera. Dentro de los análisis encontramos lo que plasma Mary Douglas (1988) en su libro *El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo*. Ella plantea que “las bebidas hacen un mundo inteligible y soportable, porque ayudan a soportar el caos que amenaza todo el tiempo” (p. 12). En este trabajo, Douglas se detiene a analizar el papel del consumo del alcohol, pues considera que no existe una distinción entre bienes que sustentan la vida y la salud y bienes que prestan sus servicios a la mente y el corazón como son el alcohol, los cuales se aprecian mediante los sentidos. Douglas infiere que beber durante las celebraciones y rituales es una forma de construir una identidad colectiva en muchos contextos culturales.

Por su parte Dwight B. Heath (1987), quien es considerado uno de los antropólogos más relevantes en investigaciones antropológicas sobre el alcohol plantea en *Anthropology and Alcohol Studies: Current Issues* que, aunque la humanidad ha experimentado con innumerables drogas psicoactivas, ninguna se ha utilizado durante más tiempo o más ampliamente que el etanol, una forma de alcohol que se produce por el proceso natural de fermentación. Este autor realiza una recopilación y análisis cronológico de investigaciones

en torno al alcohol y refiere que, en sus inicios, “la antropología se interesó por el estudio del alcohol desde el parentesco, la religión o la división sexual del trabajo, lo cual en su momento proporcionó una ventana útil para analizar el vínculo del alcohol con creencias y comportamientos” (p. 104). Fundamentalmente, este autor señala la diferencia entre las investigaciones realizadas por los antropólogos y otras disciplinas que estudiaron el alcohol, las cuales únicamente se enfocaron en el fenómeno del alcoholismo y la salud pública. Por este motivo, a diferencia de otras disciplinas, la antropología dio cuenta que el uso del alcohol no correspondía a los efectos negativos asociados normalmente a esta droga, sino que consideraba que “el alcohol está vinculado con casi todos los aspectos de la cultura, de tal manera que son sorprendentes los diversos roles que ha desempeñado en” (Heath, 1987p 104). Así pues, es posible encontrar trabajos en donde los antropólogos no parten de una visión negativa sobre el alcohol, sino que se interesan en otras prácticas entorno a él.

Otros antropólogos como Brandes (1988) señalan que el intercambio de bebidas puede ser una forma valiosa de acumular crédito social vinculada al intercambio. Este autor evidencia que los rituales y creencias que rodean la comida y la bebida refuerzan los límites religiosos y étnicos; a su vez, señala que los tipos de bebidas tienen un estatus diferente en todos los grupos sociales y étnicos de la sociedad. Brandes (1988) compara la producción y consumo del mezcal en la Sierra Sur de Oaxaca; considera que el mezcal es una metáfora de representación para una comunidad mixteca. También, Brandes señala la importancia de distinguir entre el uso de bebidas alcohólicas frente a otras bebidas que, aunque no son alcohólicas, cumplen importantes roles sociales.

A su turno, Pohjola (2008) analiza el uso del mate en Argentina y muestra las dimensiones simbólicas y sociales de la bebida, en las cuales el mate está asociado con una fuerte responsabilidad moral para compartir, y constituye un símbolo clave de "la argentinidad" que simboliza la sociabilidad, la solidaridad, la igualdad, la amistad y la comunalidad.

Otros trabajos como el Jon Abbink (2002) titulado *Drinking, Prestige, and Power Alcohol and Cultural Hegemony in Maji, Southern Ethiopia* discute la manera en que el prestigio y poder está determinado por el consumo de alcohol en Maji (África). Este antropólogo anota que el alcohol siempre está incrustado en las relaciones de valoración económica, pero es aún más significativo en lo político y lo moral-cultural. Michael Kearney (1970), por su parte, analiza teorías sobre el intercambio de alimentos en la comunidad de Ixtepeji Oaxaca; refiere

que en esta localidad se lleva acabo el “consumo colectivo de las tres bebidas alcohólicas de uso local (mezcal, tache y cerveza)” (p. 26); refiere el lugar de la embriaguez vinculada al prestigio. En esta línea, otra investigación clave en México sobre la antropología del alcohol es el trabajo de Julio de la Fuente titulado *Monopolio de aguardiente y alcoholismo en los Altos de Chiapas*. Un estudio " donde analiza el uso del aguardiente entre las comunidades indígenas tzotziles en Chiapas.

Existe también una recopilación de ensayos e investigaciones antropológicas sobre el consumo de alcohol que dan cuenta de una diversidad de perspectivas en este ámbito; esta compilación se titula *Drinking Culture: Alcohol and Identity* publicado en 2005. Esta investigación retoma varias propuestas referentes a la consideración del alcohol como diferenciador étnico, de género y de clase. De la misma manera, encontramos el trabajo de Ayora y Vargas (2005) llamado *Romantic moods: Food, Beer, Music and the Yucatecan soul*; ambos analizan el consumo de tequila y comidas que se consideran auténticamente mexicanas mediante una etnografía realizada en la ciudad de Mérida, desde la cuál es posible comprender diferencias regionales respecto al consumo de mezcal y destilados de maguey. Otro trabajo es el de Moeran (2005) titulado *Drinking Country: Flows of Exchange in a Japanese Valley*, en donde se señala que una forma en que los hombres consolidan su separación de las mujeres es bebiendo en un espacio específico que se define como la *arena*. Según este autor, una arena o espacio para beber es un límite que tiene connotaciones simbólicas o materiales; analiza el caso del consumo de Sake en Japón y las implicaciones en términos de género que tiene el consumo de la bebida. Una de las singularidades que plantea la recopilación de ensayos de Moeran (2005) es que la mayoría de estos escritos provienen de investigaciones que no tenían como foco principal el estudio del alcohol, por lo cual se reflexiona sobre su papel como asunto adicional en el trabajo de campo para la medición con las personas, como don y herramienta metodológica. Justamente uno de los principales aportes de esta compilación es que afirma que el alcohol es parte integral de muchas experiencias etnográficas, pero han sido pocas las oportunidades en que éste se desarrolla como foco principal. A diferencia de estos diversos enfoques que ha tenido la antropología frente al alcohol, el presente trabajo tiene como eje principal el alcohol y una bebida producida en México.

b) Cultura gastronómica

Debido a que las denominaciones de Origen evidencian una necesidad actual global de localizar y proteger las producciones alimentarias (Carvajal, 2019), este trabajo aborda planteamientos y propuestas que se han hecho desde la antropología de la alimentación en torno a asuntos gastronómicos y culinarios, así como el uso social y ritual de los alimentos. Uno de los trabajos que han planteado bases para el análisis de lo culinario es el de Lévi-Strauss, quien en su trabajo titulado *Lo crudo y lo cocido* (1983) reflexiona sobre el lugar de la cocina, la cocción de alimentos en la existencia humana y por la manera en que la cocina es un acto que constituye lo humano.

Otro de los trabajos clave en este ámbito es el de Mintz (1986) con su texto de “Dulzura y poder” publicado en 1985, en el cual articula la producción y el consumo en el mercado mundial del azúcar en torno a la descripción de su origen. El autor brinda al lector una contextualización histórica del proceso de domesticación del cultivo de caña de la Nueva Guinea, a la par que describe los inicios de la extracción de sacarosa en la India, así como los procesos de trituración, evaporación y cristalización de esta planta. En el documento, el autor argumenta que “de no haber habido consumidores dispuestos en algún lado, nunca se hubieran destinado tales cantidades de tierra, trabajo y capital a un único y curioso cultivo” (1996, p.16), planteamiento que en lo que aquí interesa permite pensar en las implicaciones de orden local-global del consumo de este producto y el papel de la mano de obra esclava en el establecimiento de diversos sistemas productivos y de poder a nivel global.

En la teoría de Mintz (1996), las plantaciones, como proyectos tropicales, fueron sede de la producción de azúcar y constituyeron empresas agrícolas, donde gran parte del procesamiento se llevaba a cabo fuera de la producción (1996, p.16). En esta medida, la plantación, como forma temprana de organización industrial, destaca un desarrollo precoz fuera del continente europeo. Tanto en su forma de trabajo como en su organización, la plantación es, para el autor, una rareza que percibe su existencia como un producto del designio europeo que a su propia manera se convirtió con el tiempo en un elemento vital para el desarrollo de esta región del mundo. Y aunque no fue capitalista, dio un paso importante hacia el capitalismo, donde la esclavitud tuvo un papel preponderante para el análisis de la relación entre las fuerzas sociales globales con procesos locales que se articulan a la producción y el consumo de una sustancia como el azúcar. Por lo tanto, el análisis de Mintz

es oportuno para entender el mezcal como una bebida local en torno a la cual se teje un amplio proceso de producción que se globaliza.

El trabajo de Fischler (1990) titulado *El [h] omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo* también es fundamental porque refiere a que la comida estrecha relaciones y creencias, y que particularmente el “alcohol ejerce una serie compleja de funciones imaginarias, simbólicas y sociales” (p.86); a su vez, Fischler analiza el papel del gusto y de la práctica culinaria en la constitución del omnívoro y la cultura. En esa línea, el libro de Trubek (2008) titulado *The Taste of Place: A Cultural Journey into Terroir* analiza la relación entre la comida y la bebida en términos de valoración sensorial y de la construcción del gusto a partir del caso del consumo de vinos en Francia. Del mismo modo, la investigación de Fabien-Ouellet (2017) llamada *Poutine, Mezcal And Hard Cider: The Making Of Culinary Identities In North America*, discute la autenticidad de los alimentos a partir del gastronacionalismo y revisa el caso del mezcal elaborado en Oaxaca y la manera en que esta bebida se problematiza con las categorías tanto de la autenticidad como del gastronacionalismo, lo cual hace que el sabor del mezcal sea una propiedad que enaltece a un país.

Por su parte, Bauer (2002) en su investigación titulada *Somos lo que compramos: historia de la cultura material en América Latina* refiere a que: “La comida tiene un significado social y refleja el tipo de *conexiones que están vinculadas a las sociedades en general*”. En el texto, *Somos lo que consumimos*, señala que el proceso de mestizaje que atravesaron los países en América Latina, principalmente con el proceso de integración de lo indígena a la nación, dejó en evidencia la renuencia a utilizar o consumir la producción material o alimentaria de grupos indígenas. Los postulados de Bauer son especialmente retomados en el capítulo cuatro cuando analizamos el vínculo del mezcal como una producción alimentaria con pasado indígena. Finalmente, Carrasco (2007) en su trabajo llamado *Desarrollos de la antropología de la alimentación en América Latina: hacia el estudio de los problemas alimentarios contemporáneos* expone que uno de los aspectos fundamentales de la perspectiva antropológica sobre la alimentación se relaciona con la presencia de la comida en el ritual desde la cual es posible comprender el sentido de reciprocidad.

La tesis de Farmer (2013) intitulada *Delicious enigmas: Legal Geographical Indication Regimes in Bordeaux and the United Kingdom* plantea un análisis etnográfico comparativo de dos regímenes de indicación geográfica (IG) en Francia y Reino Unido, este trabajo es

clave para entender cómo operan legalmente los productos con origen y cuales han sido las trayectorias en Estados Unidos y Francia en términos legales, pero también desde un punto de vista antropológico. En esta misma línea, el trabajo de Carvajal (2019) analiza la *Denominación de Origen para el caso del Queso Paipa en Colombia* y señala el proceso de transformación de técnicas artesanales de elaboración de un alimento tradicional. Así pues, la presente tesis retoma varios de estos trabajos para analizar el mezcal desde un punto de vista culinario y para exponer su papel como una bebida que tiene un sabor integrante en la cocina y la gastronomía en el Estado de Oaxaca.

Tras este preámbulo en el cual establecemos el contexto, las bases conceptuales y temáticas que fundamentan este trabajo. A partir del siguiente capítulo analizamos el mezcal a partir *de Caminos*. Como hemos propuesto, los caminos no son solo una ruta lineal o concretamente geográfica, aunque en el ámbito turístico se habla de rutas mezcal que corresponden a y están ceñidas a un único espacio geográfico; son también una propuesta de análisis en la cual constantemente se vinculan y se entretajan diversas visiones sobre la bebida desde ángulos y espacios en los cuales los productores, los miembros de marcas, los certificadores y diversas personas se encuentran, transitan o circulan por estas trayectorias físicas entre localidades, las cuales al ser recorridas permiten consolidar un panorama amplio que da cuenta de las contradicciones e implicaciones actuales de la producción y los consumos de mezcal. Seguir al mezcal por diversos contextos permite referir la manera en que esta el mezcal adquiere una vida social de acuerdo con singularidades de producción y consumo.

Capítulo I. Inicio del camino. El contexto sociocultural de Oaxaca vinculado al mezcal³



³ A modo de ilustración, la portada de cada uno de los capítulos se encuentra ambientada por imágenes de agaváceas. Los dibujos se vinculan estéticamente con las temáticas abordadas. Estas ilustraciones son tomadas de <https://www.vecteezy.com/vector-art/116524-agave-and-maguey-drawings>

1.1 Contexto general del Estado de Oaxaca

El Estado de Oaxaca está ubicado en la costa sur del Pacífico mexicano, y es conocido por su diversidad geográfica, natural y cultural. Oaxaca está dividido en ocho regiones: Cañada, Costa, Istmo, Mixteca, Papaloapan, Sierra Sur, Sierra Norte y Valles Centrales. Por las condiciones geográficas, el mezcal se produce mayoritariamente entre los Valles Centrales y la Sierra Sur del estado. Oaxaca de Juárez es la capital del estado y está ubicada a seis horas de la Ciudad de México.



Imagen 1: Ubicación geográfica Estado de Oaxaca.

Tomado de: Ordoñez, 2000

Oaxaca es reconocido a nivel turístico; pero su turismo es diferente al de otros estados del país como Quintana Roo que se promocionan para un turismo de sol y playa; más bien el Estado de Oaxaca, aunque cuenta con reconocidas playas, tales como Mazunte, Puerto Escondido y Huatulco, es un destino cultural que conserva numerosas zonas arqueológicas como Monte Albán, Yagul, Atzompa, Dainzú, Mitla, Lambityeco, Zaachila, San José El Mogote. Así mismo, Oaxaca se ha promocionado como un destino en el cual los visitantes se pueden acercar a la diversidad cultural.

El estado se reconoce por la presencia de diferentes pueblos indígenas, pues es habitado por catorce grupos etnolingüísticos. Según datos del INEGI (2000), el 37% de la población

adulta de Oaxaca habla una lengua materna indígena, y en este estado se encuentra más de un tercio de todos los municipios indígenas de México.

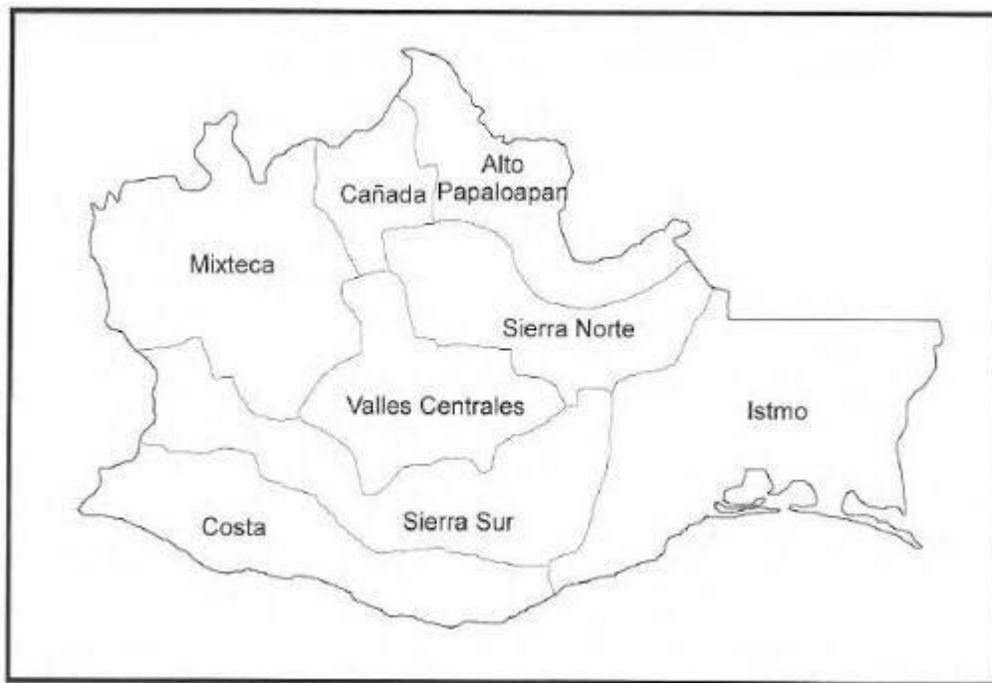


Imagen 2 regiones del estado de Oaxaca.

Fuente. *Ordóñez, 2000, p.45*

En la región de los Valles Centrales mayoritariamente se encuentran los pueblos zapotecos, los cuales representan el núcleo de una de las culturas más importantes del estado (Montaño, Velasco, Ruíz, Campos Ángeles, Rodríguez y Martínez, 2014). Los zapotecos son uno de los pueblos indígenas de México que comportan una gran diferenciación lingüística y cultural, lo cual permite distinguirlos en cuatro grupos diferenciados: zapotecos de los Valles Centrales de Oaxaca, zapotecos de la Sierra Norte, zapotecos de la Sierra Sur, zapotecos del Istmo de Tehuantepec (Millán et al., 2017, p. 52). La región de los Valles Centrales se ubica en la parte centro del estado y limita al oeste con la región de la Mixteca; al noroeste con la Cañada; al norte con la Sierra de Juárez; al este con el Istmo de Tehuantepec; y al sur con la Sierra del Sur. En conjunto, los Valles Centrales abarcan 121 municipios en los distritos de Ejutla, Etlá, Ocotlán, Tlacolula, Zaachila y Zimatlán.

En la elaboración del mezcal de la región de los Valles Centrales participa población que mayoritariamente es zapoteca. Milenariamente el territorio de los zapotecos se extiende desde la Sierra Norte hasta la costa de Oaxaca. A pesar de las migraciones y los continuos movimientos poblacionales, el Estado de Oaxaca concentra, sin embargo, el mayor número de población de ese pueblo indígena. Las lenguas zapotecas son parte de la familia otomangue; subfamilia del este; subgrupo popolocano-zapoteco; comportan tal variación que los especialistas refieren entre seis y nueve lenguas zapotecas con variantes dialectales (Millán et al., 2017, p. 54).



Imagen 3: Delimitación de la Región de los Valles Centrales

Fuente: Ramírez et al 2013, p,898

Aunque esta investigación se llevó a cabo principalmente en los Valles centrales, debemos señalar que algunos de los caminos y rutas recorridas en este trabajo también abarcan algunas localidades de la Sierra Sur de Oaxaca. En esta región, los pueblos zapotecos se encuentran distribuidos alrededor de los distritos de Ejutla, Sola De Vega, Miahuatlán, Pochutla y Yautepec. Estos distritos se ubican en una serie de valles y cordilleras, donde nacen afluentes de los ríos Atoyac-Verde; estos distritos tienen un papel central dentro de las rutas mezcaleras porque son productores de agave espadín. Como refieren Bautista y Ramírez (2008, p. 445) la producción de maguey en Oaxaca se especializó en las laderas del distrito político de Yautepec; en la Sierra Sur, el maguey espadín se desarrolló como monocultivo gracias a las particularidades ambientales de esta región. Actualmente esta es una de las zonas que cuenta con extensos cultivos de maguey (entramos en detalles sobre ello a lo largo del capítulo dos).

1.2 Organización política

La región de los Valles Centrales comprende siete distritos y un total de 121 municipios, de los cuales 63 se rigen por el sistema de usos y costumbres, y los restantes están bajo el régimen de partidos políticos. Como definen Recondo y Gallegos (2007, p. 24), los “usos y costumbres” constituyen una especie de sedimentación híbrida (Castro, 2015) de instituciones y prácticas heredadas de la época colonial que han sido transformadas a lo largo de toda la historia de México. Gross (2014) define este sistema en Oaxaca de la siguiente manera:

Usos y costumbres se usa generalmente como término de cobertura para denotar: el sistema jerárquico de cargos o puestos en la estructura organizativa de las aldeas que todos los hombres tienen periódicamente; formas locales de toma de decisiones, normas consuetudinarias, colectivas trabajo comunitario; prácticas religiosas (por ejemplo, fiestas católicas y otros rituales, así como cargos con la Iglesia Católica). Los Usos y costumbres son considerados "Autóctono" por la comunidad y, como tales, constituyen una base sólida para identidad colectiva y solidaridad. Su legitimidad proviene de la percepción que usos y costumbres abarcan prácticas y valores nativos heredados de generaciones pasadas y la costumbre es la ley. (p. 11)

Adicional a esta definición, Castro (2015) refiere a que cada sistema político conformado en torno a los usos y costumbres es resultado de su historia local en articulación específica con el estado. Otros autores (Millan, 2018, p. 40) consideran que el sistema de usos y costumbres se deriva de lo abrupto de la geografía, mediante el cual las comunidades lograron mantener cierta autonomía, respetando no solo su régimen de gobierno, sino el sistema de cargos, así como el tequio o el trabajo comunitario con el cual cada individuo es valorado y reconocido en sus derechos de ciudadano.

Además de usos y costumbres, en los Valles Centrales de Oaxaca, encontramos otras prácticas culturales y formas de socio organización política como son el tequio, la mayordomía y la guelaguetza, las cuales, aunque se consideran características de las comunidades de habla zapoteca, también pueden encontrarse en comunidades monolingües de habla hispana (Brulotte, 2009).

El tequio, por ejemplo, es un trabajo comunitario para el bien común que consiste en desyerbar caminos, limpiar la escuela, apoyar a alguien con algún trabajo. Estas diversas prácticas son clave en relación al mezcal porque, como refiere Stanley Brandes (1988, pp.

174-175), uno de los regalos más comunes en el ritual de la *guelaguetza* es el alcohol: una botella de mezcal o una caja de cerveza. En este análisis haremos referencia a estas prácticas vinculadas a momentos y a contextos en donde el mezcal es parte activa y viva de dichas manifestaciones.

1.3 Fiestas, ciclos festivos y *guelaguetza*

Como señala Zamorska (2015), “la organización de fiestas es un fenómeno interesante que juega un papel importante en la vida de muchas comunidades locales en Oaxaca y en todo México” (p. 125). Al hablar de la elaboración del mezcal es imprescindible hablar del ciclo festivo y ecológico que rige las celebraciones patronales y católicas del estado; por ejemplo, al sumergirnos por algunas localidades de los Valles Centrales, encontramos que el consumo y producción de mezcal se vincula con los ciclos rituales y festivos. Como refiere Millán (2018), para pueblos que basan su subsistencia en los recursos ecológicos disponibles son, como son la mayoría de los grupos indígenas de Oaxaca, los ritmos naturales una fuente que suministra determinados dones durante el transcurso del año (p.505) y por lo cual las festividades se guían por una secuencia cronológica que distribuye alimentos y ofrendas a lo largo del ciclo anual.

Se puede reseñar el ciclo anual festivo a partir de los planteamientos de Millán (2018), quien refiere que, para la región de los Valles de Oaxaca, durante el invierno y a principios de año se emprende peregrinaciones rituales para solicitar el bienestar comunitario:

En mayo se piden las lluvias y a mediados de ese mes y principios de junio se recibe ese don natural, entre junio y octubre se ofrecen mayordomías a los santos; a finales de octubre se reciben las cosechas. En noviembre, los primeros días, se ofrenda a los difuntos, y hacia finales de diciembre se emprende peregrinaciones para solicitar dones individuales a las cruces y a los santuarios. (p. 506)

Como vemos, hay una delimitación del ciclo y prácticas en torno a ellas. En términos de la producción y consumo de mezcal, los ciclos agrícolas y las festividades de cada localidad influyen en la elaboración de la bebida; existen por ejemplo mezcales como el mezcal de pechuga que se elabora una vez al año para la celebración de Día de Muertos; en localidades como Santa Catarina de Minas, esta bebida se vincula con la realización de una comida ritual. Así mismo, existe una celebración en esta comunidad dedicada al niño del palenque; una

celebración que es especial para los mezcaleros porque en ella conmemoran a su patrono. La elaboración del mezcal se vincula a celebraciones en cada localidad, y con las temporadas de calor de los meses de abril, mayo, junio y julio, en los cuales la temperatura ayuda a la fermentación. En el mes de febrero es cuando comienza a crecer el quiote o la flor del maguey, y en esta temporada se seleccionan y se cortan para crezcan en los siguientes meses de cosecha; de hecho, en torno a estas cosechas, algunas familias realizan platillos y alimentos a base de los quiotes, los cuales también delimitan el inicio de la producción del mezcal.

De otro lado la guelaguetza, entendida como la fiesta anual realizada en el mes de julio que se promociona para el turismo, es una celebración que supuestamente se deriva del siglo XVI, cuando se edifica en el cerro oaxaqueño El Fortín, un espacio para consagrar a Centéolt (dios del maíz). Con base en esta historia, se considera que, desde esa fecha, se instituyó la célebre festividad de lunes del cerro, la cual en algún momento si estuvo conmemorada y celebrada por diferentes comunidades, pero actualmente es considerada una fiesta para el turismo y de acceso limitado para locales por el alto costo. Una de las particularidades de esta celebración es que en ella hacen gala la vestimenta y la producción material, artesanal y textil de las comunidades que participan. Al respecto dice Cant (2012):

La diversidad cultural de Oaxaca, en lugar de ser subsumida por la simple dicotomía indio/mestizo, fue cooptada y luego celebrada mediante la construcción deliberada de representaciones estéticas que se materializaron y circularon en fotografías tipográficas de los grupos indígenas de Oaxaca, postales, vestimenta tradicional femenina (traje), en el evento Homenaje Racial (Homenaje racial), celebrado en 1932, que fue el precursor del festival anual de la Guelaguetza. (p. 34)

Además de la guelaguetza, existen otras festividades que son realizadas en la intimidad de las comunidades. Zamorska (2015) en su trabajo *Prestige and Alcohol in South Mexican Fiesta: Drinking with Saint Patrons in the Central Valleys of Oaxaca* dice que: “Organizar fiestas en los Valles de Oaxaca se basa en un intercambio ritual de regalos, llamado guelaguetza (término zapoteco que ya delimitamos y que se diferencia de la guelaguetza como fiesta anual para el turismo” (p.253). Para esta autora en localidades de los Valles, como en San Bartolo Coyotepec, cuando se realiza una cooperación para la realización de la fiesta, donde cada quién realiza un aporte, opera un intercambio en los términos de la teoría

del Don de Marcel Mauss (1922). Precisamente una de las celebraciones más relevantes al respecto de lo que refiere la autora son las fiestas a los santos patronos; estas fiestas suelen ser las más importantes del calendario de comunidades locales en México porque en ella los organizadores construyen un prestigio posicional, el cual obtienen a cambio por sus cargos, lo que a su vez se pueden transformar en nominaciones para ciertos puestos en el gobierno local.

Definitivamente los ciclos festivos son clave para revisar lo que ocurre con el mezcal porque como afirma Zamorska (2015) el sistema de fiesta proporciona un medio rico para examinar las relaciones de poder entre diferentes grupos y la manera en que el mezcal se bebe bajo condiciones particulares, a través de las cuales el tiempo y el contexto en que se consume nos permite entender las relaciones de poder entre diversos grupos, así como las de prestigio dentro de la misma comunidad. Hablaremos de ello en apartados etnográficos que corresponden a la fiesta de Mayordomía en San Bartolo Coyotepec y la celebración del día de todos los Santos en la localidad Díaz Ordaz en Tlacolula.

1.4 Las actividades económicas

En la región de Valles centrales hay una fuerte polaridad en el desarrollo económico de la población rural y urbana, a excepción del distrito Centro, “la población de la región se dedica y depende fundamentalmente de las labores agrícolas” (Gamblin, 2011, p. 13). Actualmente la agricultura en la región es de subsistencia y comercial; en esta región se practica una agricultura cíclica. Los alimentos que se cultivan son maíz, frijol, calabaza, chile y cacahuete. Adicional a estas las labores, existe la cría y venta de ganado de caprino o bovino. Para delimitar esta región en términos económicos, a continuación, subdividimos este ámbito en apartados: la agrodiversidad regional; el cultivo de alimentos ligado a la distribución a través de un sistema de mercados y a la gastronomía; el mezcal como fuente económica en un contexto migrante y la producción artesanal como actividad remunerada.

1.4.1 Agrodiversidad regional

En los Valles Centrales de Oaxaca predominan las llanuras, lomeríos de baja altitud, las cumbres tendidas, cañadas y sierras bajas complejas con piso rocoso, sobre todo, de origen

volcánico. Esta zona cuenta con la presencia de minas de oro, plata, cobre y plomo. El clima en esta región es semi-cálido seco o templado con poca humedad, con escurrimientos de agua muy bajo entre los 50-100 mm/año, lo que según Palma, Pérez y Meza (2016) hace que la temporada de lluvias condicione la elaboración de mezcal y la concentración de azúcares de los agaves, ya que la ausencia y abundancia de agua puede generar que los azucares de la piña o cabeza de agave se reduzca; por dicha razón, idealmente, los productores prefieren utilizar los agaves cortados o cultivados en temporadas de escasez de lluvias, pues así se garantiza que cuente con abundantes azucares la planta y no solamente contenga agua.

Además de una diversidad de agaves, en los Valles Centrales encontramos una diversidad de plantas que fue posible documentar en conversaciones con los habitantes de diversas localidades. Dentro de las plantas documentadas es de destacarse aquellas que se utilizan como madera para la cocción del maguey; la elaboración de algunas artesanías de barro; la preparación de alimentos dentro de las cuales destaca el mezquite; y la utilización del copal en la elaboración de alebrijes. Dentro de esta documentación, también, se encontró que algunas de estas plantas se emplean en la elaboración de mezcales abocados, es decir, a los que se les añade unas plantas como sabor e ingrediente adicional; algunas de estas plantas son el poleo, la ruda y el toronjil. Estos mezcales tienen fines medicinales de acuerdo con los principios y usos etnobotánicos de las plantas. En el siguiente cuadro referimos y señalamos la documentación recopilada.

Tabla 1. Conocimiento local y etnobotánica de plantas y vegetación de los Valles Centrales

Nombre común	Nombre científico	Origen	Parte de la planta usada	Uso social.
Mezquite	<i>Prosopis laevigata</i>	Nativa	Vaina (fruto)	Forraje para el ganado, principalmente caprino y equino. Madera implementada en la cocción alfarera y de mezcal.
Huamúchil	<i>Pithecellobium dulce</i>	Nativa	Vaina (fruto)	Alimento: se consume para evitar deshidratación, principalmente utilizado por pastores o jornaleros en temporada de sequía.

Ceiba	<i>Ceiba pentandra</i>	Nativa	Individuo completo	Cosmológicamente remite al periodo zapoteco prehispánico, en el cual el árbol significaba el origen del cosmos.
Copal	<i>Bursera sp.</i>	Nativa	Resina	Ceremonial, uso de la resina durante actos religiosos en la iglesia de la comunidad, durante semana santa, día de muertos y celebraciones dominicales. Madera utilizada en la talla de artesanías como los alebrijes.
Encino	<i>Quercus corrugata</i>	Nativa	Tronco y ramas	Combustible en la cocción del barro negro, mezcal, algunos alimentos y platos tradicionales.
Granada			Fruto	Comestible en temporada; sobre todo en los meses de junio y julio
Huizache	<i>Acacia sp.</i>	Nativa	Fruto	Forraje para el ganado caprino.
Cacaloxochitl (jacalozuchitl)		Nativa	Flor	Ritual: con esta planta se elaboran collares, los cuales son únicamente usados por el nivel más alto de autoridad del ayuntamiento (presidente municipal, sindico y regidores). En domingo de ramos y domingo de resurrección para el caso de San Bartolo Coyotepec.
Pirul		Introducida	Ramas y hojas	Medicinal, para uso en limpiezas de mal de ojo, y en te para malestares estomacales.
Magueyitos	<i>Tillandsia achyrostachys</i>	Nativa	Toda la planta	Religioso, para decoración de nacimientos en el mes de diciembre.

Palmas		Introducida	Hojas	En domingo de ramos una autoridad municipal la usa (generalmente el alcalde), quien es designado como mayordomo de este día de la semana. Él regala palmas a la comunidad para conmemorar la llegada de Jesús a Nazaret a tiempo que se oficia una misa.
Viznagas	<i>Mammillaria sp</i>	Nativa	Fruto	Alimento en la temporada de junio y julio; se consume crudo al instante de ser colectada para evitar deshidratación.
Órganos	<i>Cephalocereus sp.</i>	Nativa	Toda la planta	Construcción, es utilizada como cerco vivo para delimitar las propiedades y terrenos de cada familia.
Huaje	<i>Leucaena leucocephala</i>	Nativa	Vaina (fruto)	Alimenticio, acompañado con otros alimentos como frijoles, arroz, etc.
Tepiche, o chepiche	<i>Porophyllum linaria</i>	Nativa	Toda la planta	Alimenticio, sus hojas y flores son complemento de platillos como tlayudas y frijoles.
Hoja santa	<i>Piper auritum</i>	Nativa	Hoja	Alimenticia como condimento en la preparación del mole verde y en la preparación de diversos platillos tradicionales.
Pitiona	<i>Lippia alba</i>	Nativa	hojas	Alimenticia como condimento en la preparación del mole amarillo.
Laurel	<i>Laurus nobilis</i>	Introducida	hojas	Como árbol de sombra y para hacer cruces en el mes de mayo.
Yegaceta	<i>Asteracea</i> de flor blanca	Nativa	Flor	Utilizada como decoración en las ofrendas de la celebración de día de muertos. Tanto en el altar como en las tumbas.

Carrizo	<i>Arundo donax</i>	Introducida	tallo	Son utilizadas para hacer cercas para corrales de animales de traspato y para delimitar terrenos.
Plantas medicinales				
Ruda	<i>Ruta graveolens</i>	Nativa	Hojas y tallos	Para limpias de mal de ojo y para té para indigestión; usada en el mezcal abocado.
Poleo		Nativa	Hojas y tallos	Para males estomacales, digestivos y resaca. Usada en el mezcal abocado.
Lengua de vaca		Nativa	Hojas	Uso desinflamatorio.
Marrubio		Nativa	Hojas	Se unas para desinfectar heridas.
Manita de león		Nativa	Hojas	Desinflamante de amígdalas y sistema respiratorio.
Albahaca		Nativa	Hojas y flor	Barridas y malas vibras. Usada en mezcales abocados para usos medicinales.
Hierba de Cáncer		Nativa	Hojas	Cicatrización de heridas y desinfectantes.
Aguacate		Nativa	Hoja	En té para desinflamar.
Malba		Nativa	Hojas	Desinflamante de encías y garganta.
Botonchihuite		Nativa	Hojas y tallos	En barridas para disminuir la temperatura corporal en caso de fiebre. Y para mujeres recién aliviadas, a manera de temazcal para mejorar la lactancia y dolores musculares.
Guanasana		Nativa	Hojas	Para la bilis y como te para mujeres recién aliviadas
Hierba maestra		Nativa	Hojas	Como té para niños berrinchudos.
Toloache		Nativa	Hojas y flor	Como amarre de amores.
Chicalote		Nativa	Hojas y tallo	Para barridas en caso de urticaria por alergia.

ishpule		Nativa	Hojas	Urticaria solo en bebes.
Plantas de cultivo				
Maíz	<i>Zea maíz</i> De maíz criollo variedades: roja, morada, amarilla y blanco.	Nativa	Fruto	Alimenticias, en tortillas, tamales, atoles, pinol (se da como bebida en bodas y mayordomías).
Calabaza	<i>Cucurbita pepo</i> Variedades chompa, támara, huiche y cuarentena	Nativa	Flor, semillas y fruto	Alimenticio: la semilla es consumida tostada al comal; la flor en empanadas con quesillo y el fruto es utilizado para guisos, además, se usa como forraje para ganado combinadas con sal.
Frijol		Nativa	Fruto	Alimenticio en guisado.
Chile	<i>Capsicum annum</i> de agua y huachinango	Nativa	Fruto	Alimenticio en chiles rellenos y como acompañante de platos típicos.
Quintoniles		Nativa	Hojas y tallos	Alimenticio, hervidos con cebolla como acompañamiento de carne de puerco.
frijolon		Nativa	Fruto	Alimenticio en guisado.
chaya		Nativa	Hojas	Consumida en agua de tiempo.
verdolaga		Nativa	Hojas	Alimenticia, en preparaciones hervidas o acompañadas con carne de puerco o pollo.

Fuente: Elaboración propia.

1.4.2 Gastronomía, alimentación y mercados

Oaxaca es actualmente reconocido por prácticas culinarias que implementan el uso de maíces endémicos o nativos; algunos de ellos son el olotillo, tuxpeño, bandeño, conejo y comiteco; muchos de los sabores de Oaxaca provienen de la milpa. Del mismo modo, el sistema mesoamericano de siembra que, entre otros alimentos, provee frijol y calabazas, pues no es solamente un campo de cultivo de maíz, sino que tiene una importancia como institución agro-sociocultural (Alcorn, 1976, p. 227) Aparte de la milpa, otros cultivos importantes son los de hortalizas, frutales (aguacate, café, durazno, níspero, guayaba, manzana, nogal, nopales, limón, toronja y tejocotes), café y, por supuesto, maguey

mezcalero; estos últimos destinados al comercio local, ya que son los principales productos que generan ingresos monetarios.

En buena medida la diversidad de alimentos del estado también deviene de las condiciones geográficas y climatológicas que permiten obtener una variedad de ingredientes y sabores provenientes de diversos paisajes, lo que a su vez se refleja en las prácticas culinarias. Debemos señalar que recientemente el Estado de Oaxaca fue reconocido a nivel gastronómico como el mejor destino gourmet de México, premio entregado por la revista *Food and Travel México*. Así mismo, la gastronomía ha sido nombrada, desde 2008, por el Congreso local como “Patrimonio Cultural Inmaterial del Estado de Oaxaca” y aunque aún no hace parte de la lista oficial de patrimonio de la Unesco, este reconocimiento ha sido en mayor medida valioso para el ámbito turístico; estos reconocimientos tienen un peso importante a la hora de pensar en el mezcal como otro de estos sabores e ingredientes tradicionales que caracterizan a Oaxaca, pues justamente se integran al menú, razón por la cual los turistas se interesan cuando visitan el estado.

Tabla 2. Días de mercado en los Valles Centrales.

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
- Tlacolula de Matamoros. -Ayutla Mixe. -San Antonino Castillo Velasco.	-Miahuatlán de Porfirio Diaz. -Ixtlán de Juárez.	Ayoquezco de Aldama. Santa María Atzompa.	- Villa de Etlá. - Zimatlán de Alvarez.	- Zaachilá. -Ejutla de Crespo.	-Ocotlán de Morelos. -San Bartolo Coyotepec. -Santo Tomás Jalietza. -San Antonino Castillo Velasco.	-Ciudad de Oaxaca- (Mercado de Abastos, El Pochote) -Tlaxiaco.

Fuente: Elaboración propia

Dentro del sistema de distribución de alimentos, debemos referir el papel del sistema de mercado que antropológicamente fue etnografiado y registrado en el trabajo de Julio de la Fuente y Malinowski titulado *La economía de un sistema de mercados en México*. En este trabajo se reseñaba la compleja red comercial que existe en torno a los mercados de diferentes comunidades de los valles Centrales. Actualmente existe de hecho días de mercado

para cada una de las comunidades, estas redes de mercado son importantes no solo porque rigen el comercio local, sino que también son especiales focos de turismo y de flujos comerciales en que los diversos productos y alimentos se mueven por una compleja red económica que involucra diferentes comunidades.

1.4.3 Entre la diáspora y la producción. El mezcal en un contexto migrante

A nivel económico también debemos considerar que Oaxaca es el cuarto estado de México de mayor expulsión migratoria, pero el primero en expulsión a campos agrícolas. (Juárez, 2008). De las ocho regiones de Oaxaca, la migración más frecuente es en la Mixteca, los Valles Centrales, la Sierra Norte, y el Papaloapan (Conapo, 2000). La migración hacia Estados Unidos es la más recurrente en el estado como señalan Fox y Rivera (2004, p.8). Esta migración despegó a fines de la década de 1980 con la extensa incorporación de zapotecos en servicios urbanos y mixtecos en mano de obra agrícola a menudo en los trabajos más difíciles y peor pagados, quienes migran particularmente al estado de California.

En relación con el mezcal, la migración es un asunto a tener en cuenta, en la medida en que intercepta la vida de muchos productores. Son frecuentes historias y relatos de diversos productores, quienes en algún momento de la vida se han ido al *otro lado* y tras varios años de trabajo regresan a Oaxaca con ahorros; varios de ellos consideran que una de las maneras de quedarse en México y “*ya no irse a sufrir*” es incursionando en la creación de marcas y palenques de mezcal. Al respecto, una experiencia interesante es la de Mezcal Tosba, un mezcal que se produce en San José Lachiguiri, Oaxaca y se vende en EUA. Esta marca justamente surge del proyecto de dos migrantes oaxaqueños que, tras años de trabajo en Los Ángeles, regresan a Oaxaca y ponen en marcha su propia marca de mezcal que actualmente comercializan en California, estado en el que existen 22 organizaciones pro-migrantes oaxaqueños, lo cual habla de la fuerte vinculación de los migrantes con sus comunidades de origen y un fuerte asentamiento de oaxaqueños en este estado.

En este contexto, el mezcal no solo es un medio para permanecer en México, sino para abrirse camino en Estados Unidos. Algunos de los migrantes narran que al atravesar la frontera tratan de llevar mezcal para intercambiarlo o venderlo y así adquirir un dinero base para empezar a trabajar; otros fundamentalmente han enfocado su comercio para el exterior y se han asociado con ciudadanos americanos para emprender marcas de mezcal.

La migración y su vínculo con el mezcal, nos lleva a preguntarnos por los trabajos que genera el mezcal y los efectos económicos de la producción de la bebida en las diferentes localidades. Para Ríos y Kumar (2012), quienes definen que la migración “más allá de ser una práctica de sobrevivencia económica es una herramienta con la que se actualizan los elementos culturales que permiten la innovación de los procesos productivos” (p. 43). Estos autores permiten reflexionar que con el retorno de los migrantes se pueden generar cambios socioculturales y productivos que detonan el desarrollo local de su comunidad. El mezcal actualmente es una de las actividades productivas que puede incidir de manera multidimensional en la migración en localidades en los Valles centrales; ello nos recuerda la importancia de tener cuenta que muchas historias de vida y trayectorias de productores de mezcal han estado delimitadas y atravesadas por la migración.

1.5 La producción artesanal y material en el Estado de Oaxaca

Oaxaca también se reconoce por la producción material artesanal. En los Valles Centrales, podemos encontrar pueblos especializados en producciones artesanales basadas en el uso de diversas técnicas y materiales como barro, madera y textiles; diferentes localidades se dedican a la elaboración de artesanías, tales como alebrijes o figuras talladas en madera elaboradas en San Antonio Arrazola y San Martín Tilcajete. También, existe la alfarería de barro rojo de San Marcos Tlapazola; los tapetes elaborados en lana y teñidos con tintes naturales de Teotitlán del Valle. En la ciudad de Oaxaca existe una amplia red de tiendas, mercados, galerías o boutiques en los que pueden hallarse producciones provenientes de diferentes localidades de otras regiones y hechas con diversas técnicas. Dentro de la oferta podemos encontrar tiendas especializadas en huipiles y puestos ambulantes sobre el andador turístico y en el zócalo donde mujeres de diversas comunidades, tales como mujeres triquis, zapotecas, mixes, huaves y amuzgas (Bartolomé, 2008) venden huipiles o prendas elaboradas en técnicas como el telar de cintura.

Precisamente muchos visitantes en Oaxaca se sienten atraídos por la diversidad de materiales, texturas y técnicas con las cuales se produce una amplia gama de objetos artesanales. Para Brulotte (2009), durante los últimos 30 años, la capital de Oaxaca y los Valles Centrales se han convertido en un prominente centro de “turismo étnico” sobre el cual miles de visitantes se sienten atraídos por los pueblos indígenas de la región y el patrimonio

cultural materializado a través de pueblos productores de artesanías, dentro de las que se reconoce el trabajo artesanal de comunidades como San Bartolo, Teotitlán, Arrazola y Tilcajete. San Bartolo, por su parte, está caracterizado por el trabajo alfarero; en esta localidad los cantaros de barro negro son recipientes ovales de cuello y boca muy pequeños. Además, están asociados al mezcal porque, como refieren Díaz y Zafra (2018) en el trabajo titulado *El barro negro de San Bartolo Coyotepec*, los cantaros mezcaleros u ollas mezcaleras son considerados la forma tradicional de embasamiento de esta bebida alcohólica originaria de Oaxaca (p. 673). Aunque esta práctica se abandonó porque se creó el rumor de que el barro podía contaminar químicamente el mezcal, en San Bartolo, preocupados por este asunto, realizaron estudios de laboratorio y descubrieron que el barro no interfería con el mezcal, al contrario era una técnica tradicional para almacenarlo, por lo que posiblemente este cambio más bien da cuenta de una transformación estética asociado al embotellamiento de la bebida para su consumo y exportación.

En Oaxaca encontramos diversos procesos artesanales, además del mezcal. Esto da cuenta de que las artesanías han tenido un papel importante en México porque han estado ligadas con la consolidación del nacionalismo, las nociones del desarrollo y la antropología mexicana en los siglos XX y XXI. (Cant, 2012). Particularmente en México, las producciones artesanales han jugado un papel preponderante en los procesos nacionales de mestizaje que promueve la mezcla de culturas y razas indígenas y españolas. Al respecto Victoria Novelo (1976) señala que, desde la segunda década del siglo XX, el estado mexicano actúa como impulsor determinante en el desarrollo de la producción de artesanías donde principalmente la estética y modo de elaboración se exalta y los configuran en íconos de lo nacional. Dentro de esta discusión, el Estado de Oaxaca ha tenido un papel clave porque ha sido un escenario angular de investigaciones en torno a la producción material y artesanal, debido a que la diversidad étnica de Oaxaca se destiló en la cultura material de cada región a través de representaciones materiales (Poole, 2004). Por dicha razón, en este trabajo consideramos al mezcal en el contexto oaxaqueño como una producción material artesanal atravesada por múltiples relaciones y significados, los cuales profundizamos en posteriores capítulos. Hasta aquí hemos descrito el contexto sociocultural en que se desarrolla esta investigación. Ahora,

en el capítulo II, planteamos el panorama sobre el contexto y el proceso en que la bebida se produce.



Imagen 4: Paisaje magueyero en la localidad de San Pedro Quiatoni, Oaxaca

Fuente: archivo personal

Capítulo II. Parada de ruta. El mezcal como una producción material y artesanal



Introducción

Dentro de la gran oferta de producciones materiales y artesanales de Oaxaca encontramos el mezcal como una bebida que es elaborada artesanalmente mediante el conocimiento de diversas comunidades atravesadas por singularidades étnicas, políticas y de organización territorial. Para analizar el mezcal como producción material que caracteriza a Oaxaca, debemos tener en cuenta que, en los Valles Centrales de Oaxaca, las prácticas culturales y formas de socio-organización política como tequio, mayordomía, guelaguetza y usos y costumbres atraviesan a las localidades en que nos sumergimos. Estas formas organizativas no solo remiten a características de comunidades de habla zapoteca, sino también pueden encontrarse en comunidades monolingües que hablan español. Por lo tanto, no existen caminos ni modos homogéneos de hacer mezcal, sino que están atravesadas por un gran número de singularidades en donde la diversidad étnica y racial marcan la pauta para evidenciar una compleja red de usos, significados y modos en los que la bebida se produce y en las cuales el productor cobra el papel importante al dotar de singularidad a la bebida. Para establecer estas singularidades, en este apartado hacemos referencia a asuntos que son generales en términos de producción de la bebida mediante la descripción de las características de los agaves.

2.1 ¿De qué está hecho el mezcal?

Mezcal es el nombre común otorgado a las bebidas obtenidas de la destilación de los mostos fermentados de las piñas o cabezas cocidas de maguey o Agave. La definición clásica señala que la palabra mezcal viene de la palabra náhuatl de metl ('maguey') e ixcalli ('cocido') o maguey cocido; el mezcal es considerada una bebida espirituosa por el contenido alcohólico procedentes de la destilación de materias primas provenientes de las plantas de maguey.

Si bien el mezcal se elabora con diversas especies de agaves, actualmente están registradas 250 especies y alrededor de treinta que se utilizan en la elaboración del mezcal en Oaxaca, debido a sus cualidades climáticas y físicas del estado y de acuerdo con los conocimientos de cada comunidad. El uso de especies de maguey para la elaboración del mezcal puede variar entre comunidades dependiendo del ciclo de crecimiento de la planta (León, Campos,

Enríquez, Velasco, Marini, y Rodríguez, 2013, p.186) y las variedades que crecen en cada una de las localidades.

México es el área con mayor diversidad en todo el mundo. De un total de 210 especies, México tiene 159, es decir, el 75%, el cual implica que hay 119 especies endémicas, exclusivas de su territorio. Se dice que, en México, los productores están familiarizados con ellos; estas especies se pueden observar cerca de las casas, a lo largo de los caminos, bordeando terrenos de cultivo y como plantas de ornato. Algunas crecen en grandes plantaciones como el maguey espadín en Oaxaca, el agave azul en Jalisco, el henequén en Yucatán y los magueyes pulqueros en Hidalgo, Tlaxcala, Guanajuato, Estado de México o Puebla. De acuerdo con la NOM-070-SCFI-2016, actualmente se reconocen “todas” las especies de agave como susceptibles de ser aprovechadas para elaborar la bebida. Sobre la utilización de agaves debemos diferenciar entre los agaves cultivados y los agaves silvestres.

2.2 El maguey de Oaxaca y su dimensión material

En Oaxaca “además del agave espadín, un mínimo de veinte especies de maguey se aprovecha y manejan en condiciones naturales y culturales muy diversas para producir bebidas destiladas y en la elaboración de mezcal” (Vera y Akaki,2017, 140). Dos de las especies que son cultivadas intensamente es el maguey tequilero (*A. tequilana*) y el espadín (*A. angustifolia*) (Bautista, Antonio y León, 2017). El maguey espadín se empezó a sembrar como cultivo agrícola en laderas de la Sierra Sur, en comunidades como Nejapa y posteriormente en los Valles Centrales en Oaxaca; este maguey requiere de ciclos largos de maduración superiores a 7 años, lo cual por el abundante uso puede generar desaparición y escasas de especies. Respecto a los agaves que son cultivados, se consideran silvestres y pueden ser utilizados en la producción de mezcal. En el Estado de Oaxaca encontramos la siguiente lista:

Maguey mexicano (*Agave rhodacantha*), papalométl o tobalá (*Agave potatorum*), biliaá (*Agave seemanniana*), tepeztate (*Agave marmorata*), cirial, barril, bicuixe, madre cuixe, cuixe, tobasiche (*Agave karwinskii*), arroqueño (*Agave americana* var. *americana*) y maguey Sierra Negra (*Agave americana* var. *oaxacensis*). (Palma, Pérez, y Meza, 2016, p. 2)



Agave Angustifolia



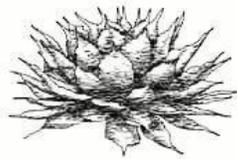
Agave Cupreata



Agave Durangensis



Agave Karwinskii



Agave Potatorum



Agave Tequilana

TYPES OF AGAVE

Si bien estas son algunas de las especies silvestres que han sido catalogadas y reconocidas como plantas de las que se hace mezcal, en diversas comunidades existen otros agaves que aún no están catalogados o incluidos en listas oficiales, así mismo existen mezcales que son nombrados de manera diferente a como se conocen en otras comunidades productoras.

La utilización de las plantas de maguey a partir del auge del mezcal como un producto con origen, nos lleva a preguntarnos por diversas características de la planta: el paisaje, los usos sociales, en tanto material y materia prima del mezcal. En un trabajo que se preocupa por la elaboración y materialidad del mezcal, es clave analizar los materiales de los que está hecho cada objeto a fin de comprender su importancia y linealidad, no solo desde el punto de vista social, también esbozaremos algunas implicaciones ambientales y dilemas que la demandante extracción de la planta ha generado, donde nos interesa analizar las implicaciones de la valorización y patrimonialización del paisaje del maguey, y las maneras

en que el inicio de la ausencia, escasez y aumento de precio de la planta ha generado diversos procesos en las comunidades y los variados proyectos que han empezado a surgir.



Imagen 5: Maguey silvestres tepextate en medio de cultivos de maguey espadín en la localidad de Nejapa de Madero, Oaxaca

Fuente: archivo personal

En el presente trabajo al interesarnos por el mezcal como producción material etiquetada como producto artesanal, es imprescindible reflexionar sobre la materialidad y los materiales del que se elabora la bebida a fin de comprender por qué en Oaxaca se elabora mezcal, qué lo hace diferente de otros estados de la república y de qué manera a la bebida se le otorgan valores especiales por los materiales y modo en que está hecha. Ingold (2013), quien analiza la cultura material y las implicaciones de los objetos, refiere la importancia de dirigir la mirada hacia los materiales de los que están hechos las cosas a fin de comprender de qué manera el objeto surge, se construye y está impregnado de la singularidad cultural que lo rodea. Inicialmente la palabra *material* y su raíz *mater*, que por definición en latín significa “madre”, remite al lugar desde el cual un objeto tiene origen y debe ser comprendido y analizado. Como refiere el mismo autor, no es posible separar los materiales de la materialidad; es necesario comprender y analizar los materiales con los cuales está hecho un objeto para comprender su agencia y el rol que cumplen socialmente. El material que

constituye al mezcal es la planta de maguey o agave, la cual mediante un profundo conocimiento local y culinario se transforma para convertirse en mezcal. En este proceso el objeto cobra una nueva materialidad. Precisamente, las plantas son una fuente inagotable de material para su posterior procesamiento y transformación (Ingold, 2013), asunto que nos permite comprender que los seres humanos juegan un papel en su transformación de los materiales de los que está compuesto el mundo vinculado con el medio material que da lugar al objeto.

Los agaves son plantas comúnmente conocidas como magueyes o mezcales que se distribuyen a lo largo del territorio mexicano, donde diversos grupos humanos le han otorgado un uso importante porque históricamente el agave o maguey ha tenido una relación entrañable con los pueblos y comunidades en México por los materiales que ha otorgado y proporcionado. Los cronistas dijeron que:

El maguey o el árbol de las mil maravillas y al que se le atribuían da agua y vino, y aceite y vinagre, y miel, y arrope e hilo. y aguja, y otras cien cosas. Él es un árbol que en la nueva España estiman mucho los indios, y de ordinario tienen en su habitación alguno o algunos de este género para ayuda a su vida, y en los campos se da y le cultivan. (Acosta, 1590, p. 182)

Es una planta con profundos significados que nos evidencian la importancia de su materialidad en usos cotidianos como la preparación de alimentos, la elaboración de tejidos y las fiestas; asuntos que recalcan la importancia material de la bebida desde la cual es posible la transformación de una planta en una bebida.

Es fundamental reconocer cómo el mezcal remite a un gran número de conocimientos y usos que evidencian un vínculo material con la planta. Según Ingold (2013), cuando un material es en ese momento el objeto captura nuestra atención, y no más los materiales de los que están hechos. El agave o maguey tras la intervención humana se convierte en mezcal, Ingold (2013), entonces, considera que “el poder es, entre otras cosas, una propiedad de la materialidad” (p.280). Así pues, el mezcal es una bebida que está en tensión por las relaciones de poder: el poder de quien puede comercializarlo de determinada manera. El mezcal es un crisol de relaciones sociales, donde destacan la de los productores, los intermediarios del mismo estado, y con la Denominación de Origen de por medio lo que está en juego es la poder de las comunidades de producir alcohol.

Generalmente este poder en otros países de América latina como Colombia lo tiene el Estado; pero en Oaxaca, la posibilidad de que se produzca alcohol por las mismas comunidades de manera libre está en juego. Ahora el mezcal se está regulando, pero en efecto el problema es la manera en que se quiere controlar. De ahí el otro fenómeno que surge es que, entonces, empieza a operar y acomodar estas tensiones con la manera en que localmente el discurso del *terroir* se incorpora, se desarrolla y se expresa sobre los objetos. Es, en definitiva, un proceso que involucra el poder y aparecen una gama de actores que dialogan constantemente en torno al mezcal.

1. Flor
2. Semilla
3. Quiote
4. Espina
5. Hoja o Penca
6. Tallo o Piña
7. Hijuelo

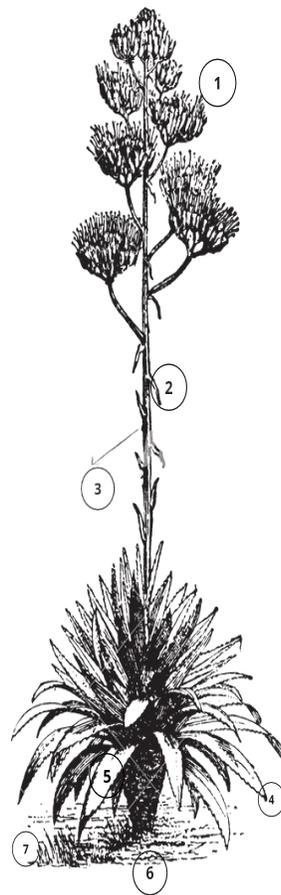


Imagen 6: Anatomía de maguey

Fuente: Elaboración propia con base en Vela (2014)

2.3 Los actores: marcas, extranjeros y productores de mezcal

Existen una gama de actores que son centrales en esta discusión y a través de los cuales se conforma el crisol de relaciones que podemos evidenciar mediante el mezcal como producto material cultural, el cual es el resultado de un proceso de valorización y transformación a partir de la puesta en marcha de la Denominación de Origen. Como refiere el documental *Mezcal* producido por el INAH, “en torno al mezcal ha existido un universo de oficios y de oficientes”; esta diversidad de oficios está conformada por los carpinteros que fabrican las barricas para fermentar el tepache; los magueyeros que jiman o cultivan los magueyes; los fabricantes de alambiques; y el mezcalero, quien prepara y destila la bebida. Si bien tenemos esta variedad de oficios tradicionales en torno al mezcal, para esta investigación hemos identificamos otros actores esenciales: a) las marcas de mezcal, b) los extranjeros y c) los intermediarios.

a) Marcas

Las marcas son un lugar esencial para ver la manera en que se desarrolla y aplica la certificación y la DOM NOM 070 que define a la marca mediante el artículo 88 de la Ley de la Propiedad Industrial: “Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado” (Sánchez y Valdez, 2011 p.107.) y que cuenta con un registro vigente como marca mixta, nominativa o tridimensional ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. El papel de las marcas es clave porque remite a una de las grandes problemáticas de la puesta en marcha de la DO, debido a que la norma exige que los productores certifiquen el mezcal e implementen una marca para que puedan comercializar el mezcal mediante el cumplimiento de los parámetros legales y técnicos. Este cumplimiento les permite exportar la bebida y embotellarla bajo las especificidades técnicas que solicita la norma. Dentro de estos trámites, los extranjeros han aparecido como inversionistas que crean o impulsan marcas de mezcal en asociación con pequeños productores. Para consolidar una marca es necesario que los productores lleven a cabo un detallado y extenso proceso de certificación realizado por el Consejo Regulador del Mezcal y el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), en el cual el mezcal atraviesa diversas fases de certificación. Posteriormente, en las rutas haremos referencia a algunas marcas de mezcal, en las cuales nos sumergimos en la cotidianidad laboral, en los eventos promovidos por las marcas y en el trabajo que realizan en el palenque o espacios de

producciones del mezcal. Estas marcas son Alipus, 9 Espíritus, Mezcal Amores y Mezcal Sombra. Cada una de esas marcas tiene diferentes trayectorias, historias e intereses sobre el mezcal, a lo largo de los recorridos profundizaremos en temas que son posibles profundizar con cada una de ellas.

b) Extranjeros

Los extranjeros han tenido un lugar importante en la valorización, distribución y exportación de la bebida porque muchas marcas han sido creadas por extranjeros, principalmente estadounidenses. Según datos del Consejo regulador, Estados Unidos es el primer importador de mezcal y según Fabien (2017), desde febrero 2016, importantes compañías de alcohol de otros países han entrado en la industria del mezcal: “En febrero de 2017, Bacardi Limited se convirtió en el propietario minoritario de la marca de Mezcal Illegal, y en junio 2017 Pernod Ricard se convirtió en el propietario mayoritario de la marca Single Del Maguey Mezcal Village” (Tomado de: <https://cutt.ly/NgKs7l8>). Este creciente auge de extranjeros que se interesan por el mezcal, llaman la atención en cuanto a la incidencia que tienen dentro de la manera en que se produce la bebida y como se consume y difunde para circuitos internacionales.

Esparza (2015) refiere que, desde la apertura de la carretera internacional, hace más de 25 años, “la ciudad de Oaxaca ha experimentado una creciente corriente turística. Pero ha sido en la última década que tanto el turismo como los programas de desarrollo nacionales han contribuido a producir cambios notables en la economía y en la composición de la sociedad” (p.120). Dentro de estos cambios e inmigraciones por parte de jubilados extranjeros norteamericanos, asentados en la ciudad de Oaxaca y en localidades aledañas, han tenido un papel importante en la construcción e y en el cambio de la fisonomía de esta bebida (Esparza, 2015, p. 87). En la producción de mezcal, los extranjeros tienen un papel significativo dentro de la industria, no solo como creadores de marcas o personas que aportan el capital para la consolidación de palenques, sino también como consumidores a nivel turístico en Oaxaca. Se suelen integrar en el negocio del mezcal inicialmente como turistas, pero, posteriormente, adquieren otros oficios como promotores culturales, apasionados, *Brand ambassadors* o embajadores de marca y realizadores de catas de mezcal.

Los dueños de algunas marcas son extranjeros, y han construido palenques en diversas comunidades productoras. Por ejemplo, los propietarios de Mezcal Sombra son norteamericanos y, a partir de la puesta en marcha de su destilería, han generado proyectos locales con las comunidades de Matatlán y Tlacolula, localidades donde se encuentran la planta y terrenos en los que elaboran proyectos que en el capítulo tres referimos. Precisamente el método de etnografía multisituada nos permitió seguir a un grupo de extranjeros a través de recorridos para consumir mezcal en la ciudad de Oaxaca y en localidades aledañas; entonces, esto nos permitió indagar sobre el vínculo que este grupo de personas han construido con el mezcal; las personas quienes aparecen en este trabajo son Julia, una neoyorkina que se acercó al mezcal a través del turismo, pero actualmente realiza catas de mezcal en su casa en Brooklyn y Malba; una argentina que junto a su pareja residen en Alemania y tienen una mezcalería en la ciudad de Berlín. Malba y su pareja viajan a Oaxaca anualmente para documentarse y renovarse en productos y conocimientos para compartir con su clientela. A partir del seguimiento de este grupo de actores, analizamos la influencia y mirada foránea sobre el mezcal y destacamos precisamente el aporte que esta mirada puede realizar a la presente tesis, pues precisamente construye este análisis al cuestionar castamente su relación con el mezcal desde una mirada como extranjera.

c) Los productores

Como hemos referido, existe una diversidad social que rodea al mezcal elaborado en el Estado de Oaxaca; en esa misma línea hablar de productores de forma unívoca es imposible. Por tanto, para hablar de productores consideramos dos grupos. Por un lado, los productores certificados y, por el otro, los productores independientes. Por productores certificados entendemos aquellos que producen mezcal ajustándose a las normas técnicas que exige la Denominación de Origen, dentro de estos productores podemos encontrar aquellos que elaboran mezcal para una marca o quienes crearon su propia marca. De otra parte, los productores independientes son aquellos que comercian mezcal sin certificar, aunque algunos de ellos se encontraban en proceso de solicitar la certificación de su mezcal, mientras se realizaba esta investigación. A través de los capítulos puntualizaremos en las singularidades de cada productor al hacer referencia sobre las diversas trayectorias que cada quién tiene con el mezcal y las diferentes maneras en que elaboran la bebida.

2.4 La elaboración del mezcal

Existen diversas técnicas con las que el mezcal se elabora. Para comprender estos procesos de manera más detallada, queremos partir de los cuatro pasos fundamentales para su elaboración; estos pasos son esenciales y se repiten en el proceso de elaboración del mezcal, pero, entre productores, las técnicas y algunos instrumentos varían; ello lo señalaremos a lo largo de los análisis por las rutas. En este apartado describimos específicamente los diferentes momentos de la elaboración del mezcal.

Al aplicar el método de etnografía multisituada fue posible registrar la diversidad de métodos de elaboración del mezcal y la utilización de prácticas y técnicas que cambian de acuerdo con cada localidad y el conocimiento de cada productor. En este apartado proponemos una descripción condensada de los pasos que generalmente sigue la elaboración del mezcal, pero posteriormente queremos dar cuenta de las particularidades de este método remitiéndonos a las entrevistas realizadas con productores que nos cuentan cómo hacen mezcal utilizando diferentes métodos de destilación y plantas de maguey.

2.4.1 La siembra, jima y recolección del maguey

La elaboración del mezcal inicia con el proceso de selección y recolección de los agaves. Aquí debemos diferenciar entre los agaves silvestres y cultivados.

Los *agaves silvestres* son recolectados por los productores mediante arduas caminatas en cerros y caminos de terracería; a su turno, los agaves recolectados se obtienen una vez cumplido con su ciclo de maduración de entre 10 a 15 años dependiendo de la variedad del maguey y de las condiciones ambientales y climáticas en que cada planta crece. Dentro de las variedades de maguey silvestre podemos encontrar: “Maguey mexicano (*Agave rhodacantha*), papalométl o tobalá (*Agave potatorum*), biliaá (*Agave seemanniana*), tepeztate (*Agave marmorata*), cirial, barril, bicuixe, madre cuixe, cuixe, tobasiche (*Agave karwinskii*), arroqueño (*Agave americana var. americana*) y maguey Sierra Negra (*Agave americana var. oaxacensis*)” (Palma, Pérez, y Meza, 2016, p. 2). Si bien estas son algunas de las especies silvestres que han sido catalogadas y reconocidas como plantas de las que se hace mezcal, en diversas comunidades existen otros agaves que aún no están catalogados o incluidos en listas oficiales.

En cuanto al *maguey cultivado*, encontramos que son dos las especies cultivadas intensamente: el maguey tequilero (*A. tequilana*) y el espadín (*A. angustifolia*) (Bautista,

Antonio y León, 2017). Una vez recolectado el maguey se procede a la jima; este es un oficio que realizan los magueyeros o jimadores de maguey, quienes cortan con machetes las hojas del maguey para obtener la piña o corazón dulce de la planta; las piñas son la sección del maguey que utilizamos en la elaboración del mezcal.



Imagen 7: Jima de maguey espadín en Nejapa de Madero-Sierra Sur, Oaxaca

Fuente: archivo personal.



Imagen 8: Cultivo de maguey espadín en Nejapa de Madero-Sierra Sur, Oaxaca

Fuente: archivo personal

A las personas que realizan este oficio se les conoce como magueyeros, son personas que jiman o cortan el maguey y lo cultivan. Este oficio requiere de técnica o experiencia porque las espigas del agave pueden lastimar y clavarse en la piel, a su vez requiere de fuerza para cortar y mover las grandes piñas o corazones de la planta. A continuación, hacemos referencia a relatos de algunos magueyeros, a quienes fue posible conocer en un transitar de diversos caminos, los cuales nos llevaron a localidades de la Sierra Sur en la que, como hemos referido, se desarrolla el cultivo de agave espadín.



Imagen 9: Piñas de maguey a la espera de ser pesada en la báscula de 40 toneladas ubicada en el centro de acopio de maguey mezcalero en la localidad de Soledad Salinas, Oaxaca

Fuente: archivo personal

Don Luis -Nejapa de Madero

El señor Luis es magueyero y vive en El Camarón, agencia municipal del Municipio Nejapa de Madero, municipio que pertenece al distrito de Yautepec en la región de la Sierra Sur. Para llegar a su casa y al terreno donde siembra maguey, se requieren tres horas en auto desde la ciudad de Oaxaca por la carretera que va al istmo de Tehuantepec y un camino de terracería que se enmarca en un paisaje de cerros y terrenos de tonalidades amarillas, verdes y ocre generadas por la sequedad del paisaje. En la zona de Nejapa de Madero, donde vive don Luis, puede verse la presencia del maguey espadín en cultivos que sobresalen en los terrenos aledaños a las curvas y mareas de la carretera. En esta zona, considerada una zona magueyera, actualmente se evidencia la incidencia del auge del mezcal con la *aparición de cerros pelones* o, como los llama don Luis, cerros que desde 2015 empezaron nuevamente a estar atiborrados

de maguey, razón por la que esta comunidad hoy cuenta con plantaciones de maguey en pendientes y cúspides en medio de la ausencia de agua y otras plantas.



Imagen 10: Cerros con plantación de maguey. Nejapa de Madero. Oaxaca

Fuente: archivo personal.

Conversé con don Luis cuando cruzábamos a paso lento el paisaje imponente del maguey, esa planta que estas comunidades consideran mágica porque no *pide agua, pero les da agua*. El comentaba que tiene sembrados mil agaves y que para él no siempre fue fácil vender su maguey; dice que ahora lo compran caro, pero en un principio vender su maguey fue difícil, pues, como productores, les había ido bien vendiendo maguey. Al respecto, mientras caminábamos hacia la cúspide donde se encuentran sus terrenos de maguey, recuerda que:

Fue hasta hace como unos 3- 4 años que se puso bueno sembrar maguey y hasta hace 5 años que empezó a subir el precio. Yo me acuerdo que antes cuando ponía mis viveros ¡nadie quería mis hijuelos! ¡uhhh! estuve rogándoles pa´que compraran, pero nadie los quería [...] al final los agarraron, los vendí con otra empresa, pero en esos años cuando dejó de venir Jalisco ya nadie me quería comprar ni pagar los hijuelos, nadie quería comprarme el maguey [...] En esa época teníamos unos magueyes muy bonitos, ¡una

chulada!, los veías, así como quien tiene un chingado jardín de flores, ¡se veía el quiterio! Había muchísimos y por eso mucha gente no quería ni levantar el magueyito, los dejamos perder porque era más caro cortarlos que dejarlos secar, por eso se perdieron y ni fotos quedaron pa'l recuerdo de esos magueyes tan bonitos (Conversación con Luis Olivera, productor de Maguey. Testimonio recabado el 30 de enero de 2020).

Don Luis, en los 54 años que lleva produciendo mezcal recuerda periodos difíciles de la producción del maguey, años que compara con la actualidad y que le permiten afirmar que hoy nuevamente es posible vivir del cultivo de maguey. Él, al igual que otros productores de la zona, le apuestan a sembrar maguey con el propósito de utilizarlo en la elaboración de mezcal y en algunos casos para la producción de miel de agave, ya que este es otro mercado en el que también están incursionando. Don Luis particularmente tiene pensado sembrar más maguey y poner un palenque, dado que, con el actual auge del mezcal, muchos productores de maguey han incursionado en la elaboración de la bebida porque se considera que deja mejor ganancia que solamente vender la planta. Precisamente el Señor Luis dice que nunca antes ha hecho mezcal, pero ahora que tienen maguey quiere intentarlo.

Los productores de maguey, también conocidos como magueyeras, laboran en una ruta que comunica con la Sierra Sur, donde el paisaje del agave se impone fuertemente entre cerros y colinas. En los *camino*s que nos permitieron adentrarnos a los senderos más alejados de la ciudad de Oaxaca (estos caminos que se hallan, en algunos casos, a 3 o 4 horas) encontramos productos de maguey; estuvimos acompañados de los miembros de algunas marcas, así como de académicos investigadores de agave y de certificadores de mezcal. Los productores se salen de las utas aledañas a la ciudad en este contexto. Los mezcales son los predilectos de quienes se autodenominan especialistas y conocedores.

Isaac - San Lorenzo Albarradas

Don Isaac es un productor de maguey en la localidad de San Lorenzo Albarradas. Él tiene un palenque que está en proceso de certificación por un representante del Consejo Regulador del mezcal de la Unidad Maguey. El señor Isaac, también, produce mezcal en dos alambiques de cobre; él aún no está certificado por lo que envasa la bebida en botellas de vidrio de un litro y sin etiquetar; exhibe sus mezcales en una mesita de madera que coloca debajo de un

techo de láminas metálicas y sobre la carretera que lleva a Mitla; su palenque está a pie de camino.

Don Isaac dice que este año (2020) se decidió a certificar sus campos de maguey y su mezcal, aunque era reservado sobre los motivos que lo llevaban a certificarse, indicaba que requería de este trámite para vender su maguey y transportarlo, así como para hacer y vender una mayor cantidad de litros de mezcal. Mientras aguardaba por el inicio del proceso de la certificación, conversamos sobre el tiempo que lleva viendo el maguey crecer, afrontando temporadas en la que el maguey escaseaba o era mal pagado respecto al actual auge que muestra e impone en los cerros una abundancia desbordada del maguey espadín que es cultivado en contraste con la ausencia de maguey silvestre:

¡En el 2013 me empecé a alocar a sembrar maguey! Antes no los sembré, para que le voy a decir... pero antes, ¿sabe qué?, yo decía pues ahí están en el cerro: ¡no se acaba chingada madre! (...) ¡Uy, pero si se ya se están acabando! Yo en el 96 llegué allá en el rancho, ¡había maguey de a madres! San Pablo, San Lucas, San Bartolo en todo eso había maguey... hoy en día me voy a cortar donde lo ofrezcan, donde haya porque ya no hay tanto. En otras partes como en Soledad Salinas si tienen maguey ¡de a mecha! allá si hay maguey bastante (...) yo creo que aunque se acaben los cerros no van a parar de sembrar porque esa ya es su chamba y jamás van a parar de sembrar. Ahorita todos los silvestres son muy escasos y caros; el espadín es más caro, pero pos ahí sale y pues lo pagan caro, pero lo pagan. (Isaac, productor de maguey y mezcal. Testimonio recabado el 23 de enero de 2020).

Una particularidad del lugar donde se ubica el palenque del señor Isaac es que se encuentra en el municipio de San Lorenzo Albarradas, localidad que pertenece al distrito de Tlacolula y a la región de los Valles Centrales. Él debe recurrir a lugares aledaños a su palenque, como Soledad Salinas, para conseguir maguey. Él también recuerda que antes en Matatlán se podía cortar magueyes silvestres, pero ahora es una actividad prohibida.

En este marco, hablar con los productores de maguey nos permite dilucidar la diferencia entre la ausencia y la presencia del agave en localidades productoras, en algunas zonas, como vimos, destaca la ausencia de agave silvestre.

Régulo - Río Seco Zoquitlán

Río Seco, localidad del distrito de Santa María Zoquitlán que, aunque políticamente pertenece a los Valles Centrales, geográficamente en términos de clima y paisaje corresponde a la Sierra Sur. En esta localidad utilizan un palenque comunitario, por lo que allí quienes

producen la bebida tienen turnos para laborar en medio del calor y la sequedad de los cerros que envuelven a esta pequeña comunidad de 647 habitantes (Censo nacional del INEGI, 2010). Aquí el agave en su mayoría es silvestre, no se visualizan campos y cerros con agave espadín, por lo que en la comunidad la producción de mezcal depende de los agaves que les da el cerro.

La casa construida en ladrillo y de un nivel guarda en diversos contenedores de mezcal y botellas de damajuanas varias cantidades de litros de mezcal; este espacio exhibe en las paredes fotografías a blanco y negro de los reconocimientos de la marca de mezcal Jolgorio, para quienes el palenque trabajó durante años. En este palenque está Don Régulo que lleva tiempo en la elaboración del mezcal. Él nos cuenta que:

Llevo como 47 años, prácticamente toda mi vida he hecho mezcal, ahora sí que mis abuelos y tatarabuelos; todos aquí nos dedicamos a esto. Yo nunca escogí, solo sabía que lo tenía que hacer, es que en esa época quién te iba a preguntar qué querías hacer. Sencillamente los hombres eran magueyeros, trabajamos el campo y las mujeres en la casa. Yo aprendí con los mayores, mi abuelito se llamaba Ignacio y él me enseñó un poco de lo que sé; a mí los que me enseñaron fue la gente grande. Lo primero que aprendí a hacer fue saber cortar el maguey [...] este trabajo es muy laborioso, es muy duro... el Coyote, ese mezcal, es bien difícil de hacer, por eso si le dicen que lo tienen puro no es tan cierto... es muy raro de hacer porque los magueyes crecen en el cerro y son bien raros de encontrar, solo se encuentran de a uno. Bien lejos y escondidos, yo no les voy a mentir, pero ese mezcal es difícil de hacerlo puro, se requieren muchos magueyes; ya ahorita no hay. Ahorita han venido a pedirme que les haga coyote y de hacerlo pues yo digo que se hace, pero ¿Y Dónde está el maguey? ¡Es que no hay maguey! Ese coyote es una variedad y es una casualidad que salga... hace poco me dijo un señor que va a cortar unos en un mes, pero ahorita está muy caro la verdad, y más este porque crece solitario y a veces uno tarda mucho para encontrar uno, por eso estos litros que tengo aquí de Coyote yo no los quiero vender; creo que mejor lo tengo aquí y lo voy a guardar para una fiestecita, ahorita no más tengo como 40 litros y yo creo que en unos años va a ser muy difícil de volverlo a ver. (Régulo, magueyero y productor de mezcal en Río Seco. Testimonio recabado el 6 de febrero de 2020).

Semei y su abuelo Valente en Miahuatlán

Semei es nieto del maestro mezcalero Valente en la comunidad de Miahuatlán de Porfirio Díaz, quien es imagen y productor del mezcal San Andrés para la marca Alipus de Danzantes. El palenque de esta familia está ubicado a dos horas de camino de la ciudad de Oaxaca. Ellos recuerdan que ha cambiado mucho el espacio desde que empezaron a trabajar cuando Semei era niño; el palenque ahora cuenta con espacios techados para la fermentación del agave, dos hornos y dos alambiques de cobre para la destilación, uno de los cuales habían implementado recientemente, pues querían aumentar su capacidad de producción. Adicionalmente, tienen sus propias plantaciones de maguey espadín y le compraban magueyes silvestres a las personas de la comunidad que les ofrecieran. Al hablar con Semei sobre el tiempo que lleva haciendo mezcal, recuerda lo mucho que han cambiado los precios del agave:

Anteriormente cuando yo empecé el maguey no valía ni un peso, ¡de veras! Hace como unos 10- 11 años (2010), cuando yo empecé, no valía nada, pero yo trataba de hacerlo porque yo venía conociendo esto del mezcal desde mi abuelo. Entonces, preguntaba ¿una cerca de magueyes cuánto? Y decían que unos 5000 pesos y la cerca tenía como unas 200 plantas, entonces yo le hacía cálculos y salía como a unos 50 centavos el kilo o un peso, ponle... pero por más que hacías cuentas decías ¡Nooo! Entonces, uno se podía a pensar ¿pero si el litro de mezcal vale 15 pesos? "humm pues si así está... ¿pues de dónde? (...) Por una parte, estuvo bien que agarro valor el maguey ... porque la mayor chinga es del campesino siempre. Y no tanto a mí, pero a otras personas les han dado ganas de sembrar o cultivar el maguey para mezcal; aquí la gente, todos han tenido que emigrar a EE. UU, Guadalajara, México a trabajar en otro trabajo. Pero muchos ya están trabajando con el maguey, en el campo o en el mezcal y, entonces, ya das trabajo a la comunidad.

Semei es un productor que comenzó a participar de un proyecto de rescate de semillas de agave silvestre con una universidad de Oaxaca; se preocupan por la recuperación de especies que están siendo usadas en el mezcal, es por ello que trabaja en estos momentos con proyectos que buscan la recuperación y el cultivo de agaves silvestres. Al preguntarle por el trabajo con la planta nos cuenta que:

... Cuando el agave echa la flor hay que caparlo para que los azúcares se concentren en la piña y no se baña al quiote; con el quiote se puede reproducir lo que es el maguey o los hijuelos. Estos hijuelos que sembramos los tenemos desde hace un año, pero hay que

esperar, estamos esperando que crezcan un poco más y hay que cuidarlos de plagas como el picudo, un escarabajo que se come el corazón del maguey (...) este año ha habido temporadas buenas y otras que no tanto ¿pero ¿qué se puede hacer? Nosotros ahorita le hemos echado ganas y hemos sembrado más o menos como 15 mil plantas por año. Pero de hace 4 años para acá está pesado, ahorita se ve fácil y bonito sembrado, pero es muy difícil cultivarlo y más ahorita por cómo están de escasas las plantas de Maguey, no nada más nosotros le estamos buscando y le estamos invirtiendo al Maguey, hay más gente, no nada más nosotros estamos sembrando maguey. Y ahora las personas nos dicen ¿y cómo le hacen? Yo digo que estar cuidando, limpiando, incluso vigilando que no se lo roben y así; está duro porque siempre la mayor chinga es del campesino... pero ¡ni modo! ya nos pusimos a esto, ahora hay que estar aguantando. (Semei, productor de mezcal, testimonio recabado el 09 de noviembre de 2019)

2.4.2 Cocimiento

Para el cocimiento de las piñas de maguey, existen una variedad de métodos y hornos. De acuerdo con el método utilizado se obtendrá un mayor o menor rendimiento en la extracción de los azúcares del maguey.

Horno cónico de suelo: el maguey se cose a través de piedras volcánicas que alcanzan altas temperaturas. En estos hornos las piñas de maguey pueden hornearse de 3 a 5 días.



Imagen 11: Horno cónico de suelo en la localidad de Miahuatlán

Horno de mampostería: este horno puede estar hecho de materiales como piedra, adobe o barro para la cocción del agave se utiliza leña.

Autoclave: este horno se considera industrial. La cocción del maguey se realiza a través de altas presiones, lo que aumenta la velocidad del cocimiento y puede reducir o aumentar la calidad en el sabor del agave cocido.

2.4.3 Molienda

En la molienda, los productores extraen los jugos del maguey cocido. Para la extracción del jugo dulce de los magueyes se pueden utilizar diferentes métodos:

Molino de Piedra o Tahona: se trata de un molino de piedra que impulsado por un caballo, yegua o mula tritura el maguey cocido para obtener una mezcla de fibra y jugo que da como resultado el mosto o mezcal que se va a fermentar.



Imagen 12: . Molienda de agave en la destilería los Danzantes mediante el método de Tahona

Fuente: archivo personal

Embolo, machetes: este proceso se considera artesanal o manual porque a través de la fuerza humana se machaca el maguey para extraer el jugo de agave. Este trabajo involucra un alto esfuerzo físico por parte del productor, quien durante varias horas muele los agaves cocidos de manera manual.

Molino: este método se considera industrial (Saldaña, 2018) porque a través de molinos mecánicos se desgarran y exprimen las fibras del agave hasta obtener los azúcares.

2.4.4 Fermentación

La fermentación se lleva a cabo en tinajas que pueden estar hechas de madera, cemento, metal o cuero. Las tinajas de fermentación de madera se consideran tradicionales y son elaboradas de forma especial por carpinteros en las comunidades. En estos recipientes de madera se sumerge el agave molido junto a todas las fibras del maguey mezcal que también se conoce como mosto. Una vez depositada en las tinajas se deja bajo sombra y en algunos casos se cubre con petates para que se produzca el proceso químico de fermentación natural de los azúcares; es a través de este proceso que los alcoholes empiezan a surgir.



Imagen 14: Tina de fermentación para elaboración de mezcal en palenque de Santa Catrina de Minas. En esta localidad las tinajas de fermentación se encomiendan a los santos, es por ello que la cruz cubre y protege las tinajas a fin de que estas

Fuente: archivo personal.

2.4.5 Destilación

En la destilación, los jugos obtenidos previamente y fermentados de forma natural “se someten a un proceso de calentamiento y condensación” (Saldaña, 2018, p.34). La destilación se puede realizar en alambiques de cobre y ollas de barro. Actualmente, la diversidad de

herramientas implementadas en la destilación determina la categoría del mezcal y las singularidades de sabor que se exaltan de la bebida. Como refiere Saldaña (2018, p. 45): “Los alambiques suelen ser de metales como el cobre y el acero, pero artesanalmente es posible encontrarlos de barro, piedra y hasta carrizo”.

El mezcal requiere de dos destilaciones mediante las cuales se obtienen las puntas, el cuerpo y la cola, puntos diferentes de la destilación con diferentes niveles de graduación alcohólica. Existen diferentes debates respecto a la llegada de la destilación. Algunos estudios antropológicos y etnohistóricos han documentado técnicas de destilación en ollas de barro previas a la implementación de destilación en alambique de cobre. Los registros arqueológicos de palenques de producción han sido clave en la argumentación de diversos estados en el proceso de vinculación a la Denominación de Origen. Hoy se reconocen y se diferencian tres métodos de destilación en el Estado de Oaxaca: *olla de barro*, *alambique de cobre* y *refrescadera*. Evidenciamos particularidades de cada proceso mediante viñetas etnográficas con productores que permiten profundizar en los procesos particulares que cada productor lleva a cabo; a su vez, cada uno de estos métodos se reproducen en diversas localidades como Santa Catarina de Minas, San Luis Amatengo y Matatlán. A continuación, nos remitimos a las historias de tres productores; cada uno de ellos implementa técnicas y tienen trayectorias diferentes.



Imagen 15: Destilación en alambique de cobre en San Baltazar Guelavila. Palenque familiar en el cual se produce el mezcal para la marca Convite. Fuente: Elaboración propia

Fuente: archivo personal

Ricardo, productor de Mezcal en Olla de Barro de Santa Catarina de Minas

Ricardo es productor de Santa Catarina de Minas, quien tiene 20 años y elabora mezcal ancestral en olla de barro para la marca 9 espíritus. Él a su edad ya es reconocido como el maestro mezcalero, aprendió el oficio del mezcal desde los 14 años, cuándo al terminar su jornada de clases de la prepa iba a trabajar en un palenque dónde su cuñado le enseñó el proceso de preparación del destilado. Al preguntarle a Ricardo, cuáles fueron sus primeros aprendizajes en el universo del mezcal, rememora que una de sus tareas iniciales fue vaciar el horno después de que el maguey se cocía. Entonces, recuerda que, con mucho esfuerzo físico, sacaba uno a uno los magueyes ardientes del horno del piso para luego rellenar el hoyo en el suelo con nuevas rocas que, al devolver la fuerza del calor al horno, permitían una segunda cocción del maguey. Con el pasar de los años, Ricardo aprendió y perfeccionó su conocimiento sobre el mezcal y creó su palenque en sociedad con una marca.

Ricardo considera que la experiencia obtenida desde muy joven ha hecho que sus conocimientos en torno al maguey se perfeccionen para crear una receta propia. Para ello, trabaja desde tempranas horas de la madrugada en medio de la oscuridad y silencio custodiado en ocasiones por la luna. Él en el palenque enciende un pequeño foco que ilumina las ollas de barro. Esto le permite poner en marcha su inspiración, la cual, de acuerdo con cada fase de trabajo en el mezcal, lo llevaran a un oficio diferente como cocer los magueyes, revisar la fermentación en las tinas o destilar. Para realizar todas estas labores en el palenque trabajan desde temprano; en algunas ocasiones cuando está destilando no duerme, ya que debe cuidar la destilación a fin de separar el cuerpo del mezcal con puntas o colas y fases de la destilación; el descuidarse puede generar pérdidas en el trabajo de varias semanas.

Son varios los mezcales y las especialidades que Ricardo elabora en el palenque junto a otros jóvenes de la localidad, quienes también trabajan en el palenque bajo remuneración. María, la hermana de Ricardo, también trabaja y apoya en las labores. Uno de los mezcales que elabora Ricardo es el mezcal de pechuga que considera de gran valor para la comunidad, puesto que, particularmente en Santa Catarina de Minas, se considera uno de los mejores mezcales para las celebraciones de bodas y Día de muertos; también porque requiere de tres destilaciones y la adición de otros ingredientes como los sabores de las frutas criollas y de temporada. Para la cama de frutas, Ricardo incluye plátanos, piñas, manzanas, tejocotes,

pasas, almendras, canela, arroz y anís; la reunión de estos alimentos permite exaltar los sabores del agave silvestre cuish (base de esta preparación).

El agave cuish requiere de un cuidadoso trato para conservar la esencia y los sabores terrosos que lo caracterizan. La pechuga de pollo criollo y las frutas evidencian una preparación única en la olla de barro, donde serán los vapores que se arrojan de la destilación los que adhieren sabores al mezcal.

Jessica Cortez- productora de mezcal en alambique de cobre

La comunidad de Santiago Matatlán se considera capital mundial del mezcal. Ahí se encuentra Jessica, quien con 24 años ya es reconocida como maestra mezcalera; su familia tiene una marca en el mercado bajo el nombre de Espina Dorada. Jessica desde niña estuvo en contacto con la preparación y los sabores de la bebida; ella considera que nunca se les ha reconocido la labor que también realizan mujeres como su madre y abuela, quienes también hacen mezcal, pero no lo vendían bajo su nombre. Jessica es una de las mujeres en el mezcal que han empezado a alzar la voz por el reconocimiento del papel y la participación de las mujeres en torno a la bebida y al maguey en un universo productivo dominado por hombres en todos los niveles.

Jessica tiene un proyecto denominado Mis Ancestras, mediante el cual realizó una serie de murales en el palenque de su familia y está construyendo un museo familiar del mezcal para exaltar la labor femenina y la historia de sus abuelos. Considera que es importante contar la historia mezcalera de su familia, especialmente porque en su casa aún puede visitarse el antiguo palenque en el que, desde hace más de 50 años, su familia elaboraba mezcal. Aunque sus abuelos aún elaboran pequeñas cantidades de mezcal en olla de barro, la técnica por excelencia de la localidad de Matatlán es el alambique de cobre, de hecho, a la entrada de la comunidad se puede ver un letrero de bienvenida y sobre él una réplica de este instrumento. Del Proyecto “Homenaje a las ancestras” consideramos importante recuperar las palabras con las que dio agradecimiento e inauguró uno de los murales que se han estado haciendo en el palenque para reconocer la labor de las mujeres en la producción del mezcal y maguey. Consideramos que estas palabras, en las que su hermana también participa en la recuperación de las mujeres en trabajo del mezcal, cobran fuerza y adquieren una visibilización.

Queridas ancestros, somos el reflejo y la evolución de sus historias, sus vidas, sus alegrías, sus tristezas, sus triunfos y sus fracasos, sus aprendizajes y sus errores, todo lo que fueron en un pasado hoy está reflejado en nosotras. Honramos y agradecemos a todas las mujeres magueyeras, pulqueras y mezcaleras, que dieron vida, amor, ternura, comprensión, cuidado y sabiduría a todas y cada una de nosotras. En primer lugar, agradecemos a nuestra madre la señora Soledad Santiago su fortaleza y espíritu combatiente, ejemplo de valor y entereza que muchas madres de familia imprimen para sacar adelante a sus hijas e hijos, por su apoyo, cariño y acompañamiento a lo largo de varios años donde nos ha inculcado la cultura y tradición del mezcal.

A nuestras abuelas, Marina Hernández y Juliana Santiago por ser el pilar de nuestras familias en donde conocimos el proceso del pulque, la siembra de maguey y hasta un poco de música y pintura, todas aquellas cosas forman parte de nuestra historia y tradición. A mis bisabuelas cristina sernas, Petrona Hernández, Gertrudis López, y María Santiago por el conocimiento y sabiduría que fue pasando de generación en generación, hoy las reconocemos y nombramos porque son parte de nuestra historia y familia. A mis tatarabuelas Teodora Méndez, paula Hernández, Francisca López, Francisca Hernández, Dominga bautista, María Hernández, y Gregoria sernas, que, a pesar de no haberlas conocido en vida, hoy honramos sus nombres y las recordamos como guerreras. Y a todas aquellas mujeres mezcaleras, pulqueras y magueyeras, que trabajan sin reconocimiento alguno, que son y fueron parte de la historia, tradición y cultura del mezcal. Gracias a todas las que han hecho posible que mujeres como nosotras tengamos hoy en día el reconocimiento que merece nuestro trabajo, gracias por las enseñanzas transmitidas y sobre todo gracias por ser parte de esta historia mezcalera. (Hermanas Marisol Hernández Santiago y Jessica Hernández Santiago)

Este discurso elaborado por Jessica y su hermana en el marco de inauguración del proyecto artístico y de creación de un museo para el reconocimiento a la labor de las mujeres mezcaleras en la familia de esta joven productora, nos permite esbozar que el mezcal es un universo en el que también participan las mujeres y que debe ser pensado en clave de género, profundizarnos en este importante tema en el apartado sobre las cantinas en el capítulo III.

Familia Guendulai, mezcal elaborado en método de refrescadera

El señor Guendulain, un productor de mezcal, quien vive en Miahuatlán y tiene un palenque en la comunidad de San Luis Amatlán. Al hacer un recorrido por su palenque, es posible ver la elaboración de sus mezcales por el método de refrescadera y conocer su proyecto de

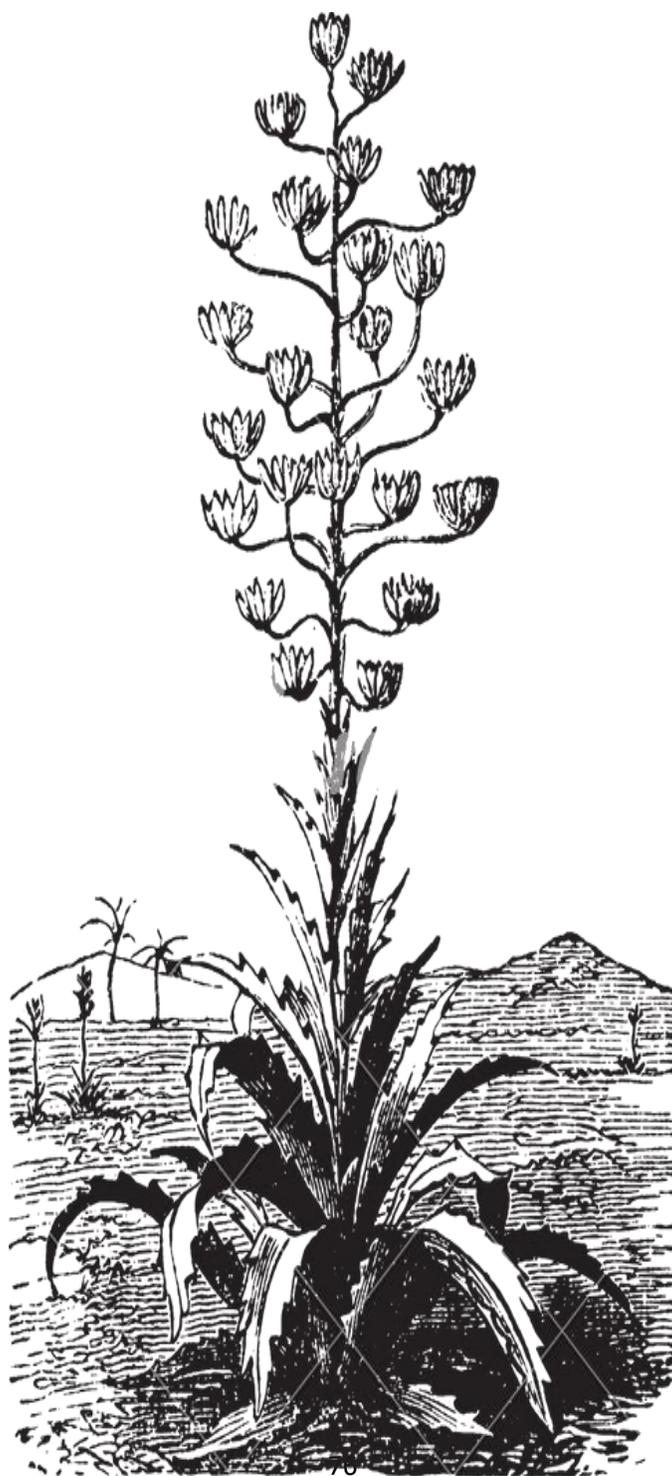
recuperación de semillas de maguey silvestres. Dentro de las semillas y agaves que rescata exalta al madrecoixte, la variedad de maguey que ha sembrado desde hace siete años y de la cual ha aprendido a percibir y diferenciar su sabor de acuerdo con las particularidades de la tierra en que lo siembra. Este productor le atribuye el sabor de sus mezcales a las variedades de tierra que existen en su localidad. Además de producir mezcal e implementar un proyecto de recuperación de semillas y biodiversidad del maguey, realiza la maduración y añejamiento de sus mezcales desde hace más de 20 años; sobre el proceso de elaboración cuenta detalles sobre el uso del método de refrescadera, un método especial del cual ha desarrollado un amplio conocimiento.

Tengo dos ollas para hacer mezcal, una es nueva y la otra la compré hace cuatro años, eso quiere decir que el cobre del que está hecho la olla salió más o menos del 2000 pa´ acá. Mientras que la otra olla salió del año 30 al 50 ¿Cuáles el problema y la diferencia entre las dos ollas? Que es muy diferente como sacan el cobre ahora y como lo sacaron antes; yo sé eso porque trabajé en una mina de cobre en los 90 y me acuerdo que había unas máquinas tremendas para remover la tierra; se usaba a grúa para separar los metales. Después en el 97-98, empezaron a utilizar ácidos, entonces la diferencia es que el cobre ahora es diferente y eso hace que las ollas que usamos en la destilación no den tan buenos resultados (...). Cuando hago mezcal, lo primero que hago es lavar la olla, se lava la olla bien lavada y el serpentín hay que limpiar bien para que salga todo ese cochambre y tenemos que curar la olla con la yema de huevo, para que lo verde o amarillo del cobre no se pase al mezcal. Los señores de antes le pegaban huevo para que no suelte el cobre y eso hace una diferencia en el sabor del mezcal hace que salga más suavcito, pero con alta graduación alcohólica.

Tras este recorrido por diversas voces y experiencias de productores, es oportuno referir que, aunque en el contexto turístico se crea la idea de que los Maestros Mezcaleros han de ser personas avanzada edad y fundamentalmente hombres que residen en localidades alejadas del casco urbano, en condiciones de vida y producción armoniosa con la naturaleza o el medio ambiente mediante las cuales conservan una tradición que debe permanecer intacta. En realidad, actualmente podemos encontrar una diversidad de productores reconocidos bajo este término, una diversidad de perfiles, edades y género que desbordan esta idea y definición. Es importante y significativa la actual visibilidad que han adquirido productores jóvenes como Ricardo o mujeres como Jessica.

Los maestros mezcaleros son una figura esencial para los tours y rutas donde visitantes y extranjeros se sumergen en localidades de Oaxaca, la presencia de los productores construye que la experiencia sea real y cercana que otorga información sobre la producción las técnicas e historia de la bebida. Consideramos oportuno reflexionar sobre la figura del maestro mezcalero como lo propone Ingold (2000) quien refiere que “los artesanos, son caminantes itinerantes, ellos se abren paso a través del paisaje de tareas, en esta medida, al igual que los caminantes a través del paisaje, haciendo aflorar su trabajo mientras avanzan con sus propias vidas”, consideramos que productores de mezcal de la misma forma que un artesano, imprimen en el mezcal parte de un conocimiento que da lugar a mezcal como producción artesanal y culinaria. En esta medida podemos pensar en los productores de mezcal como “agentes que le dan forma a los materiales de todo tipo y que energizados por fuerzas cósmicas dan lugar a las cosas” (Ingold 2000:89). Profundizaremos en la importancia de los productores como agentes que otorgan autenticidad a la bebida hacia la parte final de este trabajo. En el siguiente capítulo se abordan y analiza de manera histórica la norma de origen para el caso del mezcal.

Capítulo III. El camino legal. La Denominación de Origen y el contexto normativo del mezcal



3.1 Introducción

La primera vez que llegué a la barra de una mezcalería en la ciudad de Oaxaca para comprar un trago de mezcal fue en el 2016; recuerdo lo desconcertada e indecisa que me sentí al ver el número de variedades de mezcal que la carta ofrecía, la cual fue una sensación similar a la que produce comprar una botella de vino que se decide a partir de las características de la bebida como tipos de uvas, año de conservación, cosecha y el lugar de producción; una serie de particularidades que se convierten en un reto para alguien que no está familiarizado con las especificaciones geográficas y de elaboración de un producto.

De forma similar al proceso de comprar un vino, en la mezcalería me encontré con la posibilidad de elegir un mezcal a partir de la variedad de plantas de maguey como madrechishe, tóbala, tepextate, arroqueño, espadín y jabalí; también, existía la oportunidad de realizar una elección basada en el método de destilación del mezcal o lugar de elaboración, particularidades que resaltaban las características geográficas del medio en que se produjo el mezcal, tales como altura, temperatura y tiempo de maduración de la planta, y que determinaban el sabor de la bebida con base en el paisaje y el contexto cultural; todo un conjunto de características que le agregan valor e historia a la bebida.

Todas las singularidades encontradas en esa primera experiencia con el mezcal, nos permiten plantear varias preguntas: ¿De qué manera los mezcales se diferencian de otras bebidas? ¿Qué plantas de maguey se utilizan en su elaboración y en qué lugares se producen? ¿Cómo se protege esa variedad de plantas y al mezcal legalmente? En relación con estas preguntas, en este capítulo referimos las características de la norma de Denominación de Origen del Mezcal en México, contexto que sirve de base para la discusión de este trabajo que se lleva a cabo en los Valles Centrales de Oaxaca, un lugar con infinidad de caminos y espacios para encontrar y saborear el mezcal. Con el fin de contextualizar al lector sobre todo estos asuntos, analizamos la norma Denominación de Origen y la coyuntura en que se aplica esta norma al mezcal elaborado en el Estado de Oaxaca.

Este capítulo se divide en dos secciones. En la primera sección planteamos un breve panorama general e histórico acerca del origen de la Denominación desde marcos normativos internacionales que rigen estas certificaciones y establecemos la diferencia entre las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas como distinciones legales que exaltan productos locales a partir de características socioculturales en que se producen.

Posteriormente, definimos el concepto de *terroir*, un concepto que nace en el viejo mundo, específicamente en Francia con la producción del vino y que actualmente es clave para entender la manera en que las características geográficas como la altura, la temperatura y el contexto cultural en que se elabora el mezcal son valiosas. En la segunda sección señalamos y analizamos las especificidades de la norma del mezcal aplicada en el Estado de Oaxaca, y definimos la delimitación geográfica de la región del mezcal en este estado.

3.2 El Origen: contexto normativo internacional

La Denominación de Origen (DO) se enmarca dentro de lo que se define como las indicaciones de procedencia geográfica, las cuales nacen de la “costumbre de designar a los productos con el nombre del lugar de su producción o fabricación” (Tortorelli, 2010, p. 209). Esta práctica inicia en Francia donde se reconoce la primera Denominación de Origen o la más antigua del mundo en 1887, cuando el Sindicato de los Grandes Marqueses de Champagne “reconoció la propiedad exclusiva del nombre *Champagne* para los vinos espumosos de esa región” (Rodríguez, 2004, p.178). Históricamente la certificación de Denominación de Origen inició con el vino porque, como refiere Tortorelli (2017), la buena reputación de los vinos franceses, y el hecho de que su calidad se asociaba con el origen geográfico de los mismos, favorecieron que esta industria impulsara la protección de las denominaciones de origen.

Actualmente las denominaciones protegen producciones alimentarias mediante normas que el derecho internacional ha adaptado para cada país, cimentando un marco de protección de la propiedad intelectual (Errázuriz, 2010, p. 217). Mayoritariamente estas normas se han asignado a la protección de alimentos y bebidas espirituosas⁴ en el mundo, un proceso que ha evidenciado la necesidad actual global de localizar y proteger las producciones alimentarias, ya que como refiere Bowem(1993) siguiendo a Goodman (2005) “la desconfianza de los alimentos estandarizados producidos por la agricultura industrial han provocado una mayor reflexión de los consumidores y le han dado una prominencia adicional a la transparencia y a la calidad de las prácticas de producción” (p,193) este procesos está vinculado con el interés por el crecimiento y posicionamiento de iniciativas alimentarias

⁴ Las bebidas espirituosas son bebidas con contenido alcohólico procedentes de la destilación de materias primas agrícolas (uva, cereales, frutos). En el caso de mezcal, es una bebida destilada de la planta de maguey.

locales, tales como los alimentos producidos por pequeños productores y/o prácticas de comercio justo, las cuales han ganado reconocimiento en años recientes para aquellos consumidores que cada vez son más conscientes o se preocupan en mayor medida por el origen y modo en que los alimentos se producen.

La puesta en marcha de la DO, aunque es un proceso de larga data, tiene un punto importante a principios del siglo XX cuando emerge la necesidad de evitar el fraude a los consumidores y proteger a los productores en el comercio deslocalizado de sus productos, por lo cual la protección legal también se implementó como un generador de valor al garantizar y certificar el origen de los productos comercializados, al imprimirles otros valores como autenticidad y calidad.

Si bien las denominaciones de origen inician en Europa con alimentos como el queso Roquefort, un queso azul francés de leche coagulada de oveja elaborado en la región de *Causse del Aveyron* que obtuvo la DO en 1925, existe una gran lista de Denominaciones de Origen en el mundo. En la región de América Latina, por ejemplo, se ha implementado esta certificación en productos de diferentes países como son el café de Colombia, el Tequila en México, el pisco en Perú, la quínoa real del altiplano boliviano, el malbec argentino de Luján de Cuyo, el ron de Venezuela, el cacao arriba de Ecuador. A esta lista se suma el mezcal como bebida espirituosa derivada de una producción especializada de un espacio geográfico con características únicas en México.

Una de las singularidades de la categoría de Denominación de Origen (DO) es que está incluida dentro de lo que se denomina Indicaciones Geográficas (IG) y, aunque ambas categorías vinculan un producto con un espacio geográfico, existen diferencias en términos legales que es importante esclarecer para fines de esta discusión. En primer lugar, las indicaciones geográficas (IG) son denominaciones que identifican un producto como originario de un país, región o localidad; mientras que las DO constituyen una especie de indicación geográfica, pero de mayor exigencia, como refiere Errázuriz (2010, p. 217). Para que sea aprobada la Denominación de Origen se debe demostrar no solo la vinculación geográfica con un lugar, sino que el producto es resultado de procesos locales, culturales y humanos particulares. En la siguiente tabla se plantean diferencias puntuales entre ambas categorías:

Tabla 3. Diferencias entre la Denominación de Origen y las Indicaciones Geográficas

Categoría	Características	Norma que la rige
Denominación de origen o de origen	<p>Calidad unida con origen del producto:</p> <p>Suelo, clima, forma de elaboración, representa la calidad del producto.</p> <p>Aplica sobre toda la cadena de elaboración, fabricación de un producto o bebida, alimento que obtenga este reconocimiento.</p> <p>Pertenecen a las indicaciones geográficas, Las IG son un género y las DO como especies.</p> <p>Obtener la DO implica uso exclusivo, registro y necesidad de protección estatal (Legal). La titularidad la tiene el Estado, es colectiva.</p>	<p>Convenio de París y Arreglo de Lisboa (1958).</p> <p>El Convenio de París para la Propiedad Industrial (1893) fue el primer acuerdo multilateral que reconoció las denominaciones de origen e indicaciones geográficas en el mundo.</p> <p>Para que un país exija exclusividad comercial para sus productos con D.O o I.G registradas en otros mercados, debe inscribirlos en las oficinas comerciales correspondientes, en un proceso regido por las normas que establece la Organización Mundial del Comercio.</p>
Indicación Geográfica	<p>Origen geográfico no tiene incidencia en la calidad.</p> <p>Aplica sobre producto terminado, indiferente del lugar de procedencia.</p>	<p>Acuerdo sobre los ADPIC (1994). Son, a su vez, un mecanismo de conservación ambiental y de la biodiversidad, un mecanismo para conservar los conocimientos tradicionales/indígenas y un mecanismo participativo para promover las iniciativas colectivas de desarrollo rural (OMPI, 2007; FAO-IICA, 2008)</p>

Elaboración propia con base en: Errázuriz, 2010

Lo que ambas categorías tienen en común es que indican el lugar de origen de un producto, aunque como refiere Vera (2017, p.107): “La diferencia fundamental entre una IG y una DO es que, en la DO el vínculo con el lugar de origen debe ser más estrecho, la calidad o las características del producto deben ser exclusivas o esencialmente consecuencia de su origen geográfico. Esto significa que las materias primas deben proceder del lugar de origen y que el producto debe ser también procesado allí”.

En definitiva, se estipula que DO es un tipo especial de indicación geográfica (IG) (OMPI, 2007). La DO realza las características, la historia y los factores humanos que hicieron posible un producto; para que ello ocurra no solo importa el espacio geográfico en el que se

produjeron, sino todos los factores humanos que lo hicieron posible a un producto. El mezcal, por ejemplo, es una bebida con DO, pues no solo se valoriza como producción material artesanal de un espacio geográfico delimitado en México, sino también por ser una bebida que se enlaza con un contexto cultural específico. Aquí podemos adicionar que

La característica principal de la Denominación de Origen es que dota de singularidad y autenticidad a un producto en relación con prácticas localizadas, artesanales y culturales, hecho que actualmente le adiciona valor a los alimentos que se producen a pequeña escala mediante conocimientos tradicionales y procesos manuales. La importancia que han adquirido este tipo de información sobre los productos con sello de Origen en el mercado se puede evidenciar en las etiquetas que acompañan actualmente a diversos productos, por ejemplo, las botellas de mezcal, las cuales, tal como observamos en la imagen 14, refieren la altura en la que fue cosechado el maguey y el productor que elabora la bebida, datos que realzan las singularidades ambientales y culturales en las que la bebida se produce.



Imagen 16: Etiquetas y fotografía con los datos de la familia que elabora mezcal para la marca San Andrés- Alipús en la localidad de Miahuatlán de Porfirio Díaz, Oaxaca

Fuente: archivo personal

Con las etiquetas se brinda información al consumidor sobre el lugar y modo en que la bebida fue elaborada; esta información hace un especial énfasis en la historia y el nombre del productor. En su mayoría actualmente las marcas adhieren a cada una de las botellas un pequeño folleto informativo en donde brinda información del producto la cual potencia y enaltece las características vinculadas al origen.

Hasta hace 10 años el mezcal era una bebida poco conocida y de la que no se tenía un conocimiento tan especializado como el que actualmente se difunde. Pero como refiere López (2018):

La bebida comenzó a experimentar una interesante articulación en los mercados globales, en la medida en que se exaltó su vínculo con comunidades indígenas en México y se diferenció del tequila una bebida de carácter industrial, moderna y tecnificada, el mezcal se empezó a reconocer como una bebida con origen, con una dimensión ritual realizada en pequeña escala, artesanal y preocupada por el cuidado de la naturaleza. (p. 409)

Estos atributos la diferencian en el mercado de otras bebidas como el tequila y la valorizan por su origen artesanal, razón por la cual, entre otras singularidades, posee la certificación de origen que busca conservar la bebida. Estas cualidades atribuidas a la bebida a través de la DO permiten pensar en el mezcal como un objeto que sale del contexto formal de producción y que, al insertarse en una compleja red comercial, se convierte en una mercancía, tal como refiere Appadurai (1991) existen formas sociales y distribuciones de conocimiento muy complejas alrededor de estos objetos-mercancía que pueden ser de dos tipos: el conocimiento (técnico, social, estético y demás) que acompaña a la producción de la mercancía, y el conocimiento que acompaña al consumo apropiado de la mercancía (p. 60). En esta investigación hacemos referencia a estos dos tipos de conocimiento acerca del mezcal; por un lado, referimos las singularidades técnicas, sociales y estéticas desde las que se construye el mezcal, y, por otro lado, analizamos cómo la Denominación de Origen pone en tensión el consumo apropiado de la mercancía, es decir, reflexionamos sobre las maneras en que la norma de origen moldea y construye lo que se considera una producción material y consumo adecuado de la bebida en términos estéticos y de sabor.

Una particularidad de las Denominaciones de Origen es que, además de tener un impacto legal y económico, también tienen implicaciones importantes desde el punto de vista de la antropología que se cuestiona por el lugar de los objetos y las producciones materiales en la construcción de relaciones, así como por la importancia de que la antropología vuelva la mirada hacia la materialidad de la vida social (Miller, 2005). Este posicionamiento aplicado al mezcal, nos permite pensar en esta bebida como un objeto material elaborado y consumido en diversas localidades de Oaxaca, el cual, desde el modo en qué está hecho y los materiales

con los cuales es elaborado, construye y refleja relaciones, de ahí el valor de hablar del mezcal, no solo como un líquido que embriaga, sino como una bebida que teje y posibilita relaciones, vínculos, y es reflejo de numerosas tensiones y paradojas en contextos sociales y culturales como el de los Valles Centrales en el Estado de Oaxaca

En esta medida, una de las discusiones que suscita la Denominación de Origen es el control legal y de producción que puede construirse sobre un objeto; aquí es interesante la manera en qué un objeto como el mezcal cobra vida legal y adquiere agencia o un rol social porque en torno a él se comienzan a construir políticas, normas y a negociar el modo en que se hace, se produce y se debe consumir. Precisamente una de las importancias de la certificación de Denominación de Origen es que le permite al objeto dejar de ser un alimento, una artesanía o una bebida para convertirse en producto y presentación material y cultural de un espacio geográfico. Basado en estos asuntos, es que esta tesis se interesa por el mezcal como una producción material que, al ser protegida y puesta en el mercado bajo sellos de origen, suscita tensiones en los usos sociales y culturales que los objetos tienen en el contexto local en que se producen.

3.3 El concepto de *terroir*

Uno de los conceptos más importantes ligados a la Denominación de Origen es el *Terroir* o *terruño*, un concepto que nace de las DO creadas en Europa, principalmente Francia, Italia y España. Este concepto, como señala Sarah Besky (2013), está asociado con las prácticas culturales que han mantenido vivos los recursos biológicos durante varias generaciones (y en algunos casos, cientos de años) porque de estas prácticas devienen los productos con origen. El término de *Terroir* se define, bajo las siguientes características:

(1)Un espacio geográfico delimitado, (2) la existencia de una comunidad humana, (3) un conocimiento colectivo intelectual o tácito de producción construido históricamente, (4) una producción basada en un sistema de interacciones entre un medio físico y biológico, y un conjunto de humanos factores, (5) en los cuales las trayectorias socio-técnicas puestas en juego, (6) revelan originalidad, (7) confieren una tipicidad, (8) engendran una reputación para un producto. (Fabien, 2017, p.15).

Para Sarah Besky (2013), las características que definen el *terroir* no solo se derivan de condiciones biofísicas; también la labor humana es relevante, ya que la autora argumenta que “los artesanos o productores juegan un papel importante en la construcción del *terroir* o de paisajes ecológicos únicos porque son quienes construyen y les proporcionan estos atributos a los productos” (p. 142). Es por ello que las certificaciones contribuyen a construir una “tradición inventada”, en la medida en que resignifican y realzan un pasado histórico de un producto. Así mismo, exalta atributos como la autenticidad, la calidad y el comercio justo con las comunidades productoras y en contextos que se consideran ambientalmente sostenibles, los cuales, como refiere Grasseni (2013, p. 88), “son nuevos criterios para evaluar *la calidad* de la comida y el valor de la localidad” porque responden a las expectativas de consumos alternativos de aprovisionamiento de alimentos.

Es interesante ver la manera en que la DO ajusta un producto como el mezcal a estándares de autenticidad y calidad definidos mediante la categoría del terruño y desde los cuales garantiza al consumidor que la bebida cumple normas técnicas y es salubre. La salubridad es una categoría que es problemática porque habla de una higienización de un producto que, al insertarse en estos circuitos comerciales y normativos, se transforma en términos estéticos con base en lo que se consideran medidas limpias para la manipulación y elaboración de objetos vinculadas con la norma o con parámetros externos. Esta tensión es tangible al revisar la estética y el modo en que se presenta ante el turismo la producción del mezcal, lo cual es evidente al realizar un recorrido por palenques o fábricas de elaboración de mezcal aledaños a la ciudad, para los cuales se han construido espacios dispuestos específicamente para el turismo, los cuales son organizados, fotogénicos, antisépticos y estéticos, en contraste con espacios de producción alejados de este circuito turístico y donde la vida se lleva a cabo de manera más *real*, donde los palenques de producción al encontrarse en constante movimiento y producción pueden mostrarse están pensados para el trabajo cotidiano. Al respecto, profundizaremos en el capítulo iv, cuando describimos los recorridos y visitas realizadas a productores en compañía con miembros de marcas de mezcal.

En el marco de la Denominación de Origen, el mezcal es un objeto que se convierte en un producto que se enaltece por su materialidad y tiene la habilidad de enlazar personal, social, histórica y afectivamente al consumidor con la comunidad en que se realizó (Comaroff y Comaroff, 2009). Este contexto hace que el objeto obtenga una vida social al sumergirse en

una situación mercantil, entendiendo por ello “la situación en la cual su intercambiabilidad (pasada, presente o futura) se convierta en su característica socialmente relevante” (Appadurai, 1991, p. 269).

Esta característica lo dota de una vida social, dado que es en este entorno donde el *terroir* como discurso tiene un rol importante porque le imprime singularidades geográficas, culturales y estéticas al producto. Saldaña (2014), en el texto *Anatomía del Mezcal*, define el terruño en términos de la ubicación del palenque o fábrica, al clima en la ladera donde crece el agave; a esta definición podemos adicionar que el terruño también se define en relación con las prácticas culturales y labores que realizan los productores, las cuales agregan singularidad y valor a la bebida. Este tema es retomado en el capítulo cuatro, en el cual analizamos las implicaciones del concepto de *terroir* en el consumo del mezcal y en la apreciación de la bebida, dadas las cualidades organolépticas construidas a partir de un espacio geográfico.

Particularmente en este apartado nos interesa referir que el terruño o *Terroir* es la categoría implementada para analizar el proceso de valorización en el que se encuentra el mezcal, este concepto permite referir y comprender los discursos que rodean actualmente la bebida. Y aunque el *Terroir* no es una categoría local, es la categoría útil para analizar cómo se implementan las normas de origen, y la manera en que la aplicación de este discurso genera tensiones y contradicciones a escala local cuando los productores insertos en la norma intentan, desde el contexto local, crear y otorgar valor a sus productos apelando a las categorías de sabor impuestas por una norma proveniente de productos de origen elaborados en otros contextos, y en las cuales constantemente se apela a la valorización del sabor desde procesos como el suelo, el clima y el contexto sociocultural. Lo interesante y apropiado de implementar esta categoría es que permite comprender el por qué y de qué maneras los productores moldean e implementan la norma para adaptar el mezcal a los requerimientos de certificación para su comercio. Un proceso en el cual las categorías locales, como la y la pregunta ¿Qué entendemos por un buen mezcal? constantemente se encuentran en tensión y generan procesos que hechos que la norma y que remite a una complejidad y a un contexto local actual entre actores del mezcal que dan cuenta de que la norma es tan solo el punto de partida para entender el mezcal, pues los procesos que surgen para su implementación y

cumplimiento generan procesos latentes y en mayor medida más complejos, aquellos que justamente nos interesa referir aquí.

Siguiendo a Belasco (2016) quien a su vez cita a Trubeck. Encontramos que “las posibilidades e implicaciones del *Terroir o Terruño* se extienden mucho más allá de sus orígenes” por lo que consideramos pertinente entender la manera en que esta categoría como concepto principal de las Denominaciones de Origen, se adapta a productos como el del mezcal y genera tensiones por las cuales los productores deben ajustar el sabor de su producto. Aunque el término de *Terroir* no es exactamente usado por los productores, es una categoría que, si aparece en las catas de mezcal realizadas en la ciudad de Oaxaca y en escenario como restaurantes de cocina de autor o las mezcalerías, lugares donde el mezcal se aprende a degustar, eventos en los cuales este concepto remite a establecer que permiten establecer nociones acerca de que se considera y a que sabe *un buen mezcal*, llama la atención, como evidenciaremos en el capítulo IV, la manera en que eventos como las catas retoman prácticas de degustación de bebidas como el vino que apelan a dinámicas que generan que la bebida se valore, atributos que se consideran efectos de entorno físico que incluyen factores como el suelo y el clima.

Consideramos que una singularidad del *terroir* es que permite comprender la valorización en la que actualmente se inserta el paisaje del maguey por la implementación de la norma de Origen, este concepto nos permite dar cuenta de las limitantes y condiciones de desigualdad que genera la valorización y comercialización de productos con origen impulsados por entidades gubernamentales. Aquí una forma interesante de contrarrestar y ver desde otro ángulo la aparente “protección” a los territorios que actualmente se insertan la DOM, es el concepto de patrimonio biocultural, entendido por Boege (2008) como aquel que se ha implementado desde el campo antropológico y “hace referencia a los recursos biológicos, agrícolas, paisajes a distintas escalas, forjados según las prácticas y conocimientos indígenas tradicionales.” Consideramos que este concepto si bien no es eje de este análisis permite reflexionar la explotación de recursos y condiciones de desigualdad para los productores como efectos del discurso del *Terroir o* mecanismo que otorga valor al paisaje del maguey pero que por lo mismo afecta su conservación y cuidado, debido a que incentiva la exploración actual de los agaves mezcateros para fines comerciales y de consumo, detallamos este proceso en el análisis sobre la autenticidad del paisaje del maguey.

3.4 La Denominación de Origen del mezcal en México

En México existen 18 Denominaciones de Origen para alimentos, bebidas espirituosas y artesanías. Dentro de las bebidas, encontramos la Bacanora de Sonora; el Sotol de Chihuahua, Durango y Coahuila, la Raicilla de Jalisco y Nayarit, el Tequila de Jalisco y el Mezcal como destiladas de maguey y producidas en diferentes estados de la república.

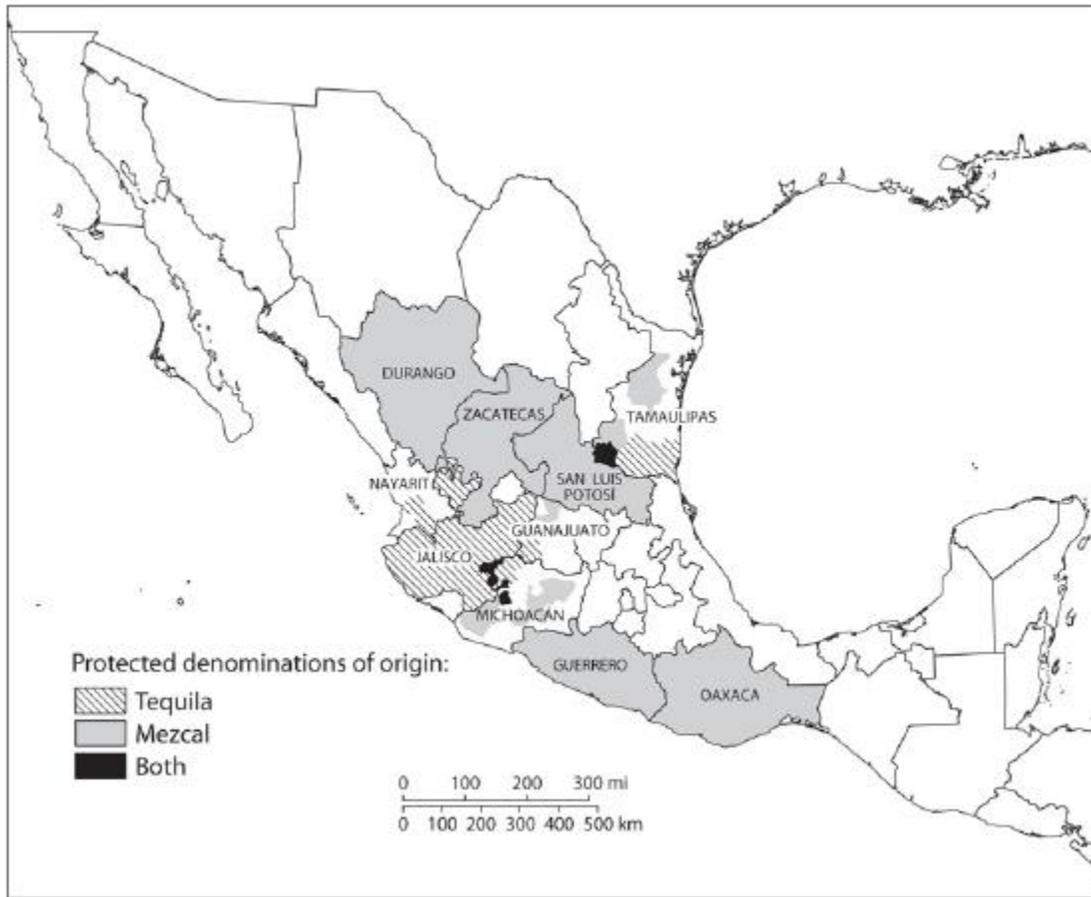


Imagen 17: Estados que pertenecen a las diversas denominaciones de origen de bebidas destiladas de agave

Fuente : Bowem(2005)⁵.

⁵ El mapa referencia los estados que hacen parte de la Denominación de Origen Protegida para las bebidas elaboradas a base de mezcal, maguey y ambas.

La historia de las Denominaciones de Origen en México es de larga data y ha tenido largo impacto en la región. Como refiere Lucio (2005), “las DO pertenecen al Estado mexicano y son reguladas por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) y a su vez son resultado de la participación de México en el Arreglo de Lisboa de 1958 que procura las denominaciones de origen y su registro internacional”. En sintonía con lo anterior, Bowem (2016) refiere que “el sistema mexicano de protección de IG es considerado como un modelo a seguir por muchos otros países, en particular en Latinoamérica, que están en vías de desarrollarlo que acaban de implementar leyes sobre IG”, es importante referir ir la implementación de las denominaciones de origen en México, siendo el tequila aprobado en 1974 como la primera DO en México, ha sido ejemplo para la implantación de normas de origen en América Latina., esta norma a su vez fue base de la norma de origen para el mezcal.

Históricamente encontramos que la DOM en 1994 definía al mezcal como “una bebida alcohólica destilada mexicana, 100 % de maguey o agave, obtenida por destilación de jugos fermentados con microorganismos espontáneos o cultivados, extraídos de cabezas maduras de magueyes o agaves cocidos, cosechados en el territorio delimitado la norma”. Una de las singularidades de esta definición es que estipula que el mezcal debe estar hecho 100% de agave, eso significa que a diferencia del tequila que, según la NOM-006-SCFI-1994, puede contener una proporción no mayor a 49% de otros azúcares adicionales a los obtenidos del agave azul o tequilana weber (Macías y Valenzuela, 2009). Particularmente el mezcal se elabora a base de azúcares o carbohidratos 100% de agave, ello cobra relevancia en términos de calidad de la bebida y del uso de especies de maguey.

Para 1994, la norma solo reconocía como estados productores a Guerrero, Zacatecas, San Luis Potosí, Durango, Oaxaca, un municipio de Guanajuato, 11 de Tamaulipas y 29 municipios de Michoacán, pero, posterior a este año, la norma tuvo varias modificaciones, desde aquel momento paulatinamente se han ido integrando otros estados y localidades a la DO en el siguiente orden:

El 21 de noviembre de 2001 se adiciona el municipio de San Felipe, Guanajuato; posteriormente el 3 de marzo de 2003 se adicionan a 11 Municipios del Estado de Tamaulipas; el 22 de noviembre de 2012, la denominación se extiende a 29 Municipios del Estado de Michoacán y el municipio de San Luis La Paz en Guanajuato; recientemente el 2 de octubre de 2015 en la DOM se reconoce a los a 115 municipios

del Estado de Puebla el 24 de diciembre de 2015.(Tomado de CRM:
http://www.crm.org.mx/Quienes_Somos.php)

Estas continuas modificaciones fueron adicionando localidades, asunto que ha sido causa y efecto de diversos conflictos, demandas y exigencias sociales y políticas por parte de diversos agentes (productores, políticos, comercializadores), quienes exigen la ampliación de territorio que abarca la DO con el fin de que la bebida que se produce en otros estados, también se reconozca en el mercado.

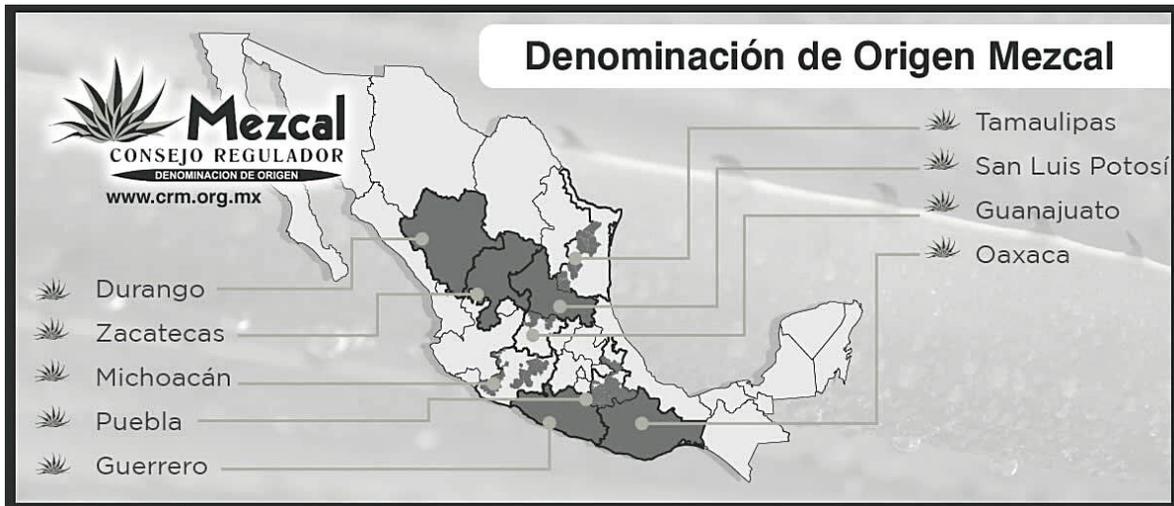


Imagen 18: Estados incluidos dentro de la Denominación de Origen del mezcal

Fuente: crm.org.mx

con la categoría de mezcal, lo cual actualmente no es posible para las localidades que no están integrada a la norma; es por ello que la permanente integración o exclusión de localidades a la DO ha sido problemática y fuertemente cuestionada por productores y comercializadores, especialmente por los costos y procesos administrativos que implica. Algunos productores consideran que la norma limita el comercio de la bebida para pequeños productores como refiere Edgar, quien comercia los mezcales de productores en la ciudad de Oaxaca que él define como *mezcales libres* por no estar certificados, pues para él la norma ha generado desigualdades y conflictos:

Existe mucha controversia en la Denominación de Origen porque la norma solo protege el mezcal como una marca, es por ello que muchos productores dicen que la norma es una persecución contra el mezcal (...) Yo pienso que el Estado persigue la bebida porque necesita ganar impuesto. La norma le impone al mezcal

un gravamen excesivo, debido a su graduación alcohólica, hecho que desconoce el trasfondo cultural de la bebida. (Conversación con Edgar, comerciante de mezcal en la ciudad de Oaxaca, 04 de febrero de 2020)

Además de las dificultades que plantea Edgar, otro de los problemas de la norma en su primera versión es que no especificaba ni diferenciaba puntualmente el proceso de elaboración del mezcal respecto del tequila. Fue hasta la modificación de la norma en 2016, conocida como NOM 070-SCFY de 2016, que se detallaron tipos y categorías del mezcal, como se muestra en la siguiente tabla:

Mezcal Artesanal	Mezcal Ancestral
<p>a) Cocción: cocimiento de cabezas de maguey o agave en hornos de pozo o elevados de mampostería.</p> <p>b) Molienda: con mazo, tahona, molino chileno o egipcio, trapiche o desgarradora.</p> <p>c) Fermentación: oquedades en piedra, suelo o tronco, piletas de mampostería, recipientes de madera o barro, pieles de animal, cuyo proceso puede incluir la fibra del maguey o agave (bagazo).</p> <p>d) Destilación: con fuego directo en alambiques de caldera de cobre u olla de barro y montera de barro, madera, cobre o acero inoxidable; cuyo proceso puede incluir la fibra del maguey o agave (bagazo).</p>	<p>a) Cocción: cocimiento de cabezas de maguey o agave en hornos de pozo.</p> <p>b) Molienda: con mazo, tahona, molino chileno o egipcio.</p> <p>c) Fermentación: oquedades en piedra, suelo o tronco, piletas de mampostería, recipientes de madera o barro, pieles de animal, cuyo proceso puede incluir la fibra del maguey o agave (bagazo).</p> <p>d) Destilación: con fuego directo en olla de barro y montera de barro o madera; cuyo proceso puede incluir la fibra del maguey o agave (bagazo).</p>

Tabla 4. Definiciones y características de los tipos de mezcal artesanal y ancestral.

Fuente: elaboración propia

La modificación a la norma también estableció clases de mezcal, a saber, blanco joven, madurado en vidrio, reposado, añejo, abocado con y destilado con. Las clases de mezcal fundamentalmente refieren a diferencias en el sabor del destilado, asunto que en el segundo capítulo analizamos y profundizamos a través de descripciones etnográficas, porque remiten a la creación del gusto y la apreciación del mezcal por su cualidades sensoriales, materiales

y organolépticas, asunto en el que se pone en tensión la perspectiva de los productores frente a la norma y el organismo certificador que exige que el mezcal se someta a procesos de revisión química y técnica.

Para Besky (2013, p. 89) a través de la norma se genera valor en el mezcal desde tres fuentes interrelacionadas: “a) burocrático o legal con la certificación; b) mediante el "sabor" sensorial de la calidad de los alimentos (y por extensión, calidad ambiental); y c) a través del ‘gusto’ cultural de clase "distinción" y refinamiento como lo refiere Bourdieu (1998)” Sobre este último, llama la atención el establecimiento de categorías de mezcal que repercuten en la elaboración y sabor de la bebida. En la siguiente tabla referimos y caracterizamos estas categorías:

5. Definiciones y características de las clases de mezcal.

Categorías o clases de Mezcal	Características
a) Blanco o Joven	Mezcal incoloro y translucido que no es sujeto a ningún tipo de proceso posterior.
b) Madurado en Vidrio	Mezcal estabilizado en recipiente de vidrio más de 12 meses, bajo tierra o en un espacio con variaciones mínimas de luminosidad, temperatura y humedad.
c) Reposado	Mezcal estabilizado en recipiente de vidrio más de 12 meses, bajo tierra o en un espacio con variaciones mínimas de luminosidad, temperatura y humedad.
d) Añejo	Mezcal que debe permanecer más de 12 meses en recipientes de madera que garanticen su inocuidad de capacidades menores a 1000 L, en un espacio con variaciones mínimas de luminosidad, temperatura y humedad
e) Abocado con	Mezcal al que se debe incorporar directamente ingredientes para adicionar sabores, tales como gusano de maguey, damiana, limón, miel, naranja, mango, entre otros, siempre que estén autorizados por el Acuerdo correspondiente de la Secretaría de Salud (Ver 2.10), así como en la NOM-142-SSA1/SCFI-2014 (Ver 2.2).
f) Destilado con	Mezcal que debe destilarse con ingredientes para incorporar sabores, tales como pechuga de pavo o pollo,

	conejo, mole, ciruelas, entre otros, en términos de la presente Norma Oficial Mexicana.
--	---

Fuente: NOM, Norma Oficial Mexicana. 070-SCFI-1994, Bebidas Alcohólicas-Mezcal.

En estos apartados podemos ver todos los requerimientos que la bebida debe implementar a lo largo del ciclo productivo para ser certificada con sello de Denominación de Origen y bajo categorías que aluden al sabor e ingredientes del mezcal. Adicional a estos requisitos, el mezcal debe cumplir con especificaciones fisicoquímicas de embotellado, etiquetado y comercialización. Estos procesos se estructuran en eslabones de la cadena productiva conformada por: 1. Viveristas; 2. Productores de Maguey; 3. Productores de mezcal palenqueros e industriales; 4. Envasadores pequeños, medianos y grandes; 5. Comercializadores a granel y exportadores.

Una de las exigencias actuales frente a la norma de Origen del mezcal que se debería reconocer es que en todo territorio mexicano existen destilados de agave elaborados bajo técnicas y conocimientos culturales diversos. Actualmente para que un destilado de agave pueda ser nombrado o etiquetado con la palabra mezcal, debe llevar a cabo un proceso de certificación con el Consejo Regulador del Mezcal o CRM para demostrar que se encuentra dentro del territorio reconocido por la DOM. Ante esta dificultad han aparecido otras denominaciones de origen de bebidas espirituosas hechas a base de maguey y es dentro de esta discusión que el Estado de Oaxaca tiene un papel clave por ser el principal productor de mezcal, lo cual, dadas las singularidades culturales de Oaxaca, permite dilucidar diversos caminos, modos y paradojas sobre el mezcal como producto cultural atravesado por diversos discursos y problemáticas políticas.

3.5 El consejo Regulador del Mezcal

El CRM es una institución que tiene como misión regular la calidad del mezcal. Este Consejo “cuya figura legal es: Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal (COMERCAM) López, (2018) es una institución con una labor clave para entender las tensiones políticas que genera el mezcal con la delimitación de territorios que se incluyen y excluyen de la DOM. También analizar la función de este consejo, permite analizar la manera cómo se implementa el discurso del *terruño* o *terroir* bajo la tecnificación de la producción

del mezcal para obtener la certificación exigida para su producción. Dentro de las labores que tiene el Consejo Regulador y que son asignadas por la norma son:

- 1) Salvaguardar la DOM en México y en el extranjero.
- 2) Garantizar al consumidor la autenticidad y calidad del mezcal.
- 3) Generar información oportuna, veraz y útil a la cadena productiva del maguey mezcal.
- 4) Recopilar información para el registro de predios con plantaciones de agave; la certificación de las fábricas y sus procesos de producción, además de registrar el número de lotes de producto envasado para la comercialización nacional y extranjera.

El papel que tiene esta institución permite analizar lo que Appadurai (1991) define como el surgimiento de los regímenes de valor y los flujos específicos de mercancías que evidencian el rol de instituciones y políticas en la valorización de objetos, los cuales en el mercado se convierten en mercancías; estas, a su vez, entendidas como cosas que tienen valor de uso y que puede intercambiarse por una contraparte (Appadurai, 1991, p. 77). Pensar en el mezcal como una mercancía inserta en un discurso de valorización y en medio de tensiones políticas por su producción y consumo evidencian singularidades que tiene la bebida y el papel central como crisol de diversas problemáticas.

Debido a diversas controversias y tensiones en que este organismo se ha sumergido, recientemente se crearon otros organismos certificadores avalados por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) y aprobados por la dependencia federal para certificar mezcal (Tomado de: <https://nacionmezcal.com.mx/2019/08/30/autorizan-a-3-como-certificadores-de-mezcal/>) estos son 1) verificación y certificación PAMFA; 2) Certificación mexicana (CMX); y 3) el Centro de Innovación y Desarrollo Agroalimentario de Michoacán (CIDAM), además del CRM. La importancia de que existan otros organismos, como refiere la Secretaría de Economía, es que permiten una apertura de mercados, libre competencia y que “el productor se sienta con toda la disponibilidad de acudir con el que mejor le dé el servicio” (Tomado de: <https://nacionmezcal.com.mx/2019/08/30/autorizan-a-3-como-certificadores-de-mezcal/>). Esta diversidad de certificadores también nos lleva a preguntarnos por las disputas de las que hace parte el mezcal como una bebida que adquiere valor en la circulación social. Webb (2008) dice que en esta circulación se interceptan varios actores, entre ellos

instituciones como el Consejo Regulador y sobre el papel de este organismo entramos en detalles más adelante en uno de los relatos etnográficos en que recorremos una comunidad de la Sierra Sur en compañía de un certificador.

3.6 La Región del mezcal en Oaxaca

Una de las particularidades de la producción de mezcal en el Estado de Oaxaca es que existe una delimitación política territorial conocida como “La Región del Mezcal” creada el 26 de enero de 1994 por la Cámara de Diputados. La norma señala que esta región es exclusiva para la siembra de agave y producción de la bebida; la zona está compuesta por 131 municipios de los distritos de Ejutla, Miahuatlán, Ocotlán, Sola de Vega, Zimatlán y Tlacolula (Gschaedler, 2017, p. 177), los cuales pertenecen a dos de las ocho regiones de Oaxaca, como son los Valles Centrales y la Sierra Sur.

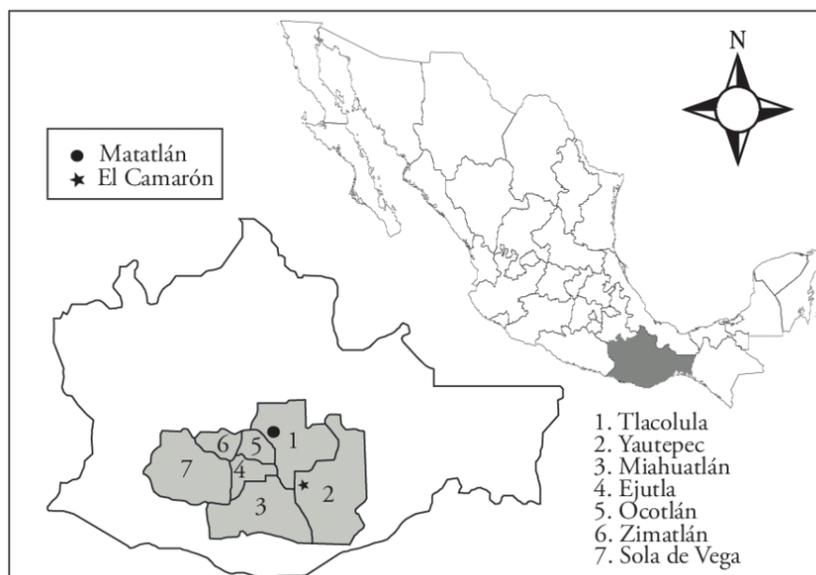


Imagen 19: Distritos que pertenecen a la Región del mezcal

Fuente: Bautista et al., 2017, p. 641

Algunas de las razones que impulsaron la creación de esta región es que el Estado de Oaxaca es el principal productor de mezcal a nivel nacional con el 97.3% de la producción total (CRM, 2015); a su vez porque la zona cuenta con la existencia de una vasta biodiversidad de agaves con cerca de 30 especies catalogadas (Vera y Santiago, 2005) y porque Oaxaca es la sede del Consejo Regulador del mezcal, lo cual también tiene efectos políticos en la

delimitación territorial de la DOM como lo señalamos en el apartado anterior. En términos socio culturales, en el área donde se establece la región del mezcal existen diversos vínculos entre pueblos zapotecos, que cimientan relaciones comerciales en torno al mezcal, porque en la “Región del Mezcal” participa la población de los Valles Centrales y la Sierra Sur, la cual mayoritariamente es zapoteca. Los zapotecos son uno de los pueblos indígenas de México que comportan una gran diferenciación lingüística y cultural, lo cual permite distinguirlos en cuatro grupos diferenciados: zapotecos de los Valles Centrales de Oaxaca, zapotecos de la Sierra Norte, zapotecos de la Sierra Sur, zapotecos del Istmo de Tehuantepec (Millán, Heiras, Questa y Perez, 2017, p. 52). De hecho, el Estado de Oaxaca concentra el mayor número de población de ese pueblo indígena.

Respecto a la incidencia de este hecho en la elaboración del mezcal, como refiere Palma (2016), en esta área participan varias comunidades, pues se impulsó a los productores de mezcal en los Valles Centrales y la producción de maguey para la Sierra Sur. Precisamente una de las dificultades que tiene la delimitación geográfica y política de una “Región del mezcal” es que no considera una pluralidad de comunidades que participan de la elaboración de la bebida, ya que de manera abrupta la norma homogeiniza o no tiene en cuenta las singularidades de la región en donde existen diferentes localidades que participan de la elaboración del mezcal bajo condiciones y maneras diversas.

Como analizaremos a lo largo de esta tesis, más allá de encontrarnos con un área homogénea de condiciones geográficas y culturales iguales; más bien encontramos una serie de contrastes que dan cuenta de una producción y consumo de mezcal que pueden cambiar entre localidades. Por lo cual seguir al mezcal como un objeto, entendido como “una entidad culturalmente construida, cargada de significados culturalmente especificados, y clasificada y reclasificada de acuerdo con categorías culturalmente constituidas” (Kopytoff, 1991, p. 94.), nos permite seguir el mezcal por diversas localidades. Este seguimiento posibilita mostrar que el mezcal es un crisol de relaciones que dotan a esta bebida de singularidades, desde las cuales el objeto se pone en tensión, se valoriza y adquiere usos y significados; visualicemos estos procesos a partir del siguiente capítulo.

**Capítulo IV. Las veredas del camino. La experiencia sensorial del mezcal
en la urbe y el medio rural**



Introducción

En este capítulo analizamos los espacios para el consumo de la bebida en la ciudad de Oaxaca de Juárez; para lo cual, inicialmente, realizamos un recorrido por una serie de mezcalerías que nos llevan a diversas experiencias de degustación; posteriormente, nos adentramos en la cantina como un espacio independiente, alejado de las ofertas de lugares en el circuito del consumo turístico del mezcal de dicha ciudad; se presenta a la cantina como un escenario que permite contrastar el consumo del mezcal en el circuito turístico, dado que en este lugar encontramos que esta bebida adquiere otros roles y significados asociados al género, la masculinidad y el intercambio.

Partimos de la ciudad hacia localidades aledañas como Santiago Matatlán, la cual hace parte de lo que se denomina como la “Ruta Oficial del Mezcal”. Esta localidad evidencia que el consumo en las mezcalerías invita al turismo a recorrer lugares donde se elabora el mezcal que se considera “auténtico”; también, nos remitimos a Miahuatlán de Porfirio Díaz y Santa María Zoquitlan; en estas localidades observamos cómo la Denominación de Origen moldea la producción del mezcal y de qué manera la bebida está inserta en una diversidad de contrastes y discursos.

Como evidenciaremos, dependiendo del lugar desde el cual se consume mezcal, es posible obtener una experiencia de sabor diversa. Como señala Wilson (2005), los lugares para beber tienen reglas y dimensiones propias que pueden servir como indicadores de estructuras y acciones que son significativas más allá de sus propios muros y que dan cuenta de prácticas culturales sobre el consumo de alcohol. Justamente consideramos que los espacios de consumo de mezcal para el turismo en Oaxaca de Juárez dan cuenta de la manera en que la bebida se transforma de las localidades en las cuales se elaboran a los espacios en la ciudad, en los cuales se consume y se dispone bajo otras singularidades estéticas y de gusto.

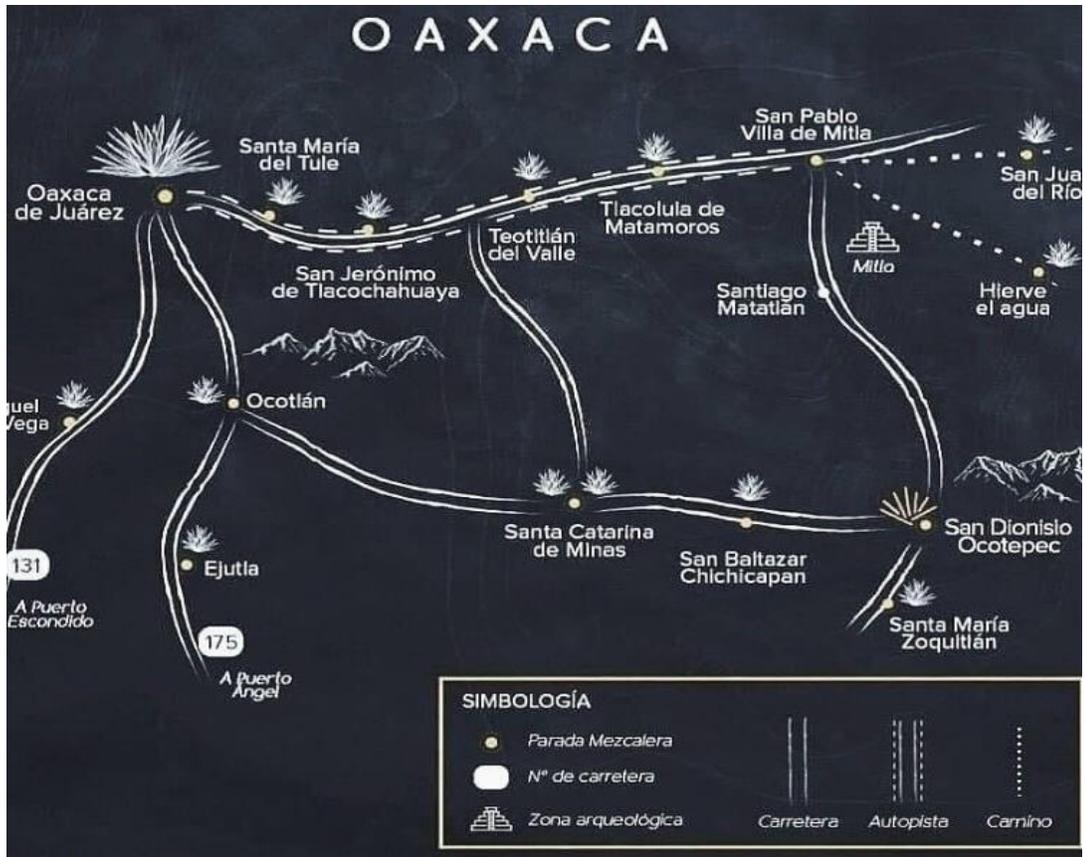


Imagen 20: Mapa ilustrado que refiere la ubicación de las localidades y caminos transitados. Dado que los recorridos no son en una sola dirección, constantemente el lector puede consultar este mapa para ubicarse dentro de las rutas y trayectorias referidas.

Fuente: <https://www.wahakamezcal.com/es/tradition>

Los espacios en los que nos insertamos para analizar el consumo del mezcal, permiten evidenciar de qué manera los productores, comercializadores y consumidores le otorgan al mezcal diversas texturas, tonalidades y sensaciones de acuerdo con la expectativa de sabor que cada contexto o gremio espera. Esto genera diálogos y contrastes de opiniones respecto a cómo se debe beber el mezcal. Aquí, como refiere Fabián (2017), el acto de beber mezcal hoy necesita de un acuerdo colectivo sobre cómo degustarlo, pues esta necesidad se evidencia en las observaciones registradas en mezcalerías de la ciudad de Oaxaca. Estos espacios permiten analizar de qué manera el sabor del mezcal se construye socialmente y cómo en esta labor las catas de la bebida y experiencias de degustación del mezcal cobran un papel importante para crear o tejer un diálogo en que intervienen diversos actores para definir *a qué debe saber el mezcal y cómo se bebe*.

Para este análisis, definimos el sabor como la sensación sensorial que inicia en la lengua y es efecto de “una combinación de informaciones que proceden de varios sentidos diferentes de la degustación propiamente dicha y que tienen origen en las papilas del gusto, los receptores táctiles y técnicos de la lengua” (Fischer,1995, p.87) Este es un proceso que también se conoce como *flavour* y proviene de la palabra francesa *flaveur* (Fischer,1995). Entretanto retomamos la propuesta de Bourdieu (1979, p.193) para definir el gusto como el “conjunto de modelos estéticos de clasificación, el juicio y la acción que forman la base de un estilo de vida”; y retomamos los planteamientos de Fischer (1995, p. 93) sobre el gusto y la construcción de éste como un proceso social dinámico que “puede ser moldeado, modulado o incluso invertido por la influencia social y la inmersión en una cultura dada”.

Fischer (1995) señala que: “El alcohol tiene un sabor que quema y hay que aprender a tolerarlo antes que tomarle gusto” (p.85). Precisamente el consumo del mezcal requiere de un proceso en que el sabor constantemente se negocia y se pone en discusión de acuerdo con las expectativas de gusto y de clase que rodean la bebida; justamente a lo largo del capítulo evidenciamos que constantemente el sabor del mezcal se pone en juego en los espacios de consumo y producción. Para este apartado invitamos al lector a acompañarse de un *buen mezcal*, a fin de que su materialidad permita evocar de manera más detallada las texturas, tonalidades y sabores que en cada uno de estos recorridos la bebida suscita.

4.1 Las Catas de mezcal: recorridos de sabor por la ciudad de Oaxaca

*Tonos platinados ricos y cremosos. En el buqué, un aroma vegetal y cítrico con toques de miel y pimienta. En el paladar, notas de betún, tabaco, cáscara de naranja y caramelo salado conducen a un largo y lujoso final.*⁶

En la ciudad de Oaxaca existen diversos espacios para consumir mezcal; uno de los más renombrados en el ámbito turístico son las mezcalerías, espacios en los cuales es posible tener una experiencia de acercamiento al mezcal en caso de que no se pueda ir a un palenque o a las localidades aledañas a la capital. Actualmente, las mezcalerías se han convertido en

⁶ Descripción organoléptica de la edición limitada de 2000 botellas de Mezcal Sombra con agaves Tepeztate y Tosalá silvestres cosechados en la parte alta de la Sierra de Oaxaca. Tomado de <http://www.sombramezcal.com/es/#sustentabilidad>.

sitios especializados para consumir mezcal, los cuales se caracterizan por una decoración en la cual predomina los muebles y estantería de madera, las luces en tonalidades cálidas y la ausencia de música o la música a volúmenes que disponen el espacio para conversar, apreciar y rendir culto a la bebida destilada.

Dentro de las experiencias con mezcal que ofrece la ciudad, encontramos las catas y los maridajes, a través de las cuales turistas, expertos o neófitos se educan o informan sobre la bebida desde una experiencia de degustación. En las catas, por ejemplo, el mezcal se consume acompañado de vasos de agua, porque se dice que, entre copas, el agua limpia el paladar y permite contrastar diversos mezcales. Particularmente estos eventos son guiados por personas que conocen a los maestros mezcaleros o que, de alguna manera, han tenido un acercamiento al modo en que se elabora la bebida; por su parte, en los maridajes se degusta una variedad de hasta cuatro mezcales que se acompañan con platillos de comida local a cargo de chefs; estos eventos tienden a realizarse en restaurantes de cocina de autor, en los cuales platillos locales se entremezclan y combinan con una variedad de destilados.

Particularmente en las mezcalerías, el mezcal se consume en una variedad de recipientes especializados como *snifter glass*⁷ o *grappa glass*⁸, bulbo espirituoso⁹. Estos son instrumentos especializados para la apreciación organoléptica de la bebida que permiten detallar texturas, colores y tonalidades. El uso de estos instrumentos contrasta con el uso de jícaras, recipientes cóncavos de calabaza, los cuales son utilizados en los palenques por productores para consumir y ofrecer la bebida. En algunos casos, las mezcalerías se organizan a modo de galerías donde se pueden apreciar objetos, fotografías, muebles rústicos y una variedad de objetos artesanales que hacen parte de la decoración, pero estos espacios comercializan, a modo de galerías o boutiques, para la venta de lo artesanal. Dentro de las artesanías se pueden encontrar objetos de diversas localidades de Oaxaca como alebrijes, artesanía de hojalata, y textiles que se implementan en la decoración y se comercian.

⁷ *Snifter glass* es un tipo de copa cuyo cáliz posee una base ancha y una apertura relativamente estrecha, y su tallo es corto. Se utiliza principalmente para servir licores añejos como el whisky escocés, el Bourbon, el coñac o el brandy

⁸ *Grappa glass* es una copa diseñada para mejorar la claridad, los aromas y las características organolépticas del destilado. Actualmente se utiliza en bebidas como el pisco, el tequila y champagne.

⁹ Un recipiente de vidrio elaborado por artesanos de Guadalajara; estos instrumentos permiten intensificar los aromas, texturas y sabores porque generan una mayor oxigenación disminuyendo la evaporación de alcoholes.



Imagen 21 Decoración de la Mezcalería el Cortijo

Fuente: archivo personal.

En las mezcalerías podemos encontrar una selección de mezcales que el menú organiza por localidades. En estos espacios generalmente se ofrece una experiencia de sabor mediante una selección de tres a cinco mezcales. Antes de iniciar, quien dirige la cata conversa con los asistentes a quienes les pregunta sobre los intereses y expectativas sobre el mezcal mediante preguntas como: ¿Tiene usted experiencia con el mezcal? ¿Qué mezcales ha probado? ¿Es la primera vez que toma mezcal? Estas preguntas determinarán el rumbo de la degustación que de acuerdo con el lugar y quien guía la cata, pueden iniciar de “menos a más” o tener una selección particular de mezcales de acuerdo con las regiones, las técnicas y los productores; si quien degusta ya tiene experiencia con la bebida se sumergirá en mezcales que se consideran raros, singulares y con sabores más agudos.

La mayoría de las catas que realizan las mezcalerías o eventos gastronómicos inician con un trago de espadín y *van en aumento*, es decir, inician con los mezcales más suaves hasta llegar a sabores desconcertantes y astringentes o potentes a fin de que el catador pueda diferenciar los sabores de cada bebida. En las catas es frecuente escuchar que el mezcal espadín tiene el sabor más amable o noble al paladar; se dice que este es el maguey ideal para

quienes no están tan familiarizados con la bebida y es con este que frecuentemente se inicia la degustación. El espadín tiene un sabor más suave respecto a agaves silvestres como coyote, madrecoishe, tobasiche o jabalí, mezcales que se consideran más ahumados, terrosos y herbales.

Después de un trago inicial con mezcal espadín se consumen mezcales de agaves silvestres con los cuales la experiencia de sabor irá *aumentando* en términos de que llevará a algo nuevo, único o intenso que sacuda el paladar; para, ello hay quienes se dejan guiar por los sabores de los agaves que son más difíciles de encontrar, cultivar o son considerados rarezas por el modo en que se elaboran como son los agaves silvestres, mientras que otros consumidores temen a la cantidad de grados alcohólicos de cada una de las variedades y sabores fuertes por lo que prefieren consumir únicamente espadín.

Dado que en la ciudad de Oaxaca son diversas las mezcalerías y paulatinamente estos espacios han ido creciendo, hemos seleccionado algunos espacios para contrastar las experiencias educativas, estéticas y de sabor dispuestas en la ciudad:

En la mezcalería El Cortijo se ofrecen degustaciones de mezcales certificados y no certificados que son elaborados por productores de diversas comunidades de Oaxaca, generalmente de localidades alejadas de la ciudad. Los precios de una degustación varían entre *lo básico* y *lo experto*; una cata que se considera básica incluye tres mezcales y cuesta entre los 250 a 400 pesos mexicanos. La variación en el precio se debe a que aumenta su valor de acuerdo a la rareza o pequeña cantidad de menos de 200 de litros, hecho que hace que el mezcal se vuelva una bebida exclusiva y llamativa, al tiempo que convierte a la mezcalería en una boutique de productos sofisticados y lujosos por la corta oferta.

Una de las particularidades de la mezcalería El Cortijo es la distinción que hace de mezcales no certificados y certificados, especialmente los mezcales que no están certificados por la DO se comercian en pequeñas cantidades al ser elaborados por productores de comunidades lejanas a la ciudad de Oaxaca. Estos mezcales se convierten en bebidas raras, costosas y deseables.

En otros lugares como *In situ*, se ofrece una selección de mezcales a modo de “boutique”; las etiquetas de las botellas no se refieren a la palabra mezcal, pues más bien indican “aguardiente de agave” refiriéndose al mezcal no certificado, lo cual, aunque propone una disidencia frente a la Denominación de Origen, encarece los mezcales, pues se restringen y

se enfocan solamente a un público dispuesto a asumir elevados precios. Este espacio es ambientado con música de jazz a bajos volúmenes, singularidades que generan un ambiente para conversar y para un público *culto* y *extranjero* como lo refiere uno de sus trabajadores en la barra, quien considera que la clientela principal del lugar son los extranjeros como consumidores que realmente aprecian la bebida.

En otros lugares como La Mezcalerita, se ofrece una extensa variedad de mezcales con un variado rango de precio que inicia desde los 80 pesos mexicanos. Cerca de La Mezcalerita y sobre la misma calle de Díaz Ordaz se encuentra Expendio *Cuish*, donde la experiencia de sabor puede ser más detallada y educativa, debido a que esta marca recalca su interés por conservar el mezcal artesanal tradicional. En *Cuish* acompañan y explican al visitante sobre los sabores del mezcal, también sobre la persona que destiló la bebida y el proceso de elaboración del mezcal, asunto que, a su vez, se vincula con la estética de este espacio. En este lugar exhiben, a modo de galería, fotografías sobre los productores y hay un estencil inspirado en el maguey que va de la mano con la propuesta de la marca y la preocupación por conservar el mezcal tradicional.



Imagen 22 Ubicación de mezcalerías visitadas en la ciudad de Oaxaca de Juárez

Fuente: archivo personal.

Quienes visitan *Cuish* pueden conocer un poco de la historia de vida de cada productor, ya que la propuesta de la marca se enfoca a conservar el mezcal tradicional; uno de los mezcales

que allí se encuentran es el tepextate de Berta Vásquez, mezcalera de la comunidad de San Baltazar Chichicapam, al respecto las fotos de esta productora destacan en la galería del espacio y en postales impresas. De esta mezcalería llama la atención el uso de una rueda del sabor mediante la cual la persona en la barra explica el sabor que podría tener un mezcal de acuerdo al agave y al lugar en donde crece. Algunos de los sabores que abarca la rueda son cítricos, aromáticos, aceitosos, aterciopelados. Esta rueda ofrece un método que también es usado en el consumo y la valoración organolépticas de otras bebidas destiladas, así como bebidas como el café.

Acercas de las experiencias de sabor y degustación de mezcales en *Cuish*, entrevistamos a Larry, quien trabaja para esta marca y mezcalería desde hace más de un año. Larry realiza diferentes actividades; él se autodenomina un apasionado del mezcal, es de Guanajuato, pero al llegar a Oaxaca se sumergió profundamente en el mundo del mezcal; uno de los trabajos iniciales de Larry con *Cuish* fue la realización de degustaciones y la capacitación a *bartender*. Actualmente Larry realiza constantes visitas a maestros mezcaleros, recorre los valles aprendiendo e indagando sobre la producción de la bebida. Larry refiere que la labor de hacer catas y degustaciones ha sido un proceso de aprendizaje del cual reflexiona y comenta:

Yo hago una degustación contrastante: los llevo de arriba hacia abajo y al revés, los vuelvo a subir, me gusta generar contrastes porque así las personas pueden percibir los sabores y aromas...en las catas de mezcal puedes encontrarte con un aroma que te recuerda algo, un aroma de tu abuelita, el de tu casa, todo se ve influenciado aquí, hasta nuestros sentimientos, nuestros recuerdos y percepción. ¡En mi labor pienso que tenemos que generar esa comunicación con la gente, porque al tiempo que estamos dando la degustación hacemos una comunión con la gente, con la bebida, la tierra, los maestros y es que ... ¡se me paran los pelitos de contártelo! ...y es que a mí no me gusta sesgar a las personas (...) la neta a mí no me gusta sesgar a la gente con el sabor de los mezcales utilizando la rueda del sabor, es cierto que en *Cuish* tenemos la rueda del sabor, pero yo ya conozco el sabor de nuestros mezcales entonces no me gusta usarla en las degustaciones, prefiero preguntarles a las personas ¿qué siente? ¿Qué perciben? En mi caso después de trabajar más de un año en *Cuish* ya sé a qué saben nuestros mezcales, yo logro distinguirlos, por ejemplo, sé que el espadín va teniendo sabores por las propias plantas a cítricos, otros como el tobalá son más minerales, cada especie va teniendo sus sabores y yo a través de este gusto adquirido de haber ido probando ya voy distinguiendo.

Pero también hago que la gente hable y comente su percepción, les digo como van teniendo estas notas y como vamos teniendo sabores diferentes, pero también cada paladar es diferente, esa es también parte de la magia del mezcal, que cada quien habla de su experiencia de los sabores. A mí, la neta, no me late lo de la rueda de los sabores, se me hace muy pretencioso. Más bien es interesante como los mezcales van adquiriendo las diversas propiedades organolépticas, desde la fermentación y destilación todo va dando diferentes aromas y sabores. (Entrevista a Larry, 12 de marzo de 2020)

La experiencia de Larry es clave para entender las percepción y difusión del aprendizaje sobre el sabor del mezcal que realizan en las mezcalerías, aunque su perspectiva es diferente a la que generalmente siguen quienes realizan catas de sabor y arrancan *de menos a más*, ya que, a excepción de la propuesta de Larry, la experiencia de degustación fundamentalmente se basa en cuatro pasos de degustación que pueden observarse en diversas mezcalerías y que de acuerdo a quien dirige la cata pueden variar, los pasos son:

- 1) Tomar la copa, llevarla a la nariz, “respirar” el mezcal a fin de detallar las sensaciones que nos produce en nariz y boca; en este paso la saliva se asoma y el olfato se aviva; 2) hay que darle un trago pequeño al mezcal, a fin que invada toda la lengua y paladar, de tal manera que contraste el olor con el sabor, mientras el líquido envuelve la boca y se bebe lento; 3) es necesario tocarlo con la yema de los dedos, poner un poco en el dorso de la mano para sentir la textura aceitosa y percibir al olfato el perfume y esencia de la planta; 4) el último paso es dar un trago, beberlo y detallar la sensación al ingerirlo.

En el análisis organoléptico que se hace del mezcal en las catas y en espacios como las mezcalerías se recurre a lo que Fischler(1995) denomina jerarquía sensorial porque el gusto es el primero que tiene contacto con la bebida, pero otros sentidos como la vista y el olfato son complementarios para la valorización de un sabor, incluso, el tacto como sentido también es determinante. En espacios de degustación se invita a tocar el mezcal con la yema de los dedos a fin de detectar las texturas y los perfumes. Como señala (LeBreton, 2007, p. 268) encontramos en el mezcal un mundo inventado por la oralidad, los sentidos y las sensaciones que tienen un papel fundamental en la generación de diversas percepciones respecto a cómo y a qué debe saber la bebida para reflexionar aún más sobre cómo se consume en otros espacios en la ciudad de Oaxaca.

Otros de los espacios para beber mezcal en la ciudad son Sabina Sabe y Selva, dos bares en los cuales los cocteles de mezcal hacen su gala. Si bien para los puristas de mezcal puede ser

un pecado capital tomar mezcal en cócteles porque la bebida y el sabor del destilado se disuelve o mezcla con otros sabores, hay quienes defienden los cocteles y la mixología como una posibilidad de llegar a otro público y a un paladar más diverso. Es por ello que quienes hacen cocteles con mezcal aclaran que solo usan mezcal espadín, ya que esta planta es cultivada, a diferencia de los agaves silvestres, en no más de diez años para crecer en condiciones naturales. Bajo estos parámetros, en Sabina Sabe encontramos el coctel mezcal de hoja de Guayabo, bebida que mezcla la soda de toronja con hojas de guayaba y mezcal espadín. Sabina Sabe es reconocido por sus cocteles, una gran variedad de mezcales y platillos. De otro lado en Selva, el cual es parte del restaurante y mezcalería los Danzantes, existen cócteles que exaltan sabores locales como el cóctel de temporada molegroni que fusiona la consistencia y pesadez de la mole con la calidez del mezcal; es interesante no solo como bebida, sino también como una experiencia gastronómica.

Todas estas propuestas ofrecen otra experiencia de sabor diferente con el mezcal, especialmente los cocteles llaman la atención como una bebida actualizada y *moderna*. Esta variedad de experiencias del sabor, como los mismos realizadores de catas comentan, varían de acuerdo con los gustos, expectativas y experiencias de quien lo consume. “Cocteles con mezcal hay para todos los paladares” se dice en estos lugares; estos sabores junto a la gastronomía ahora dirigen la mirada en la incorporación del sabor del mezcal en las preparaciones; al respecto existen una diversidad de referencias bibliográficas en habla inglesa sobre el mezcal, especialmente en libros que se enfocan a la coctelería o mixología que dan cuenta de los modos en los que la bebida se modifica y consume para paladares internacionales.

Siguiendo a Fischer (1995), estos nuevos consumos del mezcal “evidencian una búsqueda por alcanzar los efectos psicotrópicos del alcohol sin pagar el precio de su agresividad gustativa” (p.86) y se evidencia la puesta en diálogo de diversas concepciones y expectativas sobre el sabor del mezcal generadas e innovadas desde las mezcalerías.

Una de las singularidades de las degustaciones y catas de mezcal en los espacios que describimos es que han apropiado o adaptado metodologías propias del consumo del vino para exaltar, valorizar y difundir los sabores del mezcal; ello se evidencia cuando en las catas se vinculan y explican las particularidades de la tierra en que crecen los agaves. Es interesante como estos conocimientos son difundidos por personas especializadas y certificadas,

conocidas como *mezcaliers*, quienes, paralelo al trabajo que realizan los *sommelier* o expertos en vino, se consideran expertos en mezcal y educan sobre la bebida, su uso y el contexto cultural en que se produce. Por dicha razón, se han puesto en marcha cursos especializados que otorgan el título o certificación de *Master Mezcalier* por la Secretaría de Turismo del Estado de Oaxaca y está dirigido a “barmans, mixólogos, meseros, gerentes de venta, personal de contacto turístico, líderes de opinión y público en general”(Tomado de:<https://presslibre.mx/2016/02/25/obtienen-certificacion-120-oaxaques-del-programa-master-mezcalier/>) quienes se preparan en este curso para difundir los sabores y la cultura de la bebida de forma tan especializada o sofisticada como lo haría un *sommelier* en el mundo del vino; por ejemplo, dentro de los propósitos del programa de *Master Mezcalier* encontramos los siguientes lineamientos:

Capacitar y elevar los estándares de competencia de las personas relacionadas en la venta del mezcal. Educar al consumidor sobre el producto mezcal; tipos de agave, denominación de origen, proceso de producción, degustación y consumo (Tomado de: <https://presslibre.mx/2016/02/25/obtienen-certificacion-120-oaxaques-del-programa-master-mezcalier/> .Consultado el 12 de abril de 2020)

Es interesante ver como la aparición de expertos y prácticas moldeadas para el consumo del mezcal evidencian la inserción del discurso del *terroir* en la valorización del sabor del mezcal, en la medida en que el sabor de la bebida se vincula con el entorno geográfico, los suelos y el clima en que se produce, asuntos que precisamente en las catas de mezcal son exaltados mediante expertos que como agentes especializados reivindican y educan sobre la bebida. Aquí el sabor del mezcal deviene de un acuerdo cultural de lo que aceptamos como bueno, sabroso, repugnante (Fischer, 1995) y que evidencian que el sabor, más allá de tratarse de una propiedad física o química, constituye una experiencia sensorial total (Fischer, 1995) que involucra emotividad, en lo cual influyen las percepciones sociales. De esta manera, el mezcal como bebida permite a quienes la beben involucrar todos los sentidos y moldear el gusto mediante una experiencia de inmersión en un sabor nuevo que se ha prefigurado desde las propuestas turísticas que van en búsqueda de experiencias nuevas en torno al sabor.

Llama la atención que los mezcales que generan una sensación extremadamente cálida y astringente son rechazados o evadidos por algunos comensales, quienes más bien esperan una bebida suave y amena; este hecho contrasta con la expectativa de los productores que

aprecian la sensación fuerte y cálida en la garganta. Dicha sensación es un aspecto determinante de lo que se denomina o considera un *buen mezcal*, una noción que se construye desde los contrastes y expectativas de los productores y los nuevos consumidores. Por su parte, los productores prefieren los mezcales “más entradores” y con mayor graduación alcohólica, aquellos que en su paso por el paladar sea fuerte; por ejemplo, Ricardo, un productor joven de Santa Catarina Minas, refiere su preferencia por el mezcal más fuerte o en términos de graduación alcohólica mayor de 50 grados; él dice que:

Para mi entre más fuerte el mezcal es mejor porque te lo tomas de un jalón y te relaja el cuerpo. Cuando el mezcal es más suave es más para platicar ... Hay veces que uno llega cansado del trabajo y lo único que uno quiere es tomarse un mezcal relajarse y dormir, cuando el mezcal está a 55 grados, sientes como el cuerpo se relaja y descansas sin problema. Lo ideal de un mezcal es que esté entre los 50 a 55 grados, eso lo ideal, aunque hay gente que dice que está muy fuerte. ¡Aquí en minas decimos que un mezcal debajo de 48 grados no es mezcal porque está muy bajo!, aunque según el Consejo (CRM) puedes dejarlo hasta 40 grados y sigue siendo mezcal, pero para nosotros eso es agua. (Entrevista a Ricardo Arellanes, 13 de agosto de 2020)

La noción de mezcales *fuertes* y *suaves* aparece en las experiencias de degustación de mezcal en las mezcalerías y apela a la construcción del sabor y el gusto basada en la graduación alcohólica del mezcal, al respecto es frecuente ver que algunas marcas de mezcal certificado ofrecen una graduación alcohólica baja en el mercado, es decir, por debajo de los 45 grados; esto difiere con el modo en que productores como Ricardo lo beben y consideran lo que es un sabor que bueno de un mezcal tradicional o un *buen mezcal*.

La idea de un *buen mezcal* es polémica, en la medida que parece remitirse a una bebida singular o única que responde a un estándar o característica que se repite, cosa que en el mezcal es ilusoria o muy difícil de sostener porque en esta bebida encontramos una variedad de especies de plantas usadas en su producción que pueden crear una infinidad de sabores; así mismo, una diversidad de técnicas y de conocimientos que cada productor imprime a la bebida. Aquí debemos señalar que la categoría de un *buen mezcal* es problemática, pues al cuestionar qué se entiende por *buen mezcal* intervienen asuntos como el sabor y graduación alcohólica que se mide de acuerdo con la Denominación de Origen. La DO clasifica la legalidad o ilegalidad de una bebida según su graduación alcohólica y según lo que

consideran salubre; esto produce contrastes respecto a lo que esperan los productores en el sabor de un mezcal y la manera en que las marcas certificadas ponen en el mercado un mezcal con baja graduación alcohólica.

Para Sarah Besky (2013), el *terroir* es un concepto asociado a prácticas culturales que han mantenido vivos los recursos biológicos; por lo tanto, es un fenómeno cultural más que natural. Esta autora, quien analiza la Indicación Geográfica para el té Darjeeling de la India, señala en su etnografía datos sobre el sabor del té, planteamientos que pueden equipararse al fenómeno que actualmente se gesta en torno al mezcal y sus disputas por el sabor, en la medida en que refiere a que las certificaciones geográficas moldean el sabor de los productos mediante el discurso del terruno. Este discurso enfatiza que un sabor solo se produce en una parte específica del mundo. Besky (2013), al realizar *tasting de tés* o catas de té, encuentra contrastes entre los sabores del té vendidos en tiendas exclusivas y los vendidos a precios más bajos en tiendas aledañas no certificadas; la autora contrasta el gusto por el té que tienen los productores y residentes respecto al gusto que crean los extranjeros por el té de las montañas. Las diferencias que encuentra son las siguientes:

Cuando realicé *tasting* o catas de sabor, conocí tés locales, más baratos. Los trabajadores del té con frecuencia me recordaban que el té Darjeeling fue cultivado para consumo de extranjeros, me decían que preferían el sabor de otros tés “me gustó halkha⁻ chiya⁻ (“té ligero”). Los locales preferían tés que eran producidos localmente, pero no tenían certificación de Indicación geográfica como la de Darjeeling. (Besky, 2013, p. 145. Traducción propia)

Fundamentalmente, la autora encuentra que la distinción del sabor del té fue creada mediante la publicidad de fotografías e historias de la gente local que mostraban imágenes de personas cosechando a mano la producción de té; esta exaltación de un trabajo manual o artesanal generaba que los extranjeros llegaran atraídos por la producción artesanal. Al respecto, Eric Hobsbawm (1983, p. 89) citado en Besky (2013) se refiere a esto como una "tradición inventada" o "un conjunto de prácticas que buscan inculcar ciertos valores y normas de comportamiento en el consumo local para exaltar un producto". Estas prácticas repercuten en la manera de concebir el producto, pues actualmente este té se considera un tesoro geográfico de la India y está protegido con certificación de Indicación Geográfica y

forma parte del patrimonio intelectual cultural del país; en palabras de Besky: “Este té es de considerable importancia para la economía de la India debido a la reputación internacional y para los trabajadores del té de Darjeeling y residentes de la ciudad (2013, p. 88. Traducción propia).

Paralela a la propuesta de Besky, Sarah Bowen (2015) por su parte afirma que la Denominación de Origen del tequila señala que los productos que ingresan al mercado global con certificaciones reclaman distinción mediante las cualidades de su producción manual y el monitoreo de la "calidad" química a partir de estándares internacionales que se cubren con las certificaciones y con las cuales se resignifican los trabajos locales y manuales de los productores.

Estas consideraciones aplicadas al mezcal, permiten señalar que el discurso del *terroir* y la Denominación de Origen sin duda influyen la apreciación y el gusto por los sabores del mezcal al exaltarlos y ponerlos en el mercado como artesanales, únicos y con sabores del lugar en donde crecen. Ello genera diálogos, acuerdos y disputas en una serie de relaciones entre productores, comercializadores, intermediarios y turistas para determinar cómo se debe beber el mezcal y a qué debe saber la bebida, hecho que se evidencia en el mezcal cuando, hasta hace algunos años, la bebida era consumida sin mucho protocolo o información tan especializada como la que hoy existe y brindan tiendas como las mezcalerías que constantemente están debatiendo y refiriendo a la manera correcta de beber el mezcal.

Actualmente las mezcalerías son espacios donde se educa a grupos de consumidores, principalmente extranjeros, sobre la variedad de mezcales, la planta, el origen, los productores, y especialmente sobre el sabor de la bebida o el modo en que se debe tomar, por lo cual el sabor del mezcal no “solo existe en la lengua, sino que es un proceso social dinámico que abarca la producción, el consumo y la reproducción” (Appadurai, 1988, p. 71). Aquí el sabor del mezcal se va construyendo en estos espacios que se configuran como lugares en donde se tejen diálogos que remiten al discurso del terruño y a las expectativas del sabor sobre el mezcal.

Como detallaremos en el capítulo sobre gastronomía, el mezcal, aunque fue considerado una bebida de clase baja, actualmente con las catas, como escenarios de degustación, ocupa hoy un nuevo lugar en términos del escalafón de los sabores y del gusto. Ello devela que la bebida se define desde una perspectiva de clase que lo reivindica como un sabor auténtico,

único y representativo o de *buen gusto* de acuerdo con el reconocimiento socialmente otorgado que procede de elecciones conformes a una norma implícita socialmente definida (Bourdieu,2016); pero que en este caso se ha ido construyendo desde espacios como las catas y las mezcalerías.

El mezcal más que ser bebido, es degustado y para ello se han construido recipientes específicos, ruedas de sabor y procesos educativos como cursos de *mezcalier* que difunden un conocimiento especializado sobre la bebida. De esta manera, las catas o degustaciones exaltan el terruño, o la noción de que el entorno natural puede moldear el sabor del mezcal. El proceso aquí señalado evidencia que el mezcal reconfigura su historia y pasado indígena desde herramientas empleadas en bebidas que ocupan un rango étnico, social y de clase diferente y superiores.

Las mezcalerías tienen un papel esencial en los procesos de posicionamiento, reconocimiento y construcción del gusto en el mezcal porque los precios, estética y ambiente resignifican y exaltan el sabor de la bebida desde un lugar de culto, donde la bebida se toma a sorbitos, mientras que se conversa, se escucha jazz o se tiene una experiencia sofisticada de sabor que no es para todos los públicos o para un público local porque no todos pueden pagar por una copa de mezcal en este tipo de lugares. En realidad, en las calles o al conversar con personas locales sobre la razón por la que no asisten a las mezcalerías, reconsideran que estos espacios son elaborados fundamentalmente para los turistas. Ello se debe a que en las mezcalerías el mezcal luce como una bebida sofisticada equiparada al nivel de los mejores vinos, wiskis; su sabor se equipará con dichas bebidas, al tiempo que paradójicamente crea una narrativa de reivindicación del *terroir* o del sabor del lugar por su tradición.

Desde el discurso del *terroir*, el mezcal se cataloga como una bebida cultural que tiene una historia que debe ser difundida, valorada y conocida (Besky,2014). En las catas de mezcal se exalta el trabajo histórico y artesanal de los productores de tal manera que en las mezcalerías, actualmente, encontramos una preocupación por la estética de la presentación (LeBreton, 2007, p. 260) del mezcal porque estos espacios se disponen para conversar, hacer tertulias, difundir arte, fotografía, al tiempo que educan sobre el mezcal, asuntos que enriquecen y le dan valor a la experiencia de degustación obtenida en estos lugares y a la construcción de un gusto por esta bebida; no en vano en las mezcalerías a la vez que se vende mezcal también se vende arte, arte popular, cultura y paisajes. Esto también genera que el mezcal cambie de

estatus (LeBreton, 2007, p.260) y reconfigure su valor al consumirse por otras percepciones de gusto y de clase.

4.2 Beber mezcal en una cantina. Una aproximación al universo del mezcal en clave de género

Las cantinas en México son un referente y paso obligado cuando un extranjero quiere recorrer, vivir o sentir el *México profundo*. Diferentes guías, revistas, canciones y películas invitan al foráneo a visitar una cantina para sumergirse en el *verdadero México*, un interesante cliché que nos sugiere a la cantina como un lugar que posibilita el encuentro con el nacionalismo, la tradición y la historia sociocultural nacional. Al explorar los caminos del mezcal, la cantina es una de esas paradas necesarias para indagar sobre cómo se consume el mezcal de acuerdo con los parámetros locales y compararlo con el turismo extranjero; a su vez, la cantina como espacio permite revisar el mezcal tanto desde la dimensión masculina como explorar el papel que las mujeres tienen en el universo de esta bebida.

La edición especial de la revista *The Mezcal Route*, en sus 136 páginas dirigidas a turistas, exploradores y los amantes del mezcal en Oaxaca, propone una ruta de recorridos en los que exalta un circuito de restaurantes, mezcalerías, palenques en localidades aledañas a la ciudad para descubrir el mezcal; en esta lista solo se mencionan tres cantinas que son cercanas a mercados como el 20 de noviembre. Ello se debe a que, en mayor medida, la revista, en un apartado denominado *In the Heart of the Route*, enfatiza otros escenarios para consumir mezcal como los restaurantes, las mezcalerías y los expendios o tiendas de las marcas donde venden el mezcal embotellado, por lo cual la pauta comercial de la revista se enfoca en espacios que brindan experiencias típicas sofisticados, ideales y deseables para que un turismo anglosajón adquiriera conocimientos acerca del mezcal.

La revista deja de lado las cantinas en las rutas oficiales del consumo del mezcal para el turismo en la ciudad de Oaxaca; ello suscita inquietudes respecto a la manera en que el mezcal en las cantinas se aleja de otras experiencias turísticas como los maridajes y las catas, por lo que vale la pena revisar si las cantinas se desvinculan del consumo de mezcal y de las experiencias locales para el turismo de la bebida. Para este apartado, retomamos a Wilson (2005), quien señala que los lugares para beber son espacios para entender los patrones culturales y las dimensiones espaciales y simbólicas del consumo de alcohol, por lo cual

proponemos revisar la cantina como un límite espacial y simbólico en el que se configuran relaciones en torno a la bebida, donde el mezcal adquiere otro papel, un papel particular que se desvincula del circuito turístico y que se encarna y materializa bajo otros significados que nos permiten dimensionar el mezcal como una bebida regional delimitada en su modo de producción y consumo por singularidades vinculadas al género y a parámetros regionales.

Inicialmente en el cine mexicano encontramos un lugar importante para pensar en las cantinas como lugares históricos que dan cuenta del consumo y papel de bebidas como el tequila y del mezcal en la construcción del nacionalismo. Como refieren Gaytán Zapata,(2012): “En las cantinas, actores queridos como Jorge Negrete y Pedro Infante platicaban, cantaban, luchaban y bebían” (p. 22). Estos personajes, aunque contaban con una amplia gama de licores, siempre elegían el mezcal o tequila como bebida que les daba licencia para llorar las penas de amor y hablar de su vida íntima.

Precisamente en el cine del siglo de Oro se construyeron imaginarios de cómo se bebe y quienes beben tequila y mezcal. Generalmente son los hombres encarnados en estereotipos como el Pedro Infante, quienes van a la cantina y beben licores que se consideran fuertes. Carlos Monsiváis (1997) refiere que:“La presencia cinematográfica de destilados del maguey como el tequila mostraba que las relaciones entre hombres eran fomentadas y negociadas en una cantina local, donde no se permitían el acceso a mujeres por ley y por costumbre” (p.8). Estos referentes plasmaron la imagen de los destilados de maguey como bebidas que incluso hoy se consideran fuertes en términos de graduación alcohólica, por sus efectos embriagantes, sabor, pero también vinculadas a un tipo de consumo valiente y varonil.

En Oaxaca hay de hecho una cantina que en la parte exterior y sobre su fachada, exhibe un esténcil de Pedro Infante¹⁰. La cantina de nombre La Faena tiene una ubicación céntrica y es visitada por turistas; para algunos es considerada una cantina *híster* porque estéticamente mezcla el ambiente de una casona vieja con un ambiente juvenil y turístico. Visitamos este espacio en compañía de un grupo de extranjeros estadounidenses, quienes acudieron con fines festivos para celebrar la despedida de un amigo; fue interesante ver que, aunque en este

¹⁰ La obra es elaborada por el artista Froy Padilla Aragón, un artista oaxaqueño que desde hace dos años tapiza los muros de la ciudad de Oaxaca con obras provocativas que hacen aparecer a íconos del imaginario popular mexicano como Frida Kahlo, Pedro Infante, Don Ramón, Jorge Negrete, Tin Tan o Emiliano Zapata en trajes o situaciones que aluden a películas y personajes de la cultura pop estadounidense. Tomado de: <https://elcorresponsal.com.mx/2018-08/personajes-de-la-cultura-pop-invaden-las-calles-de-oaxaca/>

espacio se vende mezcal a un precio inferior del que ofrecen las mezcalerías (con un precio promedio de 40 pesos mnx o 2 USD), no es el lugar en el que este grupo de turistas preferían degustar mezcal o conocer la bebida.

A diferencia de esta cantina, en otra parte de la ciudad y alejado de centro histórico, se encuentra una cantina Botanero en la calle Oriente, frente a un mercado que se pone los sábados. Esta cantina está decorada con escenas de catrinas que también evocan películas de Pedro infante y del México revolucionario de personajes rurales y armados; en este espacio, a diferencia de La Faena del centro, la música de mariachi suena a altos volúmenes y el lugar es visitado por personas y trabajadores locales, mientras afuera se mueve un ajetreado mercado con puestos abarrotados de clientes, adentro la cantina en horas de la tarde luce un poco solitaria y musicalmente ruidosa.

En la cantina Botanero se dieron cita un grupo de socios de una marca de mezcal después de un día de trabajo. La reunión, aunque era informal por llevarse a cabo al finalizar la jornada de trabajo, tenía implícita asuntos laborales y comerciales. En cuanto empezó la reunión, las bebidas empezaron a llegar y el grupo de participantes, hombres mayores de 40 años, acompañan la cerveza con mezcales que se servían en conjunto; en este espacio las bebidas estaban acompañadas de un alimento como molotes (también consomés porque precisamente el espacio sirve alimentos con la bebida). En el marco de esta reunión, con el pasar de las horas y al son de la música, las copas y las conversaciones sobre maguey, las rondas de mezcal avanzaban. Ya entrados, en copas uno de los hombres en la mesa comentó “Bueno ¡Ahora si ya estuvo bueno!, ya hablamos de trabajo, ya estuvo bueno. Ahora si vamos a hablar de las emociones fuertes”. Este anuncio convocó un brindis y cada quien le dio un trago a la cerveza y al mezcal para dar lugar a conversaciones en que los participantes comentaban de su vida íntima, sexual y de pareja. El mezcal acompañado de cerveza iba y venía en esta reunión que convocaba a hombres que trabajaban en diversos rubros del mezcal, ya que desempeñan labores de siembra y de comercio de la bebida. Así pues, en el marco de esta reunión cerraban tratos comerciales y también ponían en discusión temas asociados a penas de amor, mujeres y malos recuerdos, esto fue posible comprenderlo en la medida en que participe como invitada después de que aquel día en horas de la mañana y parte de la tarde, acompañé los recorridos a los viveros de *agaves* y a uno de los palenques de mezcal de la marca para la que este grupo trabaja como propietarios y socios.

Según Reyes (2011)¹¹, el mezcal en estados como Guerrero se sigue catalogando como bebida de hombres; el autor se refiere que, aunque en dicho estado ha aumentado la comercialización de mezcal, hay públicos como las mujeres que no lo consumen ampliamente, asunto que en este Estado se ha querido revertir a nivel comercial mediante la comercialización de cocteles a base de mezcal, los cuales se consideran bebidas suaves y feminizadas, en la medida en que, como refiere Fischler (1995), “brinda la posibilidad de alcanzar los efectos psicotrópicos del alcohol sin pagar el precio de su agresividad gustativa” (p.86). Este asunto suscita inquietudes respecto a quienes en términos de género consumen mezcal, de qué manera y en qué espacios lo hacen. El trabajo de Hunt, MacKenzie y Laidler (2005) titulado *Alcohol and Masculinity* refieren que el género es un fuerte predictor de la conducta de consumo de alcohol (Wilsnack et al., 1994). Su trabajo nos permite pensar que, aunque algunos alcoholes sean percibidos como bebidas que por su alta graduación alcohólica son dirigidas únicamente a hombres, encontramos que, en realidad, social y culturalmente, operan otros factores que definen a una bebida con características masculinas indistintamente de su graduación alcohólica.

Por ejemplo, el trabajo de Moeran, B. (2005), *Drinking Country: Flows of Exchange in a Japanese Valley*, señala que una forma en que los hombres consolidan su separación de las mujeres es bebiendo en un espacio específico que define como arena. Según este autor una arena o espacio para beber es un límite que tiene connotaciones simbólicas o materiales. La cantina en cuestión es un espacio de distinción entre hombres y mujeres, como refiere uno de los participantes, quienes se desvinculan de sus esposas o parejas para integrarse al espacio con la intención de beber. Según Moeran (2005), “los bebedores están controlados por una serie de intenciones definidas obligaciones y reciprocidades” (p.228) y en esta reunión de hombres se entremezclan vínculos laborales y personales.

Una de las particularidades de la cantina en cuestión es que es visitada por hombres después de horas laborales, no es céntrica, ni cercana del centro histórico y en ella se bebe cerveza para la sed, mezcal como bebida *más fuerte*, al tiempo se consumen alimentos conocidos como botanas o antojitos que pueden ser una variedad de pequeñas porciones de alimentos, fritos y cacahuates. Este contexto protagonizado por hombres que beben mezcal suscita

¹¹Tomadode:<https://cieras.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1015/851/1/TE%20D.R.%202011%20Rafael%20Damian%20Reyes.pdf>

diversos cuestionamientos como: ¿Las mujeres beben mezcal? ¿En dónde lo y cómo lo beben? Al respecto, en otros recorridos y caminos que nos llevaron a las fiestas de mayordomía de la Virgen de la Candelaria en San Bartolo Coyotepec, fue interesante ver que las mujeres que ocupan un cargos público de acuerdo al sistema de usos y costumbres bebían públicamente licores como tequila y mezcal, allí el consumo público de alcohol era determinante en cuanto a la construcción de respeto y era necesario como parte de la asistencia de estos eventos; este es solo un contexto, pero es claro que las mujeres también beben, pero bajo ciertas circunstancias y aún más importante en otros espacios.

Si bien históricamente las mujeres se han mantenido apartadas o alejadas de espacios públicos, dentro de los que podemos considerar las cantinas, hecho que se plasmó o representó hasta cierto punto a nivel cinematográfico en películas del Cine de Oro, en las cuales se muestra que las mujeres no podían ingresar a una cantina o serian faltadas al respecto, y que para evitar ello necesitaban la presencia de un hombre; no obstante, actualmente, las mujeres acuden a espacios públicos para beber y el concepto de *arena* que introduce Moeran (2005) es válido para pensar la cantina como un espacio dispuesto para beber bajo particularidades simbólicas, físicas y estéticas. Así mismo, esto nos lleva a pensar y explorar otros escenarios y lugares donde los roles de género median y se vinculan con el consumo de alcohol para plantear contrastes respecto al modo en que se consume bebidas destiladas de maguey en otros estados o regiones de México; del mismo modo, un asunto muy importante es la reflexión sobre el lugar de las mujeres en la producción de bebidas destiladas de maguey, hechos que desbordan el estereotipo de las cantinas como espacios de hombres, así como los limitantes del consumo y vínculos de las mujeres con el trabajo del maguey y el mezcal.

Para Ana Valenzuela (2007) en su investigación *Más allá del mito: mujeres, tequila y nación*, se han visibilizado las labores de las mujeres en la producción y consumo del tequila. Esta investigadora encuentra que, en contraste con el imaginario imperante del tequila como bebida fuerte asociada a un consumo masculino, en la ciudad de Guadalajara las mujeres también se reúnen con otras mujeres a consumir tequila en cantinas o espacios públicos sobre los cuales las mujeres asistentes han construido nociones de seguridad. Así mismo, Valenzuela da cuenta de una serie de relatos y entrevistas que evidencian que diversas mujeres han desempeñado cargos en diferentes puntos de la cadena productiva del tequila;

las entrevistadas refieren que han encontrado limitantes de género como mujeres en una industria que parece estar únicamente liderada por hombres; pero que claramente se ha ido construyendo y posicionando su participación en diversas áreas.

Por su parte, en Oaxaca, el rol de las mujeres en la producción y consumo del mezcal se ha empezado a visibilizar en labores como productoras, maestras mezcaleras y mujeres del maguey. Ello, por supuesto, es muy reciente, pues en este contexto las mujeres han sido totalmente relegadas, tienden a desconocerse las labores que estas realizan, asunto que frecuentemente se constata cuando son los hombres quienes toman la palabra y predominan en la estructura de la cadena productiva; son hombres quienes realizan labores de certificación, ocupan cargos de dirección en el Consejo Regulador y son dueños o directores de marcas; en esta línea, el trabajo de las mujeres ha estado en labores como la jima y el cocimiento porque se considera que otras labores son pesadas; incluso algunos hombres refieren que “las mujeres no hacen mezcal o no pueden hacer mezcal...es un trabajo pesado, un trabajo de hombres”.

En relación con lo anterior, pueden escucharse comentarios y rumores sobre la calidad de la bebida que elaboran las mujeres, considerándolo de menor valor o sabor; en ese mismo sentido, las mujeres que lideran proyectos de algunas marcas o de empresas pujantes son señaladas de haberse llevado el crédito de otros y no ocupar estos espacios por capacidades y méritos personales; en todos estos contextos se duda y se pone en entredicho todo el tiempo los conocimientos y aportes que las mujeres realizan en esta labor.

Con respecto a la visibilidad y labor femenina en la industria del mezcal, se han llevado a cabo eventos en la ciudad de Oaxaca promovidos por iniciativas particulares como Mujeres Unidas por el Maguey, un evento que se llevó a cabo el 08 de marzo en conmemoración del Día Internacional de la Mujer y en el cual se dieron cita académicas y mujeres mezcaleras como Sosima Olivera, maestra mezcalera de la comunidad, San Miguel Suchiltepec Yautepecde la comunidad Chontal ubicada en la Sierra Sur, Graciela Ángeles de Santa Catarina de Minas en los Valles Centrales, antropóloga investigadora del INAH, María del Carmen Cisneros, la cineasta Luna Marán. Estas mujeres conversaron sobre sus trayectorias en este universo mezcalero que está altamente gobernado por lo masculino, asunto que se evidencia, en la medida en que son los hombres quienes toman la palabra en espacios públicos como productores o comercializadores, y quienes, al considerarse que tienen un

amplio bagaje de la bebida, ponen en entredicho o desconocen las capacidades, implicaciones, labores y procesos que atraviesan y atravesamos las mujeres al inmiscuirnos en este mundo mezcalero.

En el evento de Mujeres Unidas, justamente se visibilizaron situaciones o asuntos del proceso de producción en las que mujeres son clave; por ejemplo, son determinantes en la destilación para cuidar y vigilar la graduación alcohólica del mezcal porque los hombres van al campo; así mismo, la labor que realizan las mujeres de alimentar y realizar la parte del trabajo doméstico también determina que los hombres puedan producir mezcal; las labores y los cuidados del hogar como velar y alimentar los trabajadores, esposos o hijos constituyen parte del proceso de la elaboración de la bebida que influyen en la consolidación y la mano de obra de la producción.

En este marco, podemos encontrar que en diversas localidades de Oaxaca que están atravesadas por la migración, las mujeres toman las riendas de la producción de mezcal como una fuente de trabajo e ingresos cuando los esposos o hijos migran y, en algunos casos, tardan años en regresar, no regresan o fallecen en el trayecto. En este contexto, diversas productoras han empezado a trabajar con el mezcal, lo cual para algunas no ha sido tan fácil justo por las dificultades locales, los rumores y prejuicios que demeritan el mezcal que elaboran. Las mujeres al quedar solas acuden a este trabajo como medio de sustento para sí mismas y para su familia, la ausencia de un hombre, en algunos casos, es motivo para demeritar el trabajo femenino. Este desprestigio de la labor femenina ha hecho que, en algunas situaciones, sean los hijos hombres quienes tomen el reconocimiento del mezcal que hacen sus madres. Existen diversas habladurías y rumores referentes a situaciones de mezcales que han sido premiados y que los hombres productores se llevan el mérito cuando en realidad la bebida premiada fue elaborada por mujeres, esposas, madres, hermanas e hijas; vale la pena enunciar estos rumores como hechos que son interesantes y valiosos de constatar.

Hay muchas trayectorias sumamente importantes e interesantes de mujeres vinculadas a esta industria que amerita una investigación de lleno enfocada a sus historias de vida; esto es una labor que desborda esta investigación, pero es importante enunciar la necesidad de realizar un trabajo que debe visibilizar a las mujeres que participan en este mundo como productoras, mujeres del maguey, investigadoras, mujeres con cargos técnicos y directivos en diversas marcas y entidades. Vale la pena hacer referencia brevemente a algunas de las

mujeres a quienes nos acercamos al recorrer los diferentes caminos del mezcal, aquellas que, a través de diversos roles y trabajos, también estructuran y dan sentido a esta bebida.

La maestra Reyna de la localidad Miahuatlán, quien ahora es reconocida y premiada en la industria y quien empezó a trabajar con el mezcal como medio de sustento en vista de que, como ella refiere, no tenía otro medio de trabajo; Rosario Ángeles en Santa Catarina de Minas, quien con 24 años aprendió a hacer mezcal a pesar de que su familia prefería que ella se dedicara a otras labores porque consideraban que era riesgoso para ella estar en un palenque rodeada de hombres; además, que este es un trabajo que requería de mucho esfuerzo físico, a pesar de ello, para Rosario hacer mezcal es un placer, de hecho constituyó una marca personal bajo el nombre de Rhamba (diosa del placer).

Jessica es una mujer mezcalera muy Joven, tiene 23 años y emprendió un proyecto en el que justamente busca darle visibilidad a las mujeres de su familia denominado *En memoria a mis Ancestras*, un proyecto de murales y un museo familiar en la localidad de Matatlan, con el cuál buscan contar cómo varias generaciones y mujeres de su familia han hecho mezcal y han tenido un papel protagónico en la producción de maguey y la elaboración de la bebida; Karina, maestra mezcalera en Danzantes e Ingeniera química de profesión; desde la implementación de la norma de Origen trabajó en diversas localidades del Estado de Oaxaca capacitando a los productores sobre cómo cumplir la norma de mezcal y mejorar los procesos de acuerdo con las capacidades locales; Julia realiza catas de mezcal y vive en Nueva York ; en su casa creó un espacio denominado *Mujeres Unidas por el maguey* para compartir conocimientos en el extranjero sobre la bebida; Graciela Ángeles en la localidad de Santa Catarina no solo es productora, sino investigadora; Martha, Ingeniera civil, quien lidera varios proyectos de sustentabilidad en Mezcal Sombra.

Es importante que la mirada y lugar que se le está dando a las mujeres no quede solo como un asunto de marketing que considere que consumir mezcales de mujeres es una acción disidente porque es un producto exótico; por ejemplo, llama la atención que la marca de mezcal Amores puso en el mercado una bebida denominada “Mezcal de mujeres”, que más que reconocer críticamente el rol de las mujeres en este trabajo, propone una línea de mezcales que se presentan estéticamente como suaves, delicados y con etiquetas en tonos rosas y floreados. Esta publicidad y comercialización caen de manera tajante en el sexismo, pues dan una imagen de que el mezcal que elaboran las mujeres no pasa por los mismos

procesos y complejidades de elaboración; al contrario, maestras mezcaleras como Reyna de Miahuatlán refieren a que realizan el mismo trabajo pesado que los productores hombres; por dicha razón, es un tema que necesita análisis y una revisión detallada que es importante para leer en clave de género la elaboración del mezcal.

En el análisis de las implicaciones que tiene estas aproximaciones sobre esta bebida alcohólica, es fundamental tener en cuenta que, en el caso de México, como refiere Valenzuela retomando a Brandes (1988), “para los hombres mexicanos beber alcohol es un elemento prescrito en ritos religiosos y encuentros ritualizados de todo tipo” (p.89). En este rito de consumo de bebidas como el mezcal y el tequila aparecen vínculos profundos con el nacionalismo en México porque las tecnologías de la memoria han contribuido a formar estereotipos de nociones de masculinidad en relación con los ideales del nacionalismo y con el consumo del destilado del maguey; aquí es donde justo hay que preguntarse por el lugar que han tenido las mujeres en la construcción de estos ideales e historias nacionales porque, como refieren Ayora y Vargas (2005), las bebidas alcohólicas a menudo han jugado un papel importante en la construcción de identidades nacionales, regionales, de clase y de género.

En esta medida, las particularidades que encontramos en el consumo de mezcal que se hacen efectivas en la cantina referida permiten analizar la manera en que se teje como un espacio físico y simbólico para beber mezcal bajo las condiciones locales de la ciudad de Oaxaca. Encontramos, por ejemplo, que la cantina se dispone para los negocios; este es el escenario donde el grupo de hombres no solo estaba reunido para beber, pues no era la única razón de estar allí, sino más bien se da también un momento donde el consumo de mezcal, acompañado de comida, posibilita *hablar de cosas serias* y *eso va* más allá de embriagarse porque requiere hacer negocios y hablar, al tiempo, de la vida íntima preferentemente sin sus parejas.

La cantina es, entonces, un espacio donde se entremezclan los vínculos labores y la vida íntima; aquí es útil señalar el análisis que propone Moeran (2005) sobre las relaciones secas y húmedas que genera el consumo del Sake en Japón. Este antropólogo encuentra que: “Muy a menudo grupos de hombres beben alcohol para perseguir y concluir con éxito las negociaciones comerciales” (p.28). Dicho autor especifica que las relaciones húmedas son aquellas que solo son posibles porque están mediadas por una bebida local importante que es el sake, bebida que en dicho contexto ayuda a concretar negocios. Es interesante las

categorías de vínculos húmedos y secos que permiten pensar en clave espacios como la cantina, donde se comparte y se mezcla la vida íntima con la comercial, laboral y de negocios sobre la mesa. Aquí es interesante que el mezcal como bebida tiene un rol de mediador de encuentros laborales, comerciales e íntimos, especialmente en lo que uno de los asistentes atribuye como *el hablar de cosas fuertes*, asuntos que se vinculan a las negociaciones, en tanto actúa como un recurso importante en la producción de masculinidad. Graham y Wells (2003) (citados en Hunt, Mackenzie y Laidler (2005)) consideran que la “masculinidad, se produce a través de la interacción con otros y con recursos específicos que solo ocurren en un momento y en un lugar en particular” (p.226). Ello nos permite pensar en la cantina como un espacio para pensar en el mezcal involucrado en contextos masculinos.

Respecto al uso de mezcal en contextos masculinos, la antropóloga Chiara Bresciani (2012) en su trabajo titulado *Alcolismo, marginalizzazione e cambio culturale: una etnografia critica del consumo di alcol in una comunità huave Messico*, analiza el consumo de alcohol en la comunidad de San Dionisio del Mar en la región del Istmo de Tehuantepec; ella encuentra un contraste entre el consumo de cerveza y de mezcal inicialmente porque el consumo de mezcal en esta comunidad es pequeño debido a la llegada de la cerveza. Esta autora diferencia la cerveza de mezcal, pues indica que en este contexto el mezcal sigue siendo muy importante, debido a su uso en contextos formales y rituales, para lo cual el mezcal en el contexto que analiza Bresciani (2012) es consumido en ocasiones especiales por una audiencia restringida que específicamente corresponde a hombres casados.

Desde el análisis de Bresciani (2012), es importante hacer un contraste entre el consumo de cerveza y el consumo de mezcal en una comunidad Huave porque evidencia que el mezcal al ser consumido entre hombres tiene connotaciones rituales. Esta investigación nos permite inferir que, a diferencia de la cerveza como bebida que se consume en grandes cantidades en las fiestas locales y sin un tinte ceremonioso, el mezcal tiene un uso acotado y hasta cierto punto restringido para quienes no sean hombres casados; estas singularidades evidencian un uso especial con connotaciones rituales. A su turno, el trabajo del antropólogo Tomas Gross (2014) analiza el consumo del mezcal entre los zapotecos de la Sierra Juárez. En su documento titulado *Mezcal and Mexicanness: the Symbolic and Social Connotations of Drinking in Oaxaca*; afirma que “desde una perspectiva antropológica, se habla del mezcal

en esta comunidad como metáfora de persona fuerte y de fortaleza” (p.14). El autor señala cómo la palabra "mezcal" se usa localmente a menudo como una metáfora que representa la esencia de la población indígena o la esencia de una persona (Gross, 2014). Su propuesta es interesante a la luz de lo que aquí se discute porque se detiene a analizar un contexto masculino del consumo de mezcal, en donde encuentra que esta bebida destilada tiene un impacto sobre la solidaridad grupal en la zona rural de Oaxaca que es más evidente y comprensible “cuando se analiza el comportamiento de los hombres en entornos de consumo de mezcal” (Gross, 2015. Traducción propia.). Aquí el mezcal además de referir a las cualidades de la población y la persona también refiere a la comunidad.

En ambos trabajos es importante ver cómo el mezcal se consume con fines especiales, rituales y en contextos donde la masculinidad juega un rol clave. Por tanto, la cantina es el vehículo que da lugar a la creación de un momento y espacio simbólico para que en un ambiente masculino se concreten relaciones específicas de intercambio. En el caso de la cantina, el consumo de mezcal también tiene connotación masculina asociada a lo *fuerte*, asunto que cobra sentido y opera socialmente en tanto la bebida es utilizada en un momento para el consumo que deriva en conversaciones donde se negocian y conversan asuntos no habituales.

El mezcal como bebida fuerte y “de hombres” consumida en un espacio como esta cantina tiene un uso social que da lugar al establecimiento de relaciones laborales y de amistad que permean en la vida íntima de cada uno de los que participan. El mezcal, a diferencia de otros alcoholes como la cerveza que se consumen ampliamente, no tiene las mismas implicaciones de uso. Esto se evidencia con la singularidad de la cantina que se desvincula del circuito de lugares para el consumo de mezcal de degustación que, como uso social del mezcal, la bebida opera como intermediaria y facilitadora de intercambios laborales y comerciales.

Existe una dimensión social del mezcal que en un espacio como la cantina nos deja ver cómo el mezcal es una bebida mediante la cual se crea amistad, se pactan acuerdos comerciales, laborales y se comparte la vida íntima; aquí el mezcal es constitutivo de ciertas relaciones sociales (Miller, 1987, p. 122) específicamente de una relación y vínculo que crea un espacio para la masculinidad y en donde el mezcal se consume para fortalecer las amistades o sellar acuerdos comerciales.

Una diferencia importante de las cantinas con respecto a las mezcalerías es que en las mezcalerías encontraremos dinámicas para el consumo del mezcal que van más allá del género, ya que engloban asuntos que tienen implicaciones de clase y gusto en la apreciación del mezcal como referimos en el aparatado anterior. Particularmente, la cantina como espacio singular en un contexto oaxaqueño nos permite reconsiderar imaginarios del consumo de mezcal como un marcador de identidad nacional y aquello que se considera como propiamente mexicano. Aunque la cantina evoca imaginarios por los cuales estos espacios “han sido asociados con la cultura machista y vaquera del centro de México presentado por el cine mexicano y luego por Hollywood” (Ayora y Vargas, 2005, p.162) permite evidenciar singularidades en términos locales y regionales del consumo de mezcal porque el modo en que aquí se consume mezcal contrasta con el consumo de tequila y mezcal en otras partes de México como por ejemplo en Mérida.

El texto de Ayora y Vargas (2005), nos permite identificar diferencias a nivel del consumo de destilados de agave entre el centro y sur del país con regiones en Yucatán, donde refieren los autores que: “Existe una preferencia local por cerveza fría y ron helado o cócteles de brandy en lugar de alcoholes fuertes como el tequila o el mezcal” (p.174). En su trabajo titulado *Romantic moods: Food, Beer, Music and the Yucatecan soul* encontramos que las cantinas en la ciudad de Mérida no son espacios dirigidos a hombres, pues no encajan con los estereotipos cinematográficos. El autor refiere que en Mérida, las cantinas se consideran restaurantes familiares o espacios en los cuales se encuentran familias enteras “tomando bebidas (alcohólicas o de otro tipo) o comiendo botana; a su vez, se encuentran grupos de amigos de géneros mixtos e incluso grupos compuestos solo por mujeres que disfrutaban de bebidas en cantinas locales, sin temor a ser hostigadas por otro” (p.169).

Las autoras resaltan que el consumo de tequila y mezcal en sitios especializados dentro de la ciudad de Mérida fueron creados para fines de consumo extranjero, pero en realidad los locales no asisten a estos lugares y no toman tequila o mezcal de acuerdo a los estereotipos del mexicano. Su trabajo yuxtapuesto a este análisis, nos permite inferir que recorrer, vivir o sentir el México profundo mediante una cantina y el mezcal es una experiencia que difiere, se ajusta y responde a dinámicas locales particulares que a nivel regional y nacional evidencian contrastes que dan cuenta de que el mezcal es una bebida consumida bajo singularidades regionales y de género; no en todo el país se consume mezcal; por lo mismo

la bebida tiene y adquiere otro valor económico y de distinción. En el siguiente apartado analizamos de qué manera el mezcal se transforma y adapta en términos estéticos y de sabor para el mercado y el turismo. En este camino a través del cual dejamos Oaxaca de Juárez, nos lleva a recorrer localidades aledañas como Santiago Matatlán y Tlacolula de Matamoros que se configuran como una extensión geográfica del consumo de mezcal que se desarrolla en la ciudad, y permiten evidenciar que el consumo efectuado en las mezcalerías invita al turismo a recorrer localidades donde se elabora el mezcal que se considera “auténtico”. En estas localidades observamos la manera en que la Denominación de Origen moldea la producción del mezcal y la inserta en una diversidad de discursos.

4.3 El sabor del mezcal y su Denominación de Origen. Tensiones entre el gusto y la estética de la bebida

Las técnicas empleadas para el añejamiento y la maduración del mezcal son “prácticas copiadas de productos como el ron, el brandy y el whiskey” (Saldaña, 2018, p.25), que actualmente se implementan en la producción de mezcal y mediante las cuales este proceso suscita reflexiones sobre la manera en que el mezcal se ajusta a la norma en términos estéticos y de sabor. Para disponer la bebida a las expectativas de consumidores ajenos y a sectores de consumo extranjero, vale la pena revisar en este proceso las ampliaciones de la Norma de Denominación de Origen del Mezcal o NOM-070-SCFI-2016 de mezcal que establece categorías de maduración o añejamiento para la bebida como son:

- **Madurado en Vidrio:** mezcal estabilizado en recipiente de vidrio más de 12 meses, bajo tierra o en un espacio con variaciones mínimas de luminosidad, temperatura y humedad.
- **Reposado:** Mezcal que debe permanecer entre 2 y 12 meses en recipientes de madera que garanticen su inocuidad, sin restricción de tamaño, forma, y capacidad en un espacio con variaciones mínimas de luminosidad, temperatura y humedad.
- **Añejo:** Mezcal que debe permanecer más de 12 meses en recipientes de madera que garanticen su inocuidad de capacidades menores a 1000 L, en un espacio con variaciones mínimas de luminosidad, temperatura y humedad.

Cada una de estas categorías de añejamiento y maduración son clave para reflexionar por el modo en que se construye el sabor del mezcal con prácticas que buscan ajustarse a la norma, aun cuando el mezcal ha sido elaborado localmente bajo recetas y prácticas diversas. Para ver cómo ello opera, a continuación, haremos referencia a dos momentos etnográficos en que una marca de mezcal y un productor en proceso de certificación implementan sistemas de añejamiento para transformar los sabores del mezcal mediante la maduración y prácticas especiales de elaboración de esta bebida aplicados de manera singular con espacios, instrumentos y tiempos variantes de acuerdo con las capacidades diferentes de producción. Para este análisis consideramos la autenticidad como “una preocupación que surge con la sociedad industrial de producción en masa; no es inherente a las cosas sino a nuestro interés en ellas” (Escalona, 2016, p.148).

Inicialmente hacemos referencia a la Destilería los Danzantes en la localidad de Matatlán, espacio al que accedimos gracias a la invitación de Víctor, quien trabaja para esta marca en el área de marketing y publicidad. En cuanto a la visita al palenque del productor Guendulain en Miahuatlán, fue realizada en el marco de comercializadores de mezcal que abogan por mezcales no certificados.

a) Reinterpretando el mezcal. La Destilería los Danzantes en Santiago Matatlán

La localidad de Matatlán es el destino principal o mayor reconocido en el Estado de Oaxaca por la producción y consumo de mezcal. Esta localidad fue declarada como capital mundial del mezcal, y es determinante en los procesos y la historia de la bebida. Matatlán hace parte de la ruta oficial y turística del mezcal que conforma la ruta oficial del mezcal de la región de los Valles Centrales que está compuesta por seis municipios: Santa María del Tule, San Jerónimo Tlacoahuaya, Teotitlán del Valle, Tlacolula de Matamoros, San Pablo Villa de Mitla y Santiago Matatlán (Flores y Pacheco, 2019). Estas localidades hacen parte de la ruta oficial del mezcal propuesta por la Secretaría de Turismo. Matatlán es uno de los destinos a los que en mayor medida el turismo se acerca para conocer el proceso de elaboración de la bebida, ya que en esta localidad las fábricas y destilería se asoman en abundancia y se ubican a pie de carretera, en la entrada a la comunidad sobresalen un gran número de cultivos de maguey espadín.

En Santiago Matatlán, se encuentra la destilería los Danzantes, la cual pertenece al grupo los Danzantes, marca que también produce la línea de mezcales Alipús y cuentan con un restaurante en el centro de la ciudad de Oaxaca ubicado sobre el andador turístico y aledaño al templo de Santo Domingo Guzmán. Anualmente esta destilería realiza de forma especial la elaboración del mezcal de pechuga y la destilación de mezcal Arroqueño, un agave silvestre; de manera permanente en la destilería realizan paulatina y cuidadosamente la maduración de mezcales en un cuarto especialmente diseñado y adecuado para este proceso.

En Danzantes, la elaboración del mezcal es llevada a cabo por Karina Abad, ingeniera química de profesión, reconocida como maestra mezcalera de Danzantes por su conocimiento en la elaboración del mezcal; un conocimiento que como ella indica adquirió “recorriendo comunidades en Oaxaca cuando quiso apoyar a productores en procesos sobre certificación en los años en que empezó a impulsarse la certificación de la bebida por el CRM” (Comunicación personal con Karina. 27 de enero de 2020). Para realizar este mezcal de pechuga, de acuerdo con la receta de Karina, se cortan y combinan frutas como plátanos machos, manzanas, piñas y mangos, estos últimos son una fruta de temporada. Una vez cortadas todas las frutas, se adicionan al mezcal que ya ha sido destilado y ha pasado por las destilaciones necesarias para ser consumido; este nuevamente va a destilarse con la adición de frutas y el ave mediante el alambique de cobre, método de destilación utilizado en Danzantes para la elaboración de mezcal artesanal.

El nombre de mezcal de pechuga deviene de la utilización de un pollo criollo que se adiciona a la preparación en el momento de la destilación; para ello, y como refiere Karina, es importante que un pollo *sea criollo porque le da el sabor*. A diferencia de las frutas, el ave no se pone dentro del mezcal, sino que se cuelga de la campana de destilación, lo cual permite que los olores y sabor del ave se fundan con la variedad de frutas adicionadas en la destilación. En la destilación del mezcal de pechuga se condensan los aromas de las frutas, el pollo criollo y se genera una combinación que en palabras de todos los espectadores del proceso luce deliciosa. Es interesante el uso del pollo criollo y de la fruta de temporada porque, como refiere Eshelman (2011, p.52), este tipo de preparaciones hacen parte de comidas rituales que se elaboran con productos recién cosechados; precisamente el mezcal de pechuga es reconocido como un mezcal de elaboración especial que en localidades como

Santa Catarina de Minas es destilado para Día de muertos porque para su elaboración se utiliza las frutas dispuestas en el altar o la ofrenda.

Durante el proceso de elaboración del mezcal de pechuga en Danzantes, Karina registró y midió la cantidad de producto destilado o usado en cada paso del proceso de elaboración de los mezcales a fin de, como ella señala, “lograr un buen resultado de sabor y de calidad en el mezcal”. Como anota Karina, a diferencia del tanteo o de la adición de ingredientes a ojo que hacen los productores, ella prefiere medir y registrar las cantidades utilizadas en cada paso; esta práctica la considera adquirida de su profesión y dice que le es indispensable para lograr un buen rendimiento y calidad en el mezcal acorde con los requerimientos de sabor y certificación química.



Imagen 23: Frutas e ingredientes para la elaboración de mezcal de pechuga

Fuente: Archivo personal

Además de hacer mezcal de pechuga, Karina cuidó con detalle el proceso de destilación del mezcal arroqueño; para ello vigilaba el alambique de cobre y probaba constantemente en una copa de vidrio, sniffer glass, el mezcal que se iba destilando. Karina servía el líquido tibio y saliente del alambique en una copa que luego llevaba a su nariz y que inhalaba por cada una de las fosas nasales, primero la izquierda, luego la derecha. Los olores del mezcal invadían su nariz para luego dar un trago que lentamente saboreaba y escupía, proceso que constantemente repitió con el propósito de identificar el cuerpo del mezcal y el punto exacto de destilación en que los alcoholes ya son consumibles.

Además de estos procesos que realiza Karina para el cuidado del sabor del mezcal, encontramos que en la destilería también ameniza o musicaliza la fermentación del maguey con música clásica que se escucha a través de parlantes; estos sonidos amenizan el vuelo de los mosquitos que divagan en torno al agave fervoroso en las barricas de madera, en las cuales se van dando lugar a la fermentación.



Imagen 23. Barricas de añejamiento de mezcal en Destilería los danzantes

Fuente: Archivo personal

En Danzantes existe un cuarto de maduración de mezcales que es de acceso restringido por su solemnidad, silencio y oscuridad. El cuarto alberga barricas de roble como las utilizadas en el whisky a implementadas en la maduración del algún lote seleccionado de mezcal. Este

espacio cuenta con una estantería de madera en la cual se organizan botellas de vidrio Dama Juanas recubiertas por estuches de palma que recubren los mezcales para que entre poca luz.



Imagen 24. Damajuana con mezcal en cuarto de maduración de la Destilería los Danzantes

Fuente: Archivo personal

En este cuarto, el mezcal es resguardado por danzantes, máscaras y atuendos que cuelgan de la pared sobre las barricas y que son coleccionados por uno de los propietarios de la marca. “son las máscaras que resguardan el espacio y cuidan de los mezcales”(Conversación con Jesús, Matatlán- Oaxaca, 31 de enero de 2020). En el cuarto de maduración, el mezcal está depositado en barricas de roble y recipientes de vidrio reconocidos como dama Juana; el espacio es de acceso restringido, solo ingresa una persona de la planta a vigilar los procesos y cuando es necesario los certificadores del Consejo regulador ingresan para adicionar etiquetas o abrir botellas; debe estar presente alguien del Consejo para que dé cuenta de la fecha en que se guardó o se abrió cada lote. Por las indicaciones que recibí, la maduración del mezcal requiere de silencio y oscuridad para que tenga buenos resultados en el sabor, lo cual respalda el Consejo Regulador del mezcal, pues las barricas solo se podrán abrir en presencia de un certificador, quien retira los sellos con fechas y datos del día, mes y año en que fueron guardados. Revisemos ahora como un productor en otra localidad ajusta el proceso de elaboración de su mezcal bajo otros métodos y medios.

b) Los cuartos de maduración de la familia Guendulain

El señor Guendulain es un productor de mezcal que vive en Miahuatlán de Porfirio Díaz y tiene un palenque en la comunidad de San Luis Amatlán, localidad ubicada a 12 kilómetros de la ciudad de Oaxaca dentro de la región de la Sierra Sur, la cual es reconocida por la producción de maguey espadín y de agaves silvestres como cuish, tobala y madrequis. Particularmente, esta localidad no hace parte de la ruta oficial del turismo y en ella mayormente se genera la producción de agave. En San Luis Amatlán, visitamos a la familia Guendulain, Padre y abuelos elaboran mezcal desde hace varias décadas mediante el método de refrescadera, a su vez, cuentan con un proyecto de recuperación de semillas de maguey silvestres. Dentro de las semillas y agaves que rescatan se encuentra el madrequis, variedad de maguey que ha sembrado desde hace siete años. En esta localidad frecuentemente el color de la tierra juega un papel importante en el sabor de los mezcales. Por ejemplo, el señor Guendulain le atribuye la singularidad de aromas y sabores a la tierra que existen en Miahuatlán, la cual considera diferente respecto a los colores y propiedades de la tierra que tiene otras localidades, el refiere:

Tengo sembrados madre cuish de tierra blanca y tengo de tierra negra, los de tierra negra tiene más aromas, más fortaleza y sabor de yerbas, es un sabor más fuerte mientras que el de tierra blanca es más suave. (Conversación con productor Guendulain, Miahuatlán, 12 de febrero de 2020)

En esta familia de productores practican la maduración de mezcales desde 1990, año en que guardaron los primeros litros de mezcal en contenedores y recipientes plásticos. Particularmente el abuelo Guendulain refiere que “conforme han pasado los años el mezcal mejora, los sabores cambian, se hacen más profundos y suaves”. Esta labor de maduración ocupa una parte específica y amplia de la vivienda de la familia porque se destinan dos cuartos que están contruidos en ladrillo y de piso de cemento; allí almacenan contenedores plásticos, recipientes damajuanas con diversas cantidades de mezcal.



Imagen 24: Abuelo y padre de la familia Guendulain mostrando el perlado de su mezcal, un método artesanal que permite verificar la graduación alcohólica de la bebida

Fuente: archivo personal.

Una de las maneras en que la familia demuestra la pureza de sus mezcales es mediante el perlado, un método usado por los productores para medir la graduación alcohólica de los mezcales de acuerdo con las burbujas en formas de perlas que se forman en la superficie de la bebida. A su vez, algunos miembros de la familia como el abuelo recuerdan que vivieron en la época del rechazo al mezcal, lo cual implicaba que “para que no quemaran el palenque y no tiraran el mezcal al río” debían esconder o enterrar la bebida en terrenos; hoy se sorprenden del valor y reconocimiento que en la actualidad tiene la bebida. Mencionan que incluso enterrar los mezcales se volvió una técnica con la que mejoran el sabor. Aquí el proceso de elaboración y maduración que genera esta familia llama la atención la manera en que ajustan en términos de sabor y graduación alcohólica mayor a 48 grados; en este proceso no solo buscan cumplir con la norma, sino que ponderan su percepción y expectativas de sabor sobre lo que consideran un buen mezcal, aquel que cuenta con graduación alcohólica superior a los 48 grados de alcohol.

c) Implicaciones de los métodos y categorías de maduración en el mezcal

Al realizar un paralelo con las dos dinámicas de maduración y añejamiento de mezcales elaborados tanto en Matatlán como en San Luis Amatlán encontramos “una intersección entre conocimiento local, práctica científica y la estandarización de procesos que estimula la

Denominación de Origen” (Carvajal, 2019, p.11). Por un lado, la Destilería Danzantes evidencia la implementación y puesta en marcha de prácticas de maduración del mezcal que siguen la reglamentación señalada del Consejo Regulador del Mezcal, el cual evalúa las adecuaciones técnicas de maduración para las cuales solicita el uso de barricas de roble, un espacio blindado o protegido de luz y la implementación de recipientes de materiales como madera y vidrio. Por su parte, encontramos que la familia Guendulain practica el almacenamiento del mezcal mediante el método de antaño que se mezcla con actuales técnicas de adecuación de espacios de la vivienda y el uso de recipientes de vidrio a fin de cumplir con los requerimientos de la certificación.

Estos ejemplos permiten evidenciar dos maneras en que el mezcal desde la producción local se adapta a los estándares de la norma de buenas prácticas y que evidencian la implementación de estrategias por parte de productores locales como el señor Guendulain. Esto da muestra de la existencia de alternativas y modos en que se busca cumplir con los estándares y requerimientos solicitados por el organismo certificador y la norma de la DO, al tiempo que señala que los productores transitan caminos diferentes para obtener el reconocimiento del mezcal bajo la misma categoría de sabor que tienen grandes marcas.

En estas observaciones también encontramos que el conocimiento técnico se combina con la producción de lo artesanal; por ejemplo, en Danzantes, la elaboración del mezcal no involucra métodos al tanteo, sino una medición y precisión de las cantidades usadas en la producción que es relevante para identificar un proceso de tecnificación de la producción artesanal. Si bien una de las singularidades y expectativas de la producción del mezcal es que sea artesanal porque “la comercialización de productos valorados como “artesanales” se diferencia de diversas maneras con procesos de producción industrial y prácticas científicas estandarizadas”(Carvajal,2019, p. 45); no obstante, existe en algunos productores el uso de sistemas de medición de cantidades, procedimientos que apelan a procesos de estandarización de la producción de mezcales que, aunque se reconocen como artesanales, recurren a diferentes estrategias de acuerdo con los productores para cumplir con la especificación que indica la normativa y optimizar los procesos de elaboración de la bebida.

Aquí, al igual que las catas de mezcal, encontramos que el discurso del *terroir* se inserta en la elaboración de mezcales para la obtención de las categorías de mezcales madurados y añejados, puesto que se evidencian paradojas respecto a los modos con las cuáles diversos

actores dan lugar a una categoría de sabor del mezcal mediante métodos que, aunque cumplen con la normativa, son paralelos y disonantes. Si bien el concepto de *terroir* refiere que el medio físico y natural interfiere en el sabor del mezcal, es interesante como ello se evidencia en Danzantes no solo con la maduración, sino en el proceso de fermentación en el que se implementa música¹², una práctica que también se utilizan en bebidas como el vino¹³ y que repercute en el sabor final una bebida.

De otro lado, con el productor Guendulain también encontramos que hay una incorporación del discurso del *terroir* cuando explica que los sabores de su mezcal devienen de las particularidades físicas de la tierra y porque crecen en la localidad de Miahuatlán; él específicamente diferencia dos tipos de tierra que otorgan cualidades diferentes a la bebida, a saber tierra negra y amarilla. Al respecto es interesante como Trubek (2008) afirma que los aficionados al vino¹⁴ empezaron a mirar el sabor como si fuera producido por una localidad en lugar de una técnica o de un determinado entorno social. Este fenómeno nos permite reflexionar sobre la incorporación de prácticas y narrativas en la visión y el modo en qué productores como el señor Guendulain construyen su perspectiva y expectativa sobre el sabor del mezcal.

Hay que adicionar que los lineamientos de la normativa NOM-070-SCFI-2016 respecto a métodos y tiempos específicos para obtener el proceso de maduración de los mezcales, impide a los productores comercializar sus productos en tiempos rentables; madurar un mezcal es una inversión en términos de que el dinero depositado, en la medida de lo posible,

¹² Markus Bachmann, un hostelero austriaco, asegura que exponer el zumo de uva durante la fermentación a determinada música tiene efectos beneficiosos para el vino resultante y que ha inventado un dispositivo especial que, introducido en las barricas, logra ese objetivo según leo en un reportaje de Veronika Oleksyn para AP. “Los vinos son más afrutados y maduran antes”, dice. Ya se ha asociado con seis viticultores austriacos en la marca Sonor Wines, que anuncia en su web y en Facebook que sacarán pronto al mercado “vinos enriquecidos” por música clásica, electrónica y jazz; entre ellos un pinot blanc que ha escuchado la Sinfonía 41 de Mozart. Tomado de: <https://magonia.com/2011/03/03/viticultores-austriacos-ponen-musica-al-zumo-uva-mientras/>

¹³ Los vinos como refiere Trubek (2008) se almacenan en grandes recipientes antes envejecido, mezclado, embotellado y, a veces, añejado nuevamente en botellas. Cada una de estas fases puede ser muy elaborada, y los métodos utilizados para triturar, fermentar, almacenar, mezclar y embotellar vinos contribuyen al sabor final de la bebida.

¹⁴ En Francia, la gente considera la ubicación primero cuando elige un vino. Los términos que describen la ubicación pueden ser amplios (Burdeos o Borgoña, por ejemplo) o estrecho (suelo rocoso o rico).

se obtendrá hasta en unos meses cuando la bebida cumpla las características y tiempos establecidos para su maduración. Este factor limita a los productores, pues en algunos implica que vendan los mezcales de forma más rápida y, por tanto menos rentable; ello evidencia paradojas respecto a lo factible o no que resulta a productores crear reservar de mezcal acordes a la norma para obtener un mejor sabor con la maduración.

El estatus y renombre que rodea hoy el mezcal produjo un mejoramiento del sabor de esta bebida con prácticas que, aunque resignifican y construyen el sabor de esta, generan discrepancias respecto a la expectativa que productores como el señor Guendulain tienen sobre el mezcal y lo que ellos conciben como *un buen mezcal*. El buen mezcal es pensado fundamentalmente como aquel que tiene una graduación alcohólica mayor a 48 grados, lo cual contrasta con el mezcal certificado, en el cual algunas marcas reducen la graduación alcohólica de la bebida a fin de ofrecerla a un público que no está familiarizado con la bebida; también, en algunos casos, esta disminución se debe por cuestiones de rentabilidad para rebajar la bebida. Así pues, como refiere Trubek (2008), el gusto se define principalmente en relación con el estatus y el mezcal al insertarse bajo estas singularidades de elaboración es moldeado.

El fenómeno de maduración del mezcal que sigue las normativas de una entidad como el CRM puede vincularse históricamente con la regulación del alcohol por parte de Estado mexicano, la cual tuvo un momento importante a finales del siglo XIX cuando se “trató de aplicar una versión de la modernidad inspirada en los valores europeos (Knight, 1994). Esta Regulación busco prohibir el consumo de ciertos tipos de alcohol como el tequila, el pulque y el mezcal, y reemplazarlos con bebidas que se consideraban modernas como el whisky, la cerveza y el vino.

Como refiere Gil (2004), “las bebidas modernas llegaron impulsadas por la inversión extranjera, mientras que la producción del licor fuerte y *rasposo* como el mezcal se conservó en manos de los empresarios locales” (p.10). Las bebidas que se denominaban modernas se consideraban iluminadas y sofisticadas (Gaytan, 2014). Aquí la referencia al mezcal como una bebida con sensación rasposa evidencia la visión que recaía sobre esta como una bebida de baja categoría en términos de sabor. En relación con el estatus (Trubek, 2008), el mezcal precisamente evidencia que la suposición social se resignificó con la normativa de la Denominación de Origen y el papel de un organismo estatal y certificador como el Consejo

Regulador del Mezcal, quienes velan por la transformación y ajuste de la bebida en términos de sabor y cualidades que exige el mercado.

Todos estos procesos nos llevan a pensar que el mezcal se ajusta en términos de sabor a expectativas de consumo externo para las cuales confluyen actualmente saberes técnicos, científicos, tradicionales y especializados. Las combinaciones de todos ellos hacen posible que un producto como el mezcal transmita su *terroir* en el marco de la Denominación de Origen; pero aún más importante que construya y evidencie su autenticidad. Como refiere Cant (2012), una variedad de actores e instituciones han sido fundamentales para el desarrollo y la autenticación de productos étnicos porque ciertas producciones etiquetadas como étnicas o artesanales han surgido de los deseos de las agencias estatales. Para entender cómo funciona este proceso en el siguiente apartado analizamos la labor técnica y científica que realiza un certificador y el Consejo Regulador del Mezcal. También es fundamental describir la inferencia de estas entidades en la producción de la autenticidad del sabor del mezcal.

4.4 Los caminos del maguey: un paisaje con sabor auténtico

En el acto de degustar, es cuando un bocado de comida o un sorbo de vino se mueven a través de la boca y el cuerpo, es allí donde la cultura y la naturaleza se vuelven uno. (Trubek, 2008, p.)

Desde los anteriores apartados, hemos venido evidenciando cómo se construye y define el sabor del mezcal en diferentes ángulos. Hemos mostrado cómo las catas de mezcal enaltecen los aspectos del entorno o *terroir* en espacios educativos sobre los destilados de agave. Y hemos referido procesos de transformación de los sabores del mezcal, en los cuales se utilizan o implementan métodos que combinan saberes técnicos y científicos, donde los procesos artesanales se resignifican para elaborar una bebida bajo estándares de calidad y con las especificidades técnicas que exige la Denominación de Origen para los mezcales madurados y añejados.

En este apartado analizamos la manera en que la implementación de la Denominación de Origen también configura el sabor del mezcal mediante conocimientos científicos y técnicos que juegan un papel crucial en el establecimiento y la valorización del sabor y la autenticidad del mezcal. Este proceso tiene su punto de partida con la certificación del agave que es realizada por instituciones como el Consejo Regulador del Mezcal o RM, quienes bajo la

norma NOM-070-SCFI-2016 certifican los lugares, el paisaje y espacio geográfico del cual proviene el maguey implementado en el mezcal, a fin de garantizar que se encuentran dentro de la zona geográfica protegida por la DOM¹⁵.

Para entender un poco más de esta labor, en este apartado recorreremos los caminos del maguey en compañía de un certificador del Consejo Regulador del Mezcal, quien nos permitió acompañarle en recorridos por localidades en donde realiza labores de certificación de agave en localidades de la Sierra Sur como Nejapa de Madero, El Camarón, San Pedro Quiatoni y el distrito de Yautepec. Estas localidades son reconocidas como zonas magueyeras o de alta producción de maguey espadín; específicamente para este apartado remitiremos a un recorrido realizado a la localidad de Agua de Guaje en el distrito de Santa María Zoquitlán, lugar donde es posible ver las implicaciones ambientales actuales del auge del mezcal, tales como la plantación excesiva de agave espadín, la escasez de agaves silvestres, la puesta en marcha de proyectos de rescate de semillas y la investigación de nuevas especies de maguey.

El trabajo de Gerardo¹⁶ como certificador es visitar a productores de maguey o mezcal, quienes solicitan una visita ante el CRM para iniciar con el trámite de certificación; esta labor la desarrolla Gerardo de lunes a viernes. Su trabajo implica una ardua inspección de campo, ya que debe visitar productores de maguey para lo cual recorre diversas localidades de la Sierra y algunas de los Valles centrales mediante un vehículo otorgado por la institución. Gerardo se adentra en caminos de terracería y terrenos donde luce imponente el cultivo de agave espadín con pencas que sobresalen de la tierra a lo largo de cerros que casi hasta su cúspide se recubren de la planta,

Muchas de las rutas que recorre Gerardo no están incluidas en la “Ruta del mezcal” para el turismo, pero son parte del territorio de la Denominación de Origen, justamente de allí deriva la importancia de su labor, la cual, a través de la certificación, ratifica que el maguey se encuentra dentro de la zona geográfica protegida. Para esta labor, Gerardo camina largas distancia a pie y hasta donde el cerro lo permite conduce su vehículo para llegar al predio donde cada productor en medio de cerros empinados y áridos tiene sembrado su maguey. Gerardo señala que el maguey espadín se puede certificar en cualquier momento de su ciclo, generalmente los productores que certifican el agave es para comercializarlo, ya que este

¹⁵ Tomado de: http://www.crm.org.mx/Quienes_Somos.php. Consultado el 05 de septiembre de 2020

¹⁶ El nombre ha sido cambiado por petición del colaborador

registro garantiza que el maguey es legal. Los cultivos de la planta se pueden certificar de diversas edades; recordemos que el cultivo de agave espadín requiere un periodo de crecimiento de mínimo 7 años, aunque muchos productores lo certifican desde que tienen pocos meses de crecimiento o cuando están a punto de cortarlos.

Una vez que Gerardo se reúne con los productores realiza un documento que llena a mano con los datos del productor, tales como nombre, el tipo de terreno (ejidal o comunal), cantidad de maguey (la cantidad es la indicada por el productor), aunque Gerardo realiza a ojo estimaciones del número de agaves y medidas de los terrenos, los cuales corrobora en su trabajo de oficina. Los datos recolectados son contrastados con mapas o mediante georeferencia a fin de corroborar que el maguey se encuentra dentro de las localidades que abarca la Denominación de Origen. Esta certificación que Gerardo emite es solicitada por los productores cuando quieren vender su maguey, si no presentan el acta del consejo puede considerarse que es maguey ilegal o que incluso fue robado; los productores requieren de la certificación para vender el maguey.

En la labor que Gerardo realiza fue posible ver la vinculación del conocimiento científico y técnico en la producción de mezcal para avalar la Denominación de Origen. En una de las visitas realizadas con el propósito de documentar una nueva especie de maguey, fuimos al palenque de un productor en la localidad de Santa María Zoquitlan a casi tres horas de la ciudad de Oaxaca. Para este evento no solo asistió Gerardo, también fue invitado el Dr. Abisai Josué García, biólogo e investigador de la UNAM, curador de la Colección Nacional de Agaves, especialista en Taxonomía de Agaváceas a nivel nacional (<http://www.ib.unam.mx/directorio/56>, 2011) y Ramiro, quien es ingeniero agrícola y colega de Gerardo en un proyecto de rescate de semillas de agaves silvestres.

La visita que en equipo se realizó en la comunidad Agua de Huaje de Santa María Zoquitlán tenía como finalidad documentar una nueva especie de maguey denominada Chuparosa, nombre con el que la refiere el productor y propietario de la planta Felipe Villafañe, quien indica que el nombre se debe a que las puntas de las pencas de este agave “tienen forma de pico de colibrí que chupa flores”. Don Felipe que es magueyero y produce mezcal en su palenque de un alambique de cobre junto su casa, sin saberlo descubrió el Chuparosa, un maguey que, como él señala, en su comunidad sencillamente conocían como “espadín del grande” porque, a diferencia de esa especie, este llegaba a medir de dos a tres metros de

altura. Para este productor el *descubrimiento* de este agave fue una casualidad, pues estuvo a punto de cortar el maguey para ponerse a hacer mezcal, pero fue Gerardo en una de las visitas de certificación, quien al ver la planta, le dijo que ese no era un agave *común y corriente*.



Imagen 25: Maguey Chuparosa en Agua de Huaje-Zoquitlán. Oaxaca

Fuente: archivo personal.

La mañana de la documentación del descubrimiento transcurrió entre la medición de las espigas de la planta, la toma de fotografía y la familia nos invitó a probar su mezcales; al conversar con el señor Felipe, su esposa e hija, referirían que ese maguey lo habían traído “muy pequeñito del cerro” aproximadamente hace 5 años; después de eso, lo sembraron en el terreno junto a su casa, terreno en el que también se siembra agave espadín, especie que es similar por lo que el productor indicaba que solo con los años y el tamaño es posible reconocer diferencias entre el espadín y el Chuparosa.

Luego de la toma de datos al agave, la planta fue comprada al productor; pero permaneció en el terreno por lo que quedó a cargo de la familia productora. La planta seguiría resguardada, a la espera de que eche el quiste o florezca, por lo cual el investigador García

soló tomo una peca como muestra para el laboratorio e indicó que el reconocimiento de la especie solo se podría determinar cuándo surgiera el quiote y este diera semillas.



Imagen 26: Felipe Villafañe y agave Chuparosa. Agua de Guaje-Zoquitlán. Oaxaca

Fuente: archivo personal.

Si bien el mezcal se elabora con diversas especies de agaves, solo 250 se tienen registradas y de estas especies solo algunas se utilizan en la elaboración del mezcal (Luna, 2015, p.44). Actualmente el reconocimiento de especies de agave involucra un conocimiento científico, mediante el cual se insertan e incluyen nuevas especies a la lista académica que en muchos casos son usadas por las comunidades.

Los recorridos con Gerardo y la participación en el proceso de documentación de una nueva especie de maguey permitieron reflexionar e inferir que la Denominación de Origen es también una norma que vincula un producto de tradición histórica y cultural “con un espacio geográficamente delimitado” (Bowen, 2015, p. 89) e idealiza un paisaje de maguey “único” que crece majestuosamente y en perfecta armonía con el medio y las poblaciones que lo cultivan o lo extraen de los cerros. El recorrer comunidades productoras de maguey entre los Valles Centrales y la Sierra Sur permitió encontrar que no existe una homogeneidad de paisaje y especies de maguey, sino una variedad de alteraciones en el paisaje por la impositiva presencia de agaves cultivados y la ausencia en algunas localidades de agaves silvestres que

varían no solo por la diversidad ambiental del estado de Oaxaca, sino por los usos particulares y producción en cada comunidad.

Milton Santos (1996, p. 62) plantea dos tipos de paisaje: el natural y el artificial y aclara que este último “es el que deviene del uso, ya sea político, técnico, etc. de la naturaleza”. Siguiendo a este autor, actualmente el paisaje del maguey cultivado de esas localidades configura una versión artificial del paisaje que hace del mezcal un producto turístico; aunque algunas de las zonas magueyeras no se exalten dentro de las principales rutas mezcaleras, estas localidades juegan un papel central en la producción y el ciclo productivo de la bebida; el paisaje del maguey que aquí se construye hace parte de la certificación de calidad y la localización del mezcal como producto cultural (Pastor, Torres, Grosso y Marinsalda 2017, p.132). Estos procesos han construido una transformación ambiental de los territorios donde se produce el maguey para hacer mezcal, en la medida en que han propiciado efectos ambientales como erosión y demanda de agua en comunidades donde el acceso a este recurso ya es limitado o inexistente.

Actualmente el mezcal se elabora a partir de “transformaciones territoriales localizadas, que resultan de la vinculación entre procesos económicos globales y condiciones espaciales específicas” (López y Carrión, 2018, p.8), en las cuales el proceso local del cultivar maguey se entrelaza con transformaciones ocasionadas por factores económicos y políticos que, al promover el consumo de productos con especificidad territorial, crean un paisaje del maguey que visibiliza encrucijadas de orden ecológico, económico y desarrollo. En torno a ellos, actualmente, se gestan muchos proyectos como el de Gerardo y grupos de productores que abogan por el rescate de agaves silvestres; existe una preocupación desde algunas productores y personas por incentivar el cuidado de la planta y la investigación de la misma.

En estos momentos, los ciclos de vida del maguey silvestre están siendo afectados por el voraz consumo de mezcal, el cual está reduciendo los ciclos de corte de maguey; al respecto, la labor de Gerardo como certificador es clave porque es un agente mediador entre una entidad gubernamental como es el CRM y los productores; desde su posición continuamente se genera un diálogo de saberes técnicos y locales; es interesante la labor de Gerardo porque media y acompaña el proceso de certificación, donde procesos y saberes técnicos se ponen en diálogo con los conocimientos que en terreno le comparten los productores sobre la recolección de semillas, siembra y preservación del maguey.

Del mismo modo, es significativa la investigación e interés científico que se incentiva en torno a las plantas de maguey. Aunque investigadores como García Abigail han documentado durante largo tiempo los agaves, en estos momentos el análisis e investigación de las plantas toma más valor y peso porque, como afirma Trubek (2008), el conocimiento científico ayuda a cuantificar y, por lo tanto, a legitimar tradiciones de larga data de cultivo y plantación; en esta línea la labor de Gerardo es clave y muy interesante en tanto su oficio evidencia de forma tácita como se pone en marcha la norma, la legalidad y la certificación del paisaje y contexto donde crecen los agaves; su labor consiste, entonces, en legitimar y dar fuerza a los factores que permiten la construcción de la noción del *terroir* desde el saber científico y técnico.

Como describe Hernández (2014), los actuales agaves son más parecidos a las hortalizas que a las plantas semidesérticas, debido al cuidado y conocimiento que se ha generado en poco menos de dos décadas en aras de producir mezcal, como efecto de la globalización y la bonanza comercial en la que se encuentra hoy la bebida. Esta valorización sobre el paisaje del maguey ha generado varios efectos: a) especies de maguey silvestres y cultivadas utilizadas en el mezcal sin cumplir su ciclo vital; b) siembra intensiva de agave espadín y d) el aumento en el consumo de agua para sembrar maguey hacer mezcal.

Todos estos efectos evidencian la transformación y la creación de un paisaje para la existencia de un producto en el cual se pueda diferenciar y consumir las variedades de maguey empleadas en la elaboración de la bebida; se ha vuelto uno de los atributos con que se valora y construye la historia en torno al mezcal. Aquí la referencia de Hernández (2011), quien refiere que “los paisajes deben ser estudiados ligados a los procesos que los produjeron para entenderlos como la expresión de un orden social determinado”(p.117) es oportuna para referir que justamente los caminos que nos llevan a explorar el paisaje del maguey, sus especies y diversidad denotan toda una serie de contradicciones que ha suscitado la Denominación de Origen, las cuales, en el marco de procesos económicos y productivos a nivel local, generan diversas implicaciones y efectos; muchos de ellos aún serán aún más visibles en un medio y largo plazo.

Capítulo V. Sabores en el camino. La dimensión gastronómica y culinaria del mezcal



Introducción

La industria turística de la ciudad de Oaxaca incluye al mezcal dentro de la oferta gastronómica local y como parte de un listado de sabores que los turistas consumen a fin de obtener una verdadera y auténtica experiencia viajera; aquella que para Brulotte y Starkman (2016) consiste en el consumo y satisfacción de imaginarios, los cuales en el contexto de Oaxaca remiten a la idea de que el Estado conserva culturas indígenas que ratifican su historia y sus tradiciones a partir de producciones artesanales y culinarias que se elaboran en un escenario de diversidad geográfica y cultural, un contexto en el cual el mezcal se convierte en un marcador de identidad (Matta, 2019, p. 214) que sirve para distinguir grupos sociales, comunidades y a una nación.

Proponemos en este apartado pensar al mezcal como un alimento étnico en tanto hace parte de los distinguidos sabores de la cocina del Estado de Oaxaca que aunque aún no ha sido nombrada aún Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, si se inserta dentro de discursos patrimoniales locales que buscan reconocimiento a nivel patrimonial, dentro de estas iniciativas encontramos la de 2008 por el Congreso local que denomina a la gastronomía Oaxaqueña “Patrimonio Cultural Inmaterial del Estado de Oaxaca” (Tomado de: <https://www.forbes.com.mx/forbes-report-oaxaca-maridaje-perfecto/>); y aunque estos procesos no sean totalmente formales, encontramos que diversos consumidores y apasionados de la gastronomía a nivel académico, pero también de cine y documental¹⁷, en un proceso de voz, refieren que los sabores oaxaqueños se consideran exquisitos y este es un asunto que tenemos en cuenta que en contexto el mezcal se posiciona como uno de los sabores que distinguen a Oaxaca a nivel turístico en un panorama global, como refiere De Soucey (2010): “La cocina local cada vez más es una gran atracción y medio para que los lugares sean distintivos en un mercado global cada vez más concurrido” (p.1).

Con este panorama, en este capítulo analizamos el mezcal en el contexto gastronómico como un objeto y alimento étnico que se inserta en diversas discusiones de producción y

¹⁷ El programa e Street Food: Latinoamérica, una serie documental de los creadores de *Chef's Table* divulgada mediante la plataforma Netflix. en su última temporada recorre diversos países entre los que se encuentra México, en el capítulo se halaga y documenta la gastronomía de Oaxaca, dentro de los sabores que allí se exhiben, junto a latillos como la talluda, se encuentra el mezcal como acompañante de platillos suculentos dentro de los que destacan moles (mecal de chiles, especias y en algunos casos chocolate) así como alimentos a base de maíz. Tomado de: <https://www.traveler.es/gastronomia/galerias/street-food-latinoamerica-serie-documental-netflix/2769/image/149116>

consumo. Para ver cómo ello opera, realizamos un recorrido por caminos donde la gastronomía, los extranjeros y el mezcal se entrelazan desde discursos de patrimonialización, consumos gastronómicos de comercio justo, artesanal y orgánico. El capítulo se divide en varios apartados. En el primer apartado hacemos referencia al festival *Mezcal Amores Experiences*, un evento que se realiza desde hace varios años en campos de agave de la localidad de Mitla; este escenario es interesante para comprender cómo se vincula el mezcal con la oferta gastronómica local enfocada a un público extranjero, donde la bebida es consumida desde una perspectiva estética y de clase que reivindica y resignifica al mezcal como una bebida vinculada a grupos rurales o a un consumo indígena. Para este análisis tenemos en cuenta que, para Brulotte y Starkman (2016), “la producción culinaria y gastronómica es un marcador de identidad” que nos permite pensar en el mezcal como un objeto y una producción culinaria constituyente de una representación étnica de grupos humanos. Así mismo, nos permite reflexionar sobre el proceso en que el mezcal pasó de ser una bebida consumida por grupos indígenas en zonas rurales a ser consumida dentro circuitos elitizados, los cuales retoman las producciones étnicas y las consumen bajo otros significados.

En el segundo apartado, y en contraste con las sofisticadas experiencias que brinda el festival previamente analizado, nos remitimos a recorridos por caminos que entretejen las historias de extranjeros que visitan a productores para probar mezcales y sumergirse en la vida y los paisajes del maguey; en este camino vemos la manera en la que el mezcal y los platillos locales se consumen a otros ritmos y precios; aquí remitimos a viñetas etnográficas de entrevistas y conversaciones con extranjeros que visitan a productores de los Valles Centrales. En estos escenarios podemos encontrar turismo culinario donde, además de consumir mezcal, “los visitantes se sumergen en la hospitalidad Oaxaqueña que permite a los visitantes el disfrute de sabores que conjugan una experiencia cercana y real (Brulotte, 2016, p.53 Traducción Propia). Este panorama nos permite reflexionar sobre el lugar de los extranjeros, particularmente el papel de norteamericanos en la valorización de esta bebida.

También, retomamos a Bowen (2015), quien señala que cada vez más los consumidores rechazan la alta cocina como la elegante cocina francesa y la experiencia en los restaurantes con servicio de mesa formal a favor de la comida real a fin de sumergirse en el consumo de nuevos sabores, lo cual es definido por la misma autora como lo “socialmente distante de

consumidores blancos, de clase media alta y que rompen las normas” (2005, p.87) porque esta serie de consumos se desvinculan de aquellos que se consideran habituales.

Después de recorrer todos estos caminos, en último apartado analizamos las implicaciones del turismo gastronómico en Oaxaca donde una oferta de alimentos como la cocina autor, regional, orgánica, natural y hecha a mano se valorizan, y analizamos por qué está de moda decir que algunos alimentos son naturales para decir que son buenos. Cabe preguntarse, entonces, cuál es el lugar del mezcal en estos discursos como bebida con Denominación de Origen que se promueve bajo etiquetas que la definen como natural, orgánica, sustentable para y desde la cual se construyen proyectos responsables y de comercio justo con las comunidades productoras; aquí reflexionamos sobre la manera en que la economía local se globaliza y tiene constantes implicaciones en el tipo de consumos de bebidas certificadas.

5.1 *Mezcal Experience*: la contradicción de los alimentos artesanales y étnicos en un festival gastronómico

La localidad de San Pablo Villa de Mitla es uno de los principales destinos a nivel artesanal, gastronómico y arqueológicos de los Valles Centrales. Mitla está ubicada a 50 kilómetros de la ciudad de Oaxaca de Juárez y destaca a nivel arqueológico porque allí se encuentra el segundo centro ceremonial más importante en el Estado de Oaxaca después de Monte Albán; a nivel artesanal, en la localidad se elaboran textiles en telar de pedal, los cuales reproducen iconografía de las grecas zapotecas de la zona arqueológica; a nivel gastronómico, hace parte de las rutas culinarias que promueve la Secretaría de Turismo del Estado y que la vinculan con la ruta turística del mezcal, debido a que allí se encuentran varios palenques de producción y puntos de venta a pie de la carretera de la ruta ecoturística que lleva al atractivo natural de Hierve el Agua¹⁸.

Anualmente se lleva a cabo en Mitla el festival *Mezcal Amores Experience*, un evento que se realiza desde 2017 por la marca de Mezcal Amores, la cual se autodefine como 100% natural y artesanal, ya que basa su producción en un proceso sustentable y de comercio justo con los productores. El festival de Amores consiste en una comida tradicional con música en vivo en medio de campos de maguey. Este año (2020), el evento se llevó a cabo entre el 05,

¹⁸ Hierve el agua es un sistema de cascadas petrificadas en medio de un paisaje de montañas y campos de agave; este lugar es uno de los destinos más visitados del estado como atracción natural.

06 y el 07 de marzo y, a diferencia de la primera versión de 2017 que solo convocó a 400 personas para el evento principal, en esta última versión asistieron más de 1000 personas. Una de las características de los asistentes es que son extranjeros y en su mayoría invitados por la marca; muchos de ellos son influenciadores o personas con algún impacto en redes sociales en temas como moda, diseño textil, arte, y gastronomía.

De este último ámbito, una de las asistentes fue Manuela López, chef colombiana que promueven la alimentación *plant-based*¹⁹, dieta que incentiva el consumo de alimentos reales, frescos, de estación y sin manipulación por parte de la industria. Al conversar con ella, refirió que su interés por la alimentación natural y sustentable, la llevaron al evento con la intención de aprender sobre cómo cocinar con mezcal, por lo cual y en sintonía con la propuesta de la marca, considera que el mezcal es un producto sustentable, artesanal y natural, atributos que, a su vez, son exaltados por diversas marcas de Oaxaca que tienen como filosofía trabajar con agaves orgánicos y elaborar mezcal con proceso de fermentación 100% natural o sin aditivos.

Al igual que Manuela, la gran mayoría de asistentes son extranjeros y de países como Estados Unidos, Canadá, Francia y Japón o mexicanos que residen en el extranjero. Algunos de este último perfil, consideraban el evento como una oportunidad para acercarse al verdadero mezcal y encuentran en Oaxaca el lugar para descubrir los secretos de la bebida. Les sorprende que “el mezcal antes era como de clase baja pero ahora está de moda”. Otros asistentes se interesaban por el carácter espirituoso, místico y artesanal; les interesaba conocer cómo se hace el mezcal y recorrer los paisajes en los que la bebida nace.

El evento es también un escenario de uso y comercio de textiles o de moda étnica, artesanal y que se ha denominado *ethnochic*²⁰ porque conjuga la unión entre la moda y la indumentaria tradicional y artesanal, la cual es usada por la mayor parte de los asistentes en prendas de vestir, quienes utilizan piezas elaboradas por comunidades indígenas y que ha sido intervenida por diseñadores, por lo cual destaca el uso de prendas con estampados étnicos y

¹⁹ La Dieta *Plant Based* incluye frutas, verduras, granos enteros, frutos secos, semillas y legumbres, pero pocos o ningún producto de origen animal.

²⁰ Autores como Hernández (2017) reconoce el papel de las performatividades étnicas en la moda bajo el eslogan de *ethnochic*, concepto con el que se refiere a cualquier comportamiento y artefacto que parezca exótico, primitivo, o simplemente, no occidental ante la mirada de quien lo consume y produce. Para Silva (2018), esta tendencia comenzó a popularizarse durante el período hippie de los años setenta cuando ciudadanos norteamericanos y europeos se asumieron “étnicos” por llevar puesta ropa que creyeron provenía de otras etnicidades, pueblos o regiones en Estados Unidos.

tribales. Adicionalmente, el festival es también un escenario de inversiones y creación de redes comerciales para exportar mezcal, ya que algunos asistentes comparten o dan muestras del mezcal que producen, pero quienes asisten no necesariamente son productores, sino más bien intermediarios que están creando o impulsando marcas a consumidores extranjeros.

El evento principal del festival se llevó a cabo el 7 de marzo en medio de campos de maguey; en este día los asistentes disfrutaban de una comida de cuatro tiempos con platillos oaxaqueños que tienen como principales ingredientes una variedad de moles, insectos, maíces endémicos, tlayudas (tortillas de gran tamaño untadas con una capa de frijoles y grasa animal), verduras, aguas de fruta y cocteles de mezcal. Una de las singularidades de la comida es que los asistentes pueden ver parte de la elaboración de estos alimentos en un espacio que se dispone como cocina pública. A un extremo del escenario principal, donde un grupo de mujeres uniformadas con mandiles y guantes plásticos, amasan y ponen en el comal tortillas de maíz y quesadillas; la presencia de estas cocineras se sincroniza con la presencia de jimadores de maguey, quienes vestidos con camisas blancas y guaraches cortan el agave; esta escena es fotografiada por los asistentes porque en ella se exhibe parte de la elaboración de los sabores que se están consumiendo.

La investigadora del performance, Bárbara Kirshenblatt-Gimblett (2011) define esta práctica como una instalación *in situ* que corresponde a “aquellas exhibiciones ambientales y recreativas que son atractivas porque son representaciones reales y vivas de las culturas en exhibición” (p.253). Justamente en este caso, encontramos un espacio donde se recrean y producen los sabores locales de la mano de mujeres que preparan alimentos tradicionales a base de maíz y hombres que trabajan el agave para la producción del mezcal. Con esta instalación *In situ*, refiere la misma autora, “las personas se representan a sí mismas frente a turistas en eventos como ferias mundiales, espectáculos locales o festivales folclóricos de tal manera que se convierten en signos vivientes” (Kirshenblatt-Gimblett, 2011, p.254); un tipo de escenario donde las personas vivas y locales dan veracidad a una experiencia gastronómica.

En el mismo evento, pero en un espacio alejado de la zona de comida, los participantes pueden recibir una limpia de la mano de un curandero de la localidad de Mitla, quien vestido de blanco y pronunciando palabras en zapoteco, empaña con mezcal un manojo de yerbas que posteriormente sacude en la cabeza y espalda de algunos curiosos que se acercan. Junto

a él, un hombre joven promociona su taller de textiles elaborados en telar de pedal²¹. Cerca de allí y entre los campos de maguey, resalta una instalación en letras neón con la frase: *Your spirit gets me higher and higher* tu espíritu me eleva cada vez más) elaborada por la artista estadounidense Olivia Steele²², una frase sugestiva que en medio de este contexto y en presencia de un curandero crean un escenario donde se exaltan los usos medicinales²³, mágicos y espirituales del mezcal. En este, uno de los escenarios más fotografiados del evento, se exaltan los usos de la bebida para grupos indígenas, asunto que se vincula con la presencia del curandero local, quien inaugura el festival mediante un discurso que hace referencia a los “antiguos zapotecos”

(...) Lo que acabo de decirles en mi lengua natal es que hoy estamos aquí nuevamente para seguir disfrutando estas benevolencias de la tierra y las aguas del cielo. Somos hijos de los agaves, hijos del maguey espadín, tobalá, cuishe y de todos los agaves que se encuentran en este lugar, estamos guardados por los cerros que nos rodean y por la montaña de la fortaleza que nos protege (...) debemos de darle una ofrenda a la madre tierra por permitirnos estar aquí, en esta que es su casa. Nosotros venimos para que nos deje disfrutar, nos deje estar alegres acá, para eso vamos a hacer lo que hacen nuestros antiguos zapotecos de Mitla, vamos a hacerle una ofrenda y le vamos a depositar todo lo que viene de la tierra: cigarro, mezcal y tortilla para que la madre tierra conviva con nosotros y también se sienta contenta de tenernos aquí en su casa. (Notas de campo, 07 de marzo de 2020, San Pablo Villa de Mitla)

²¹ El telar de pedal es un instrumento en el que levas o pedales mueven las urdimbres (hilos que se extienden en el telar) por donde pasan las tramas (hilos que se tejen por encima o debajo de la urdimbre). Con el telar de pedal en Mitla se comienzan a elaborar nuevas artesanías como los rebozos de lana o algodón, y se introducen nuevos diseños y prendas en los que plasman representaciones prehispánicas como las grecas típicas de la zona arqueológica de Mitla. Hacia la década de 1970, el rebozo era la principal prenda que producían, pero también empiezan a hacer chamarras, camisas, pantalones y suéteres, entre otros. Con la masificación de la actividad textil comienza un gradual crecimiento de los talleres y mayor demanda de fuerza laboral, animada por la creciente venta de suéteres de lana; asimismo, se experimenta con estampados de tintes químicos y nuevos diseños. La introducción del telar de pedal permite aumentar la producción y dirigirla al mercado local, a su vez favorecido por el turismo (Lugo et al., 2008).

²² Es una artista contemporánea estadounidense que trabaja con piezas de luces neón y metal.

²³ Gross (2014) documenta que en algunas localidades de Oaxaca el mezcal es empleado en el tratamiento de malestares, tales como el susto, el empacho (trastornos digestivos de diversos tipos) y mal de ojo.

En su discurso el curandero exalta el vínculo del mezcal, el maguey y la madre tierra con los antiguos zapotecos de Mitla y procede a sahumar y realizar una ofrenda.



Imagen 27: limpias a cargo de curandero zapoteco durante el festival Mezcal Amores Experiences 2020

Fuente: archivo personal

En sintonía con este espacio, el día previo al festival se realizó otro evento denominado *Medicinal Mushroom Cacao Ceremony*, el cual consistía en una meditación con hongos alucinógenos y cacao dirigida por una especialista extranjera en terapia psicodélica con enteógenos, evento que en conjunto con un curandero remiten a consumos denominados de *turismo espiritual* a través de los cuales “el turista dice “iniciarse” en creencias y prácticas místico-religiosas llamadas tradicionales que son aprendidas en contacto directo o indirecto con una comunidad local” (Basset, 2012, p. 248). Este tipo de prácticas tienen en Oaxaca un escenario interesante que ahora involucra el mezcal porque se promueven la embriaguez con la bebida como una experiencia extrasensorial que les permite a los asistentes establecer un vínculo con comunidades indígenas que viven contacto con la naturaleza, rescatando y conservando las tradiciones del pasado.



Imagen 30. *Your spirit gets me higher and higher* evento. Ambientación del evento *Mezcal Amores Experiences 2020*. Realizado en campos de agaves en la localidad de Mitla

Fuente. <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/amores-celebra-las-bondades-del-mezcal-en-oaxaca/>

Sobre el *Amores Experience*, la revista *Vogue* tiene un artículo en la sección *LifeStyle* titulado *Inside Oaxaca's Secret Desert Mezcal Festival*, en el cual se reseña que “para comprender verdaderamente las propiedades mágicas del mezcal, debes ir a Oaxaca, el humeante corazón del sur de México, lugar donde la sustancia brota directamente de la tierra” (Heif, 2017. Traducción propia). Este artículo promociona a Oaxaca como destino turístico cargado de exotismo, el cual es definido por Bowen (2015) como un proceso en el que consumidores blancos y de clase media alta se interesan por procesos y producciones distantes o poco cotidianas que son practicadas por comunidades rurales e indígenas, quienes las elaboran y conservan en producciones artesanales en la intimidad de pueblos lejanos.

El artículo de la revista define al mezcal como “el primer alcohol de América, el vino de los aztecas, el espíritu ancestral que bebes toda la noche y que nunca parece dar resaca” y donde la bebida “es resultado de una tecnología prehistórica mediante la cual los maestros mezcaleros solo necesitan algunos elementos: plantas, fuego, agua y, una rueda, una piedra y un burro, para hacer los mezcales más buscados del mundo” (Heif, 2017. Traducción

propia). Las referencias y nociones del mezcal en este artículo, así como la propuesta del festival, evidencian una mirada evolucionista que recae sobre mezcal como una tradición del pasado resguardada en las posibilidades modernas del presente (Bartolomé, 2008) y en la cual la modernidad se entiende como “un concepto ambiguo cargado de significados contradictorios, elaborados por la civilización occidental para la justificación de su superioridad respecto a otras culturas” (Bartolomé, 2008, p. 120). Ese conjunto de planteamientos nos lleva a importantes cuestionamientos a cerca de cómo o de qué manera este evento de mezcal promociona una imagen de lo indígena, y de esta bebida como un objeto mediante el cual se ratifica una nostalgia por prácticas prístinas y rudimentarias que están a punto de desaparecer.

En el festival se promueve una imagen del mezcal y de lo indígena desde la nostalgia y el imaginario del buen salvaje y, como refieren Azpelicueta y Cantallops (2015) citados por Nuñez (2017) “el buen salvaje aparece en contextos turísticos como un símbolo del otro no civilizado, virtuoso, generoso, confiado, ingenuo, pacífico y tranquilo, lo cual en la práctica se traduce a los trabajadores y habitantes locales que reciben hospitalariamente al turista” (p.768). Por su parte, Mark Swislocki en su trabajo *Culinary Nostalgia, Regional Food Culture and the Urban Experience in Shanghai*, define la nostalgia “como una forma de autoengaño, una falsa sensación de un lugar idealizado que nunca existió” (2008,p.3). Justamente, en este evento el mezcal se consume como un objeto idealizado e impregnado de nostalgia, mediante una serie de prácticas que le otorgan veracidad y valor como bebida elaborada en el seno de una comunidad que consideran indígena porque al parecer conservan vínculos armónicos con la naturaleza y por ello realizan prácticas como las limpias y las ofrendas.

El concepto de etnomercancia analizado y definido por Escalona (2016) como: “Un objeto que es producto de una perspectiva cultural específica, que es resultado de trabajo y conocimiento especializado que expresa formas de entendimiento del mundo específicas de un grupo social” (p.261) puede, hasta cierta medida, ser retomado aquí para entender el mezcal como un objeto sobre el cual recaen los deseos del turista que busca consumir y ver al mezcal como objeto primitivo y natural; decimos que hasta cierta medida porque no solo las particularidades sobre cómo y dónde se elabora el mezcal se retoman para enaltecer a la bebida, sino que también asuntos como la culinaria y la gastronomía oaxaqueña, la presencia

de un curandero zapoteco y de los paisajes de agaves son elementos que constituyen una diversidad de actores que se entrelazan en el festival y posicionan al mezcal como objeto étnico que se dispone en el mercado de productos globalizados desde discursos que lo enaltecen por sus singularidades de elaboración.

El festival *Amores Experiences* es un pequeño muestrario de procesos que ocurren a gran escala en Oaxaca, donde las producciones artesanales, materiales, culinarias o gastronómicas son altamente valorizadas y comercializadas para el turismo que va en búsqueda de pueblos locales, prístinos y rurales que guardan estrechos vínculos con un pasado prehispánico que es exaltado en destinos arqueológicos como Mitla. En este punto, el discurso del *terroir* o terruño sirve hasta cierta medida para referir que el mezcal se valoriza por su entorno natural y cultural, ya que ,en un contexto como el oaxaqueño, debemos tener en cuenta que, además de las características que determina la norma de Denominación de Origen, los turistas, las marcas y los productores también repercuten en la manera en que los mezcales se posicionan y construyen como un objeto con implicaciones étnicas por el modo en que se representan y piensan a las comunidades que lo elaboran.

En esta medida es importante señalar que la categoría de indígena en el contexto oaxaqueño es una categoría significativamente difícil de abordar, ya que como refiere Cook y Joo (1995): “Los zapotecas y los mestizos del valle tienden a no referirse entre sí (o ellos mismos) en términos étnicos directos como mestizo, indio, indígena o zapoteco, aunque no es raro que los habitantes mestizos de la ciudad usen el término indio como un peyorativo categórico para todos los campesinos o miembros del trabajo rural” (p.36). La consideración de estos autores sigue estando vigente, en la medida en que no es frecuente evidenciar que los productores de mezcal se autodefinan como indígenas, pero algunos discursos de reivindicación, comercialización y marketing del mezcal apelan a lo zapoteco para enaltecer un pasado mediante el cual el mezcal en Oaxaca adquiere singularidades étnicas que lo enaltecen comercialmente. Como dice Canessa (2012), en escenarios de turismo "ser 'más indio' puede convertirse hasta cierto punto en una fuente de capital cultural y el capital cultural se puede convertir en capital económico” (p.111). El mezcal en este contexto es un producto que se mercantiliza y se dispone para un consumo donde consumidores, como los asistentes al festival de Amores, se embriagan con mezcal bajo la ilusión de que es una forma correcta, ideal y auténtica de acercarse a la bebida.

Es oportuno el planteamiento de Montani (2008) quien retoma a Barth (1976) según el cual propone que los grupos étnicos no son estructuras sociales inamovibles, sino las categorías que los denominan son plausibles en el sentido pragmático. Precisamente en el contexto comercial del mezcal, vamos a encontrar de manera constante que se está redefiniendo, actualizando y reconfigurando el mezcal como producto étnico que se enlaza con diversas comunidades, las cuales ratifican diferencias étnicas, diferencias respecto al modo en que elaboran, consumen y usan el mezcal; ello es ratificado en el uso de técnicas de producción y el manejo de agaves de especies diversos. Como proponen Brulott y Starkman (2016), la comida, entendida como un marcador de herencia, crea y refuerza la identidad del grupo étnico en entornos multiculturales y en este contexto el mezcal es una bebida que representa y distingue personas, a menudo a través de discursos de herencia y tradición. Con este panorama consideramos valioso examinar el mezcal como objeto étnico, porque al ingresar a un nuevo contexto social de uso como el festival, el mezcal se convierte en un objeto exótico con otras singularidades (Montani, 2008).

El festival como escenario permite reflexionar sobre el modo en que se consumen objetos elaborados localmente, para los cuales se crea una historia en un espacio aislado de acceso privado en que los asistentes acceden a una serie de prácticas y consumos desde los que se construye una idealización de la vida local. Es interesante como el festival es un escenario local para un consumo que se extiende a otros países y que a pesar de ello sigue teniendo implicaciones locales de representación para las comunidades que lo elaboran; este asunto ha sido abordado por la antropología desde trabajos que se preguntan por las condiciones de la modernidad y la posmodernidad; al respecto un trabajo importante es el de Daniel Miller (1998) sobre el consumo de la Coca Cola en Trinidad. Él postula que:

Coca-Cola conserva una noción de modernidad fomentada por su publicidad. Pero en realidad ha estado presente en Trinidad durante varias generaciones. Por lo tanto, se ha convertido en una imagen tradicional casi nostálgica de ser moderno. Para los indios o incluso para cualquier grupo donde el deseo de no perder el sentido de la tradición se complementa con

el deseo de sentirse moderno, se trata entonces de una objetivación de lo moderno que literalmente se ingiere con mucha facilidad. (p.400)²⁴

La propuesta de Miller sobre el consumo de la Coca Cola de Trinidad es un ejemplo de los consumos que se consideran modernos, pero están anclados a particularidades localizadas como el de la Coca Cola, una bebida que a nivel mundial parece constituir un aparente símbolo de modernidad, pero que en el ejemplo de la isla es percibido y consumido desde una práctica nostálgica con profundos significados para las personas a nivel local. Estos planteamientos son útiles a la luz del consumo del mezcal en un escenario como el del festival porque nos permite ver que, aunque el mezcal adquiere nuevos significados para un público global en torno a él existen diversas dinámicas locales respecto a la manera en que se consume y cómo la gente se piensa y se representa a través del mezcal como objeto.

Como refiere Bourdieu (2016): “la estructura del consumo es la clave para la reproducción de las relaciones de clase” (p.287) y en este evento de consumo, el mezcal, así como el uso y venta de textiles, la gastronomía local y el mismo paisaje del maguey se consumen y en este proceso se producen valorizaciones estéticas, ideológicas y políticas del mezcal para el turismo. El modo en que se muestra y consume el mezcal y a sus productores en el evento, nos permite analizar los discursos y representaciones que se han creado con la bebida, la cual promueve al mezcal como un producto, alimento y objeto étnico entendido como “aquel que forma parte de la cultura de un pueblo o nación, cuyo consumo se extiende fuera de sus fronteras geo-físicas y culturales, y, por tanto, es «étnico» en tanto que se contempla desde la perspectiva de un mercado y/o consumidor ajeno al grupo cultural de referencia” Camarena y Sanjuán, p.187)

En este contexto, como refiere Wilson (2005), “el consumo de alcohol puede entenderse como una práctica étnica nacional”, y en este contexto, el mezcal como bebida producida y

²⁴ Coke retains a notion of modernness fostered by its advertising. But it has actually been a presence in Trinidad for several generations. It has therefore become an almost nostalgic, traditional image of being modern. For the Indians or indeed for any group where the desire not to lose a sense of tradition is complemented by a desire to feel modern, this is then an objectification of the modern that is literally very easily ingested. Solo retains its high market share precisely because it provides the opposite polarity. Although as a mass product it is less old than Coke, it is perceived as nostalgic.

consumida localmente constituye *un diferenciador étnico* en tanto construye y dibuja espacios y momentos que de acuerdo con el contexto construyen vínculos y significados.

5.2 La dimensión étnica en el consumo del Mezcal

Si bien la Denominación de Origen ha jugado un papel importante en el posicionamiento del mezcal como un sabor y producción local que se extiende a otras latitudes, consideramos importante referir, que previo y paralelo a este hecho, una serie de procesos aunados a la consolidación de la nación mexicana influenciaron que diversos alimentos y producciones artesanales y gastronómicas se posicionaran y distinguieran en el mercado como símbolos de la mexicanidad. En este proceso, los sentimientos nacionalistas, como indica DeSoucey (2010), moldean la producción y comercialización de alimentos junto a la influencia de la estética y el sentido del gusto de las clases sociales; un proceso que, siguiendo a Montfort (2011), ha derivado en intereses económicos, en los cuales las elites han promovido el consumo de ciertas producciones indígenas, asunto que sigue teniendo efectos sobre la manera en que se consumen y se posicionan las producciones artesanales y gastronómicas como el mezcal.

Bauer (2002) señala que el proceso de mestizaje que atravesaron los países en América Latina junto a la integración de lo indígena a la nación puso en evidencia “la renuencia a utilizar o consumir la producción material o alimentaria de grupos indígenas” (p.12), asunto que particularmente en México mostró un rechazo a diversas producciones artesanales, alimentos y destilados de maguey dentro de las que históricamente resaltan el maíz, el pulque, los textiles y, por supuesto el mezcal. Como indica Brulotte (2017) en su trabajo *Alcohol and Ambivalence in Mexico and the Americas*, durante la época colonial, las bebidas de maguey estaban arraigadas firmemente en la cultura popular mexicana y bajo una mirada crítica de las élites; ello se debe a que para ese momento no solo las castas, sino los consumos alimentarios marcaban la pauta del orden social; un ejemplo de este proceso es la cita de Toner retomada por Brulotte, la cual es pertinente para dar cuenta de este proceso:

Comer *bolillos* (panecillos de trigo de origen francés) y beber vino o coñac, por ejemplo, eran marcadores de la civilidad europea, mientras que consumir maíz las tortillas y las bebidas a base de agave —mezcal y, especialmente, pulque— connotaban un estatus

bajo. Más específicamente, la borrachera se convirtió en un estigma ligado a la identidad indígena, junto con la pecaminosidad, la barbarie, idolatría y otras faltas asociadas discursivamente con lo indígena. (Toner, p.xxv citado en Brulotte, 2017, p.911. Traducción propia)”²⁵

A mediados del siglo XIX, los alimentos que se consideraban “propios” o comunes de la dieta del indígena o del campesinado fueron considerados una fuente de vergüenza; tal como lo refiere la cita, se repudiaban alimentos como el maíz, el cual fue rechazado como integrante de la dieta nacional hasta que mediante diversas políticas y discursos se fue incluyendo en la elaboración de diversos platillos. Pedroza (2018) sostiene que: “El mismo Estado definió al maíz como el grano nacional y hasta fomentó su producción y análisis científico” (p.89). En el caso del maguey y sus destilados, encontramos que el consumo de estas bebidas pudo adentrarse en la lista de los sabores que se consideran tradicionales y mexicanos hasta que su consumo se reivindicó como parte importante de la gastronomía y de la nación, aunque no todas las bebidas alcohólicas del maguey han atravesado los mismos procesos de reivindicación, ya que ello ha estado ligado a diversos intereses y procesos particulares. Revisemos un poco de las trayectorias de estas producciones.

Para Gaytán y Zapata (2017), “el pulque, aunque era consumida por criollos y mestizos durante el período colonial temprano, fue señalado como un producto indio, razón y su consumo fue criminalizado porque no encarnaba las virtudes del discurso nacional de modernidad, crecimiento, unidad y mexicanidad del siglo XX” (p. 9). El encasillamiento del pulque como alimento y bebidas indígenas para otros autores como Atrique (2019) se debe a que “su ingesta se asociaba con la criminalidad, la inmoralidad y la pobreza, era una bebida común de las clases populares en el centro y sur del país,” (p.170). La producción de esta

²⁵ During colonial times, imbibing became firmly ingrained in Mexican popular culture, albeit under the critical gaze of elites. The colonial social order revolved around fine-grained caste distinctions that were shaped not only by one’s parentage but also by taste and consumption habits. Eating bolillos (wheat French rolls) and drinking wine or cognac, for instance, were markers of European civility, whereas consuming corn tortillas and agave-based drinks—mezcal and, especially, pulque—connoted low status.⁵ More specifically, “drunkenness became a stigma attached to the indigenous identity, along with sinfulness, barbarism, idolatry and other failings discursively associated with indigeneity” (Toner, xxv).Brulotte 911

bebida fue combatida con campañas de higiene social en la primera mitad del siglo XX (Pedroza, 2018) mediante las cuales se dio apoyo al surgimiento de la industria cervecera.

Al revisar la historia del pulque, es interesante encontrar un vínculo con la legalización de la producción de alcohol por parte del Estado mexicano; el repudio al pulque estuvo vinculado con la regularización de la producción de alcohol y el impulso a la industria cervecera (Reyna y Krammer, 2018). Esta es una lucha que no cesa y que actualmente puede ser comparada con el mezcal cuando se impulsan las Denominaciones de Origen como un mecanismo mediante el que se regula la producción del alcohol por parte de Estado. Este mecanismo ha generado un monopolio que beneficia a un sector de los productores o propietarios de marcas, en la medida en que limitan la producción, distribución y consumo del mezcal para productores locales que no se adhieren a la certificación. Sarah Bowen (2015) afirma que este proceso, cuando explica que organismos certificadores como el Consejo Regulador del Mezcal o CRM, ha creado un monopolio que restringe y regula quién y en qué condiciones puede integrarse a la producción y comercio del mezcal, a lo cual podemos adicionar, que también apela a normas de salubridad las cuales dan cuenta de una regulación del alcohol como asunto vinculado con discursos sobre la higiene y la salud pública.

Por su parte, el tequila es otra de las bebidas destilada del maguey que, a diferencia del pulque y el mezcal, se distinguió como una bebida moderna, consideración que le permitió ser piedra angular de un proceso de industrialización que la promovía como la bebida de la modernidad inspirada en los valores europeos y que encarnaba los ideales de la nación. Gil (2004) explica que el tequila transformó su origen artesanal porque se masificó y se despojó de su método rudimentario también basado en una producción manual. A diferencia del tequila, el mezcal se valoriza como producción artesanal y es de hecho la cualidad que más se exalta de mismo; muchos productores y consumidores le temen a una *tequilización* del mezcal, y que la bebida llegue a popularizarse y demandarse tanto que ello implique que deje de ser artesanal y se industrialice.

Debemos recordar que el tequila es también una bebida con certificación de origen, y su norma legal respaldó y fue base de DO para el mezcal. También, la NOM 070, al ser modificada en el 2016, delimitó las características de la producción del destilado; estas restricciones han restringido la producción de bebidas destiladas de maguey; incluso en algunas localidades y estados también son llamadas mezcal a nivel local, pero la DO ha

limitado el uso de este nombre, y en respuesta a ello comenzaron a impulsarse y crearse Denominaciones de Origen para otras bebidas del maguey como la bacanora y el sotol a fin de posicionarse al igual que el tequila y el mezcal. Estas bebidas hoy ocupan otros espacios importantes en el mercado de destilados en México y requieren al igual que el mezcal investigaciones detalladas.

Aunque las bebidas populares e indígenas fueron rechazadas históricamente y repudiadas por el tipo de embriaguez que generaban, llama la atención que hoy en el proceso de posicionamiento y reivindicación de bebidas como el mezcal, emerja la figura de Mayahuel o diosa del maguey como protagonista de los recuentos históricos del pasado del mezcal; esto es visible en los espacios turísticos y recorridos a algunas destilerías de mezcal en Oaxaca, lo cual evidencia vínculos del maguey con un pasado indígena. Como exponen Gaytán y Zapata (2012), un personaje importante en la historia de las bebidas destiladas del maguey, a saber, el pulque, el mezcal, y el tequila es la figura de Mayahuel, la cual ha sido piedra angular porque “permitió conjurar nociones de los orígenes míticos nacionales, al tiempo que recuerda a los consumidores su lealtad simbólica a la nación dentro de la globalización de sus productos” (p.195). Con base en la historia de esta diosa se recuerda y exalta el pasado mítico del destilado, su origen y raíces que reafirman la bebida dentro de una pertenencia nacional.

En tours mezcaleros como el de la marca Mezcal Oro de Oaxaca²⁶ se evidencia la exaltación de la figura de Mayahuel; particularmente en este tour que inicia en la ciudad capital y lleva a un parador construido por la marca en 2012 en la localidad San Jerónimo Tlacoahuaya, a 19 km de la ciudad, los visitantes abordan un vehículo que evoca la forma de la botella de un mezcal, mientras que en el camino un guía relata *el origen* del maguey y el mezcal para lo cual el guía se remite a la figura de Mayahuel al comentar que “fue la Diosa Nahuatl que al descender a la tierra y tras tener un desafortunado amor con Quetzalcoatl, murió y de sus restos dio origen al maguey”.

²⁶ La marca Oro de Oaxaca es rechazada por “conocedores del mezcal”, quienes consideran que la producción no conserva los acotados procesos artesanales, ya que elaboran el mezcal a gran escala y en tonalidades amarillas, las cuales lo asemejan con el tequila reposado; curiosamente Oro de Oaxaca fue una de las marcas más difundidas y la que diversos oaxaqueños recuerdan consumir en sus primeros acercamientos al mezcal; la bebida no fue considerada de mala calidad hasta que se impulsó y valorizó el mezcal como una bebida orgánica, local y elaborada de una diversidad de agaves que llevó a despremiar los mezcales elaborados por grandes fábricas.

El vínculo que se establece en el ámbito turístico del mezcal con Mayahuel da cuenta de la exaltación del pasado de orígenes míticos e indígenas de la bebida, lo cual, puesto en relación con las certificaciones de origen, evidencian que en el marco del comercio global de productos localizados, se torna importante poner en evidencia la singularidad e historia de cada alimento y del contexto en que se produce mediante la reconstrucción de vínculos del producto, donde no solo el *terroir* está asociado al suelo, el clima y el conocimiento especializado se exalta, sino que asuntos como la historia social y cultural en torno a este producto son clave en un contexto que parece homogeneizar y valorizar los objetos dispuestos en un consumo internacional. Justamente una de las particularidades del comercio de alimentos de las producciones materiales marcadas como étnicas que impulsan la valoración de objetos artesanales y obras culinarias como referentes de la tradición y exaltación de un pasado nacional.

Aquí el concepto de gastronacionalismo es útil para referirnos a la producción, distribución y consumo de alimentos que se diferencian en el mercado por su vínculo con historias y pasados nacionales; este concepto, aunque ha sido implementado y analizado desde Europa y Estados Unidos (DeSoucey, 2010), nos permite evidenciar la emergencia que actualmente adquieren los fenómenos de defensa de las producciones gastronómicas nacionales mediante la exaltación de los procesos locales, donde los alimentos con origen ratificados en la materialidad de los ingredientes y procesos locales que involucran su proceso de elaboración (Ingold, 2013) son atributos altamente valorizados que posicionan a estos objetos. Sin embargo, en México, antes de la segunda mitad del siglo XX, los textiles, la alimentación y la producción artesanal indígena no existían en la configuración y especificidad con la que hoy la reconocemos en eventos de élite, consumos internacionales y eventos gastronómicos (Ramírez, 2011).

Actualmente muchas producciones locales elaboradas artesanalmente adquieren amplio reconocimiento y Oaxaca es un escenario clave e interesante para reflexionar sobre ello, en la medida en que este Estado produce una amplia comercialización de obras artesanales donde, además del mezcal, la indumentaria y los textiles elaborados en diversas localidades también son significativamente demandados en un marco de consumo que busca adquirir aquellos objetos elaborados de forma local, artesanal y en estrecho contacto con los productores.

Particularmente en Oaxaca, la indumentaria indígena y la producción textil también han sido comercializadas por su historia y modo de elaboración, aunque en este proceso, y a diferencia del mezcal, los textiles no cuentan con sello de origen o derechos de autor, diversas comunidades han empezado a demandar protección legal para su producción y distribución en vista de robos o plagios y comercio indiscriminado que han sufrido estos objetos. Esta comercialización ha suscitado fuertes debates acerca de los derechos sobre estos productos, su autenticidad y el poder de reivindicación que tienen las comunidades sobre los mismos. Trabajos como el de Solís (2020) refieren que los huipiles no son solo prendas de vestir, sino objetos políticos los cuales se han insertado en circuitos de consumo y apropiación de élites.

Uno de los casos más emblemáticos del plagio de textiles de Oaxaca es el que ocurrió con la blusa *Xaam nixuy*, o la blusa de Tlahui “elaborada en Santa María Tlahuitoltepec Mixe, Oaxaca, cuyo diseño fue usurpado por Isabel Marant, modista francesa que incluyó los patrones gráficos de esa prenda en su colección primavera-verano de 2015, desconociendo y privatizando el conocimiento colectivo en torno a esta blusa” (Solís, 2020). Al igual que el plagio de la blusa, podemos citar una variedad de otros casos que han ocurrido particularmente en Oaxaca y que develan que algunos intermediarios comercializan estos objetos en un precio muy elevado respecto al pago que realizan a los productores o artesanos; no obstante, en otros casos, los intermediarios que los venden fuera de México y los mismos artesanos consideran tener un pago y trato justo entre ellos.

Para Mendoza (2020), este fenómeno de comercialización de huipiles, indumentaria y producciones artesanal evidencia un extractivismo epistémico, el cual define como el “despojo del conocimiento de una comunidad a fin de disponerlo al mercado” (p.226). Esta propuesta, aun cuando ha sido abordada desde el análisis a los plagios de los textiles, puede ser aplicada al mezcal y a producciones materiales artesanales cuando se toman de comunidades y se disponen en el mercado que los adopta dentro de nuevos consumos que despojan al objeto del uso que tenían en el contexto original; al respecto, vale la pena traer a colación la propuesta de García Canclini quien señala:

Las expresiones de la cultura como el arte material, las fiestas y creencias, adquieren un significado y muchas representaciones especiales en épocas de globalización, capitalismo y estrategias de mercado. Así, la estrategia del mercado sería: ver los productos populares y no la gente que los hace, valorarlos sólo por la ganancia que dejan,

pensar que las artesanías, las fiestas y las creencias “tradicionales”, son residuos de formas de producción precapitalista. (2002, pp. 78-83)

La propuesta de Canclini es acertada para el contexto del mezcal cuando propone que el carácter artesanal de los objetos se considera “residuo de formas de producción capitalistas”. De Todos modos, esto no implica que en el caso del mezcal se desconozcan los procesos de elaboración o quien hizo el objeto; al contrario, consideramos que una de las singularidades del comercio del mezcal es que la figura de artesano no se invisibiliza, sino que se enfatiza, pues muchas marcas y marketing del mezcal exaltan el contacto que tuvieron los objetos con el productor o maestro mezcalero; en este contexto los nombres y el vínculo con el productor le agregan valor a la bebida, siendo este uno de los aspectos que más interesan a los consumidores.

El proceso en que actualmente se demandan objetos localizados, realizados manualmente y con origen, evidencia jerarquías y expectativas estéticas que juegan un papel fundamental en la producción de objetos y alimentos locales que se potencian en diversas escalas de consumo internacional y que se ajustan a los intereses y gustos de las elites que los impulsan (Cant, 2012). Este proceso de mercantilización del mezcal no solo puede ser atribuida de manera negativa como efecto de la Denominación de Origen, sino que también debe ser pensada como resultado de un fenómeno de reivindicación por el consumo local donde intervienen y participan una diversidad de actores como las marcas de mezcal, los productores, los turistas que desde, sus respectivas posiciones, moldean, median, responden y construyen el mezcal. La labor de los productores también debe ser pensada como agentes que influyen y participan del mercado de manera activa, por lo que no son solo productores y agentes rezagados en este proceso. Aunque la estructura económica en que se comercia el mezcal ha incentivado la producción de un monopolio, ha generado limitantes y una dualidad de posturas entre productores certificados y sin certificar, consideramos que en este proceso hay mucho más en juego porque la norma ha sido solo la pauta inicial que desencadenó diversos procesos y maneras en que continuamente se moldea y elabora el mezcal para y desde el turismo.

En relación a las expectativas sobre el mezcal, encontramos que una de las grandes fascinaciones que suscita la bebida es por su modo de elaboración; existe un gran interés por parte de foráneos y visitantes por conocer los procesos de producción y adentrarse en la vida

de los productores. Esto ha generado toda una serie de ofertas turísticas que posibilitan a los interesados recorrer y visitar las localidades de los Valles. En estos procesos el mezcal se transforma para quien lo consume en un objeto exótico, primitivo o, simplemente, no occidental (Silva, 2018); en este turismo no solo hay un interés por consumos gastronómicos o culinarios, sino también por los usos medicinales y espirituales de la bebida. Examinamos estos procesos en el siguiente apartado.

5.3 Recorriendo los caminos con extranjeros y miembros de marcas de mezcal

Una particularidad esencial del alcohol con relación al alimento es la embriaguez que genera, la cual, en palabras de Fischer (1995), se ratifica con efectos fisiológicos, comportamentales y psicológicos temporales y casi inmediatos. Esta particularidad que, al ser abordada desde la antropología, nos lleva a preguntarnos por cual es la singularidad de la embriaguez que genera el mezcal y qué lleva a extranjeros y comerciantes de marcas a interesarse por la bebida no solo por su sabor, sino por sus efectos sobre el cuerpo y la razón. Para responder a estas inquietudes, este apartado se divide en dos partes, La primera, denominada *los extranjeros, embriaguez y el turismo espiritual del mezcal*, analizamos bebida desde lo que consideramos nuevos consumos enfocados en las singularidades y en los efectos embriagantes de la bebida. El segundo apartado, denominado *un camino de ida y vuelta*, observa cómo el mezcal es buscado por viajeros y marcas que se sumergen en localidades lejanas en búsqueda de los sabores auténticos elaborados por personas locales en el seno de sus casas y viviendas.

5.3.1 El consumo de una bebida espiritual

La embriaguez con mezcal es afamada por consumidores en el ámbito turístico porque, a diferencia de otras bebidas alcohólicas, el mezcal no genera resaca, pero en relación a sus efectos es considerada una bebida mística y mágica, propiedades que no solo son exaltadas por turistas o consumidores de mezcal, sino por trabajos literarios como el del poeta oaxaqueño Andrés Henestrosa, quien al referirse al mezcal en uno de sus escritos menciona:

El Mezcal es una bebida mística, mágica, afrodisíaca y extraordinaria. Cuando se bebe en cantidades razonables, despierta el espíritu, calma el desamor, estimula la

imaginación, borra resentimientos, acompaña en la soledad y hace que el mundo se vea mejor.²⁷

Al igual que Henestrosa, Malcolm Lowry, en la novela *Bajo el Volcán* (1947), plasmó su visión del mezcal como bebida que deambula entre lo mágico y lo poético. Estas referencias se han difundido en el ámbito turístico oaxaqueño, donde es frecuente escuchar la tan conocida frase de *Para todo mal mezcal y para todo bien también*. Esta frase ha sido retomada no solo por marcas y la publicidad del mezcal, sino que circula en comentarios y en el conocimiento popular vinculado con otros refranes como: *santo mezcal, líbranos de todo mal*; estos refranes son interesantes al ser pensados como nociones que operan sobre la bebida en términos de bienestar y las sensaciones físicas que generan y por las cuales también se enaltece a la bebida y se asocia con propiedades espirituales y sanadoras.

Estas singularidades y propiedades benéficas y misteriosas del mezcal han sido exaltadas desde diversas marcas como Bruxo, Sombra, las cuales en su publicidad remiten a propiedades y efectos místicos y mágicos del destilado. Un ejemplo interesante de ello es la propuesta de la marca 9 Espíritus, la cual tiene como eslogan la frase: *Mezcal, bebida mística que alimenta el alma*; particularmente en esta marca, Eric, como propietario, y Reynaldo, su socio, consideran necesario recordar los usos, historias y vínculos místicos, así como las prácticas y creencias que las comunidades productoras tienen en torno a la bebida. Al conversar con Reynaldo sobre el nombre dado a la marca y su opinión sobre los espíritus del mezcal el refiere:

Nosotros en 9 Espíritus pensamos en el maguey como un espíritu que cobra vida, consideramos que cada una de las variedades de maguey tiene una personalidad, cada planta tiene una esencia diferente que evoca el espíritu y la esencia del agave (...) yo creo que cada maguey es un espíritu, son como sabios que están en las plantas y te poseen cuando tomas mezcal. (Conversación con Reynado, 02 de febrero de 2020)

Al igual que los miembros de esta marca, otros actores le atribuyen propiedades medicinales y espirituales al mezcal; esta capacidad de la bebida es interesante al ser pensada como aquella que involucra todos los sentidos y que, como refiere Lebreton (2013), genera una plena sensorialidad que incluso involucra al espíritu y al cuerpo (p.264). Dicha singularidad ha cobrado relevancia en los consumos del mezcal y es equiparable con cualidades como las

²⁷ Tomado de: <https://mezcalxantaawita.com.mx/>

de procedencia geográficas y de origen, ya que es un conocimiento que está empezando a ser comercializado de forma bastante explícita como parte de lo que Canessa, (2012) propone entender como una mercantilización de la espiritualidad indígena que puede ser pensada desde el mezcal cuando se establecen vínculos de la mista con un pasado míticos y un conocimiento ritual y medicinal que se apropia y se valoriza. Este proceso puede comprenderse de mejor manera al ser vinculado dentro de los consumos del Estado de Oaxaca que se asocian con lo mística y lo espiritual.

Particularmente en Oaxaca, existe una serie de ofertas turísticas enfocadas a la búsqueda de experiencias espirituales, donde agencias de turismo como *Oaxaca Mystical*, ofrecen tours que incluyen acupuntura, baños herbales, terapias de curación indígena y limpias; también, ceremonias mixtecas y zapotecas como alternativas de curación y ceremonias curativas con hongos alucinógenos²⁸. Estas prácticas se realizan en localidades de los Valles y en localidades como de Jiménez ubicada en la región de la Cañada y San José del Pacífico ubicada en la Sierra Sur, lugares donde predomina un turismo espiritual para el consumo de *Psilocibe Mexicana* (hongos alucinógenos), fenómeno que ha sido estudiado por autores como Basset (2012), quien propone ver estas prácticas desde un turismo que él denomina turismo espiritual que define “como el conjunto de actividades individuales o colectivas en el transcurso de las cuales el turista dice “iniciarse” en creencias y prácticas místicas aprendidas en contacto directo o indirecto con una comunidad local” (p.248).

Proponemos retomar el concepto del turismo espiritual de Basset para analizar dinámicas actuales del consumo de mezcal, donde los nuevos consumidores se acercan a la bebida por sus propiedades sanadoras y espirituales, un discurso que para Richards (2015). remite a nuevos estilos de vida de aquellos amantes de la comida y bebida que denomina *foodies* que disfrutan de lo exótico, lo costoso, lo raro y que pueden disfrutar de algunas producciones locales.

Particularmente el mezcal consumido en el contexto urbano de la ciudad de Oaxaca evidencia una reapropiación de los vínculos medicinales y espirituales que la bebida tiene con diversas comunidades (Gross, 2014). Estos usos medicinales y propiedades místicas del

²⁸ Tomado de: <https://www.oaxacamystical.com/>Oaxaca Mystical offers ceremonies, healing, travel and spiritual journeys to awaken your senses and reconnect with your soul. Consultado el 14 de agosto de 2020

mezcal hacen parte de los motivos que interesan a extranjeros por el uso y consumo del mezcal, especialmente, por el tipo de embriaguez que genera. Por ejemplo, Juan, quien es colombiano y embajador de la marca del mezcal Ojo de tigre, considera que embriagarse con mezcal genera otras sensaciones porque *el mezcal te pone mágico, te permite meditar, elevar la mente y el espíritu* (Entrevista a Juan Valderama, embajador de marca Mezcal Ojo de Tigre, 08 de mayo de 2020).

Las cualidades embriagantes, espirituales y medicinales que promueven el consumo de mezcal en ámbitos turísticos y de nuevos escenarios de consumos del mezcal como el urbano, nos permite hacer un paralelo con fenómenos de mercantilización en otros países de América latina. Canessa (2012) llama a esto turistificación espiritual; un ejemplo de este proceso es lo ocurrido con el *Yagé o ayahuasca*, una planta sagrada de las comunidades indígenas de la amazonia que pasó de ser utilizada para fines rituales y sagrados en la selva a ser consumida por intelectuales, artistas, en reuniones celebradas en un barrio del centro de la Ciudad de Bogotá y en otras ciudades del mundo (Daza y Téllez, 2009), en las cuales su consumo obedecía a propósitos espirituales, medicinales y de sanación.

La planta Ayahuasca que pasó de ser una bebida ritual consumida en una comunidad indígena a adentrarse dentro de consumo urbano con fines espirituales para intelectuales y artistas en la capital. Al respecto, las antropólogas Daza y Téllez (2009), en su trabajo *La toma de yagé en Bogotá: ¿religión, ritual o estilo?*, identifican la toma de yagé cómo un ritual tradicional que, al trasladarse a la ciudad, adquiere nuevos significados, sentidos y usos para quienes la consumen, pero también para aquellos que la producen, pues como, documentan Labate y Cavnar (2014), en algunos casos las comunidades amazónicas dejaron de tomar Yagé, debido a que se convirtió en un negocio ofrecido al turismo que generó que las practicas locales de uso ritual de la ayahuasca al interior de la comunidad se transformaran.

El caso del Yagé es útil a la luz de cuestionamientos sobre el rol del mezcal en el comercio turístico urbano desvinculado de las comunidades productoras que, en algunos casos, son considerados, más que como una bebida embriagante, parte de los recursos para enfermedades como el susto, el empacho y el mal de ojo (Gross, 2014). Este proceso evidencia que el deseo de los turistas por lo auténtico, lo primitivo, y lo natural es producto de la mercantilización de la espiritualidad indígena (Cannesa, 2014). Encontramos que en el

ámbito del turismo espiritual que se produce en Oaxaca, el mezcal no solo se concibe como una bebida alcohólica para embriagarse, sino que es una bebida con usos medicinales, espirituales y tradicionales, cualidades que actualmente se valoran, reapropian y consumen en escenarios de adquisición local y global, en los cuales, como señala Mary Douglas (1990), “no existe una distinción entre bienes que sustentan la vida y la salud, y bienes que prestan sus servicios a la mente y el corazón, aquí los bienes espirituales también se consumen y aprecian mediante los sentidos”(p.143). El mezcal configura también un objeto sensorial que genera efectos y emociones para quienes lo usan y lo beben.

En torno al mezcal no solo existe una valoración de sus cualidades organolépticas, de sabor y culinarias, sino también las sensaciones y atribuciones que esta genera y que son vinculadas con bienestar, sanación y placer, las cuales, siguiendo a Douglas (1990), pueden delimitar nuevos estilos de vida, en la medida en que develan prácticas asociadas con el consumo del alcohol. Entonces, esta bebida no solo constituye una experiencia gastronómica y culinaria, sino que repercute y se adentra en efectos sensoriales; consideramos que sería interesante y relevante para futuras investigaciones que se profundice en todas estas acepciones y nociones místicas espirituales del mezcal y los efectos que genera la embriaguez con esta bebida. El mezcal más allá de considerarse como una bebida que genera patologías sociales como el alcoholismo, devela más bien el establecimiento de vínculos y roles especiales a través de su uso que se legaliza y que moldea el modo en que los consumidores se embriagan con ella desde ángulos, gustos y clases diversas. Garvey (2005) dice que justamente la antropología se ha preocupado por revisar el papel social de la embriaguez que, más allá de remitir a políticas de regulación, satanización o implicaciones médicas, suscita cuestionamientos sobre el tipo de vínculos y relaciones que genera el consumo de alcohol, en este caso en un contexto de turismo espiritual.

5.3.2 Extranjeros y Mezcal

En los diversos recorridos por los Valles de Oaxaca nos sumergimos entre caminos de terracería y paisajes de maguey en compañía de representantes de marcas y extranjeros. Los recorridos con estos actores permitieron indagar sobre los intereses que los llevan a sumergirse en el mezcal para visitar a productores del destilado, donde no solo la embriaguez especial que genera el mezcal es una de las razones atractivas, sino que otra de las razones

que atrae a grupos de turistas, extranjeros y apasionados por el mezcal es el acceso a otro modo de vida y al contexto cultural en el que se produce esta bebida. Una de las extranjeras que se sumerge en campos de agave y largos caminos de mezcal es Julia, una neoyorquina, quién emprendió un proyecto denominado *The Just Maguey Project* desde el cual ha consolidado una comunidad de aprendizaje en torno al mezcal a través de eventos que realiza en su casa en Brooklyn. Conversamos con Julia en el marco de un viaje que organizó a México para explorar uno de los estados que participan de la Denominación de Origen del mezcal; conversamos con ella sobre el nacimiento de su proyecto y la manera en que se sumerge a diversas localidades probando uno a uno los mezcales de localidades adentradas en comunidades lejanas y entre cerros:

Es muy típico decir que uno no lo encuentra, sino que el mezcal te encuentra ti, pero eso fue lo que me paso(risas). Mi primera vez en México fue en marzo de 2018, viaje a DF y a Oaxaca con una amiga, sabía lo que era mezcal, pero nunca lo había bebido solo, solo en cocteles. En ese entonces yo solo sabía que era el primo ahumado del tequila como le dicen en Estados Unidos(...).La primera vez que lo probé me pareció muy fuerte así que no me enganchó, pero luego viajé otras veces a México y estuve rodeada de mezcal, yo me fui acostumbrándome al sabor del mezcal y lo fuerte que es(...) paulatinamente realicé más viajes a México y empecé a comprar botellas, las cuales coleccioné en mi casa hasta que una amiga me propuso que hiciera una cata, entonces pensé que podía enfocarme en mujeres y promover un espacio donde las mujeres pudieran apreciar el mezcal como bebida fuerte, lo cual sería importante, dado que la industria está dominada por hombres; creé entonces un espacio inicial denominado Mujeres unidas por el Mezcal (solo para mujeres) y posteriormente abrí el espacio a Amigos por el Mezcal (donde todos son bienvenidos) (...)

Desde que hice el primer evento funcionó bien y no todo son ganancias, pero la experiencia es interesante porque la gente llega interesada por el mezcal, una bebida que en Nueva York ya se ve por todos lados, a diversas personas en la ciudad les encanta la idea de no pagar tanto para beberlo fuera y en un espacio que sea íntimo ya que en promedio en una copa de mezcal en Nueva York cuesta de 9 a 10 USD y mide una onza y eso sería un espadín porque un madrequis o coyote sería carísimo. He visto mezcales hasta en 40 dólares para una onza; muchos de los que asisten a los eventos que organizó son personas que se interesan por las historias en torno a la bebida, y el modo en que se

elabora (...). Muchos se quedan enganchados *escuchando las historias de los productores, por lo que algunos de ellos participan de los viajes que organizó*²⁹

Entrevista a Julia.

La experiencia de Julia es llamativa respecto a la visión como extranjera que se interesa por el mezcal y propone un escenario para el aprendizaje y experiencias en torno a la bebida. Una de las consideraciones de Julia sobre el mezcal es que la importancia o su interés por la bebida no radica en la capacidad embriagante del mezcal, sino en el entorno cultural de su producción. Julia refiere que sus viajes son en buena medida “un experimento en el que invita a otros amigos a sumergirse, a improvisar y descubrir la inmensa tradición e información que existe en torno al mezcal visitando productores que le muestran la elaboración de la bebida”. El proyecto de Julia es interesante porque refiere la manera en que se han construido comunidades educativas en ciudades del mundo donde el mezcal se posiciona; ya existen lugares en los cuales extranjeros se reúnen a apreciar la bebida y conocer cada vez más sobre ella. Al respecto, la página del proyecto de Julia dice que:

Los invitados de todos los orígenes se reúnen para aprender sobre uno de los espíritus más artesanales del mundo, todavía elaborado a mano en pequeños lotes, y apreciar las complejidades de la cultura del mezcal. (Tomado de <https://www.justmaguey.com/about>)

Estos espacios constituyen escenarios de apreciación donde el mezcal se consume en unas proporciones que apelan a lo moderado, educativo y organizado, asunto que contrasta con el imaginario del consumo rural, desmedido e inculto que en algún momento pudo tener el uso del mezcal como bebida indígena. Al respecto coincide la experiencia de Clara quien es argentina y junto a su pareja Samuel³⁰ quien es mexicano residen en Berlín, en esta ciudad son propietarios de una mezcalería, un espacio en el que a su vez ofrecen comida mexicana. Pude conversar de manera informal con Clara y Samuel en el marco de una visita a Miahuatlán en compañía de una marca de mezca durante su visita anual a Oaxaca con la cual visitan productores, adquieren nuevas marcas e información actualizada, al preguntarles a ambos por los intereses que llevan a sus clientes a consumir mezcal en Alemania, Clara considera que muchos se interesan por el sabor, aunque lleguen con la idea de que el mezcal se toma rápido como el tequila; justamente ellos como guías realizan la labor de educar y

²⁹ Énfasis agregado

³⁰ Los nombres han sido cambiados.

compartir información educativa. Particularmente durante la conversación³¹ Clara recordó una oportunidad en que un hombre en estado de ebriedad llegó a la barra a pedir un trago del mezcal más costoso, ellos al observar que en realidad esta persona no iba a valorar o a degustar detalladamente el mezcal decidieron no vendérselo al tiempo que se sintieron ofendidos, y constante refirieron³² que preferían vender y compartir la bebida con aquellos que le rindieran culto, o que quisiera incursionar y aprender del sabor del mezcal, ya que les maravilla el hecho de que cada vez sea más frecuente encontrar personas en Europa a traídas por el mezcal, consideran que han conocido un buen número de alemanes quienes han viajado en repetidas ocasiones a Oaxaca y se sienten interesados por el sabor de la bebida pero también por las historias que su producción envuelve.

Respecto al interés que suscita el mezcal a viajeros y extranjeros, Sarah Bowen (2015) retoma la historia de Steven Adams, “un estadounidense que vive en México y pasó meses viajando por las tierras altas de Oaxaca, visitando palenques y comprando y degustando mezcales, hasta que encontró él quería vender bajo su propia marca” (p.147). También encontramos la icónica historia de Ron Copper, artista originario de Ojai California quien en 1990 funda la marca de mezcal “Del Maguey”, Ron Copper considerado uno de los primeros comercializados de mezcal en el mundo, en una entrevista publicada en la página de su marca Del Maguey, refiere las trayectorias y viajes por diversas localidades que le permitieron encontrarse con el mezcal, él señala: “(...) Estuve descubriendo los productores campesinos en aldeas remotas, este fue un momento eureka para mí y la idea de traer este gran elixir de esas aldeas remotas a amigos fuera y con una sensibilidad sabor similar emociona” Tomado de: <https://delmaguey.com/una-entrevista-con-el-fundador-ron-cooper/>.

Según datos del CRM (2019) Estados Unidos es el país que ocupa el primer lugar de importación de mezcal; tiene un lugar interesante respecto a cómo desde allí se observa y concibe el destilado; mucha literatura referente a la bebida se ha escrito desde allí y se ha enfocado a enaltecer el proceso rural y artesanal de la bebida. Varios documentos y bibliografía anglosajona que se venden en librerías de Oaxaca sobre mezcal son libros de coctelería que enaltecen el mezcal por el modo rural y prístino. Así pues, es fundamental

³¹ Comunicación personal

³² Comunicación personal

revisar los artículos de prensa internacional para revisar los comentarios y la imagen que la bebida tiene en otras partes del mundo; por ejemplo, un artículo en el New York Times señaló la creciente popularidad del mezcal, describiéndolo como “El primo más rústico y descarado del tequila”, En este artículo se atribuye el creciente aprecio de los consumidores por el sabor ahumado de la bebida; así mismo, la revista *Food and Wine* declaró al mezcal el *Próximo espíritu mainstream*. Llama la atención que desde esta mirada externa el mezcal atrae por el estilo o modo de vida de quienes lo elaboran y por los arduos procesos manual y artesanales que involucra.

Estos intereses por el mezcal evidencian la búsqueda de un “otro” para lo cual turistas, extranjeros y marcas emprenden largos viajes a fin de adentrarse en realidades, sabores y contextos romantizados desde la nostalgia que le otorgan al mezcal autenticidad en tanto responden o no con imaginarios sobre cómo debe elaborarse la bebida; en este proceso el indígena se idealiza y se mercantiliza (Sarrazín, 2011). No solamente el mezcal, sino el proceso en el que se elabora constituye una experiencia que maravilla y se valoran por su *autenticidad* y su *antigüedad* porque simbolizan lo *natural* (Escalona, 2016). Para entrar en detalle sobre este proceso, acompañamos a miembros de marca de mezcal a visitar a productores, quienes recorren largas distancias para sumergirse en el sabor de sus mezcales, alimentos, las historias y vidas de los productores de esta bebida.

5.4 Un camino de ida y vuelta. Visitando los productores

Los recorridos realizados con miembros de marcas de mezcales certificados tenían como propósito principal la búsqueda de productores de mezcal y compra de grandes cantidades de la bebida; en estos viajes se consideraba que “entre más lejos está el mezcal mejor debe saber”, por lo cual quienes llevaban a cabo estos recorridos consideraban fundamental adentrarnos en las localidades bastantes alejadas de la ciudad o de la ruta turística oficial donde se comercializa mezcal, aquella en la que se encuentran municipios como Santa María del Tule, San Jerónimo Tlacoahuaya, Teotitlán del Valle, Tlacolula de Matamoros, San Pablo Villa de Mitla y Santiago Matatlán (Flores y Pacheco, 2019).

Uno de los primeros contrastes que posibilita la visita a productores desvinculados del circuito turístico del mezcal es que los palenques integrados a la ruta alemana a la ciudad se disponen para recibir visitantes por lo que cuentan con espacios limpios, organizados y que

se estructuran pensando en las expectativas del turista para conocer de primera fuente el mezcal. Estos espacios cuentan con muestrarios de varias especies de agaves, espacios murales y estencil en donde los visitantes se fotografían; las mulas o caballos utilizados para moler tienen nombre y también son vestidos o engalanados para la toma de fotografías; y especialmente cuentan con un espacio similar a una mezcalería o bar en el que los visitantes, después de un tour, pueden consumir mezcal y adquirir algunas botellas.

A su turno, en rutas que se salen del circuito turístico cercano a la ciudad, aquellas a las que algunas marcas acuden para degustar y comprar mezcales, los palenques se disponen como espacios que pueden variar enormemente en términos estéticos respecto a las rutas turísticas; al ser espacios que están en constante movimiento por el trabajo que allí se organiza, se disponen, más que para la exhibición, como lugares de trabajo donde la utilería y el espacio está en constante cambio y movimiento; ver estos contrastes nos permite referir que la disposición de rutas turísticas no solo ha moldeado el sabor del mezcal, sino los espacios donde este se produce haciéndolos más estéticos y limpios para la mirada de parámetros técnicos, fisicoquímicos y de higiene.

Uno de los recorridos en que acompañamos a miembros de la marca de mezcal s en la búsqueda de maestros mezcaleros y la degustación de mezcales fue con miembros de la marca de Mezcal Amores, con quienes en una mañana de febrero y antes del amanecer tomamos la carretera rumbo a Miahuatlán, en una ruta que nos llevó a cuatro paradas y finalizaría en Santa María Zoquitlan. Uno de los intereses de esta jornada era encontrar mujeres productoras o maestras mezcaleras para un proyecto que estaba poniendo en marcha la marca para sacar a la venta una línea de mezcales elaborados por mujeres productoras, para lo cual probaban los mezcales y garantizaban a las productoras apoyarles con el trámite de certificación.

Inicialmente el recorrido con la marca Amores nos llevó a Miahuatlán, una localidad ubicada a dos horas de la ciudad de Oaxaca y en la región de la Sierra sur. El recorrido comenzó con la visita al señor José, un productor de mezcal por método de refrescadera y alambique de; con este productor saboreamos el mezcal tobaziche, un agave que intenta cultivar porque es silvestre.



Imagen 28: Visita al palenque del productor José en la localidad de Miahuatlán

Fuente: archivo personal

En esta parada los miembros de la marca compraron tres litros que el productor empacó en botellas de Coca Cola. Seguimos el recorrido y llegamos con Doña Clara, maestra mezcalera de más de 65 años, quien al recibirnos en su vivienda nos ofreció botellas de vidrio con mezcales madre cuishe y ensamble de madre cuishe y espadín; tras esta amena visita, emprendimos un camino de terracería y nos dirigimos rumbo al Sitio del Palmar que hace parte del municipio de San Luis Amatlán y que pertenece a Miahuatlán. En estos caminos se observan cerros con agaves madre cuixe, cuish y jabalí, los cuales crecen de forma inclinada entre rocas y pendientes; sobre ello se dice que a los agaves “les gusta tener mala vida porque crecen en condiciones muy difíciles de sequedad y espacio”. Posteriormente llegamos al Palmar, un pequeño poblado en medio de un paisaje semidesértico, con difícil acceso al agua, con cerros grises y áridos, entre las que se erigían cactus que localmente llaman viejitos por su coronilla llena de espinas blancas.



Imagen 29: Casa de la señora María, productora de Mezcal en la localidad de Miahuatlán de Porfirio Díaz

Fuente: elaboración propia

En este lugar visitamos al señor Natalio (†), productor de maguey y mezcal. Al ingresar a la vivienda de Don Natalio nos puso sobre la mesa mezcal tobasiche, un ensamble o mezcal de espadín con madre cuishe y la rareza del momento, a saber, mezcal cucharilla, un agave que se considera raro en Oaxaca por su ausencia, pero que es más reconocido en otros estados. Este agave, de hecho, es el que da origen al sotol, otra bebida destilada de maguey y con Denominación de Origen que se produce en los estados de Chihuahua, Durango y Coahuila. Los miembros de la marca y yo compramos varios litros a Don Natalio; antes de marcharnos recorrimos los terrenos que tenía sembrados con agave madre cuishe. Después de esta visita, la última parada fue con el señor Reguló en Rio Seco Zoquitlán, ingresamos a la vivienda en un espacio con contenedores plásticos en lo que tenía tepextate, coyote y un ensamble de tóbala; probamos todos. A esta altura, ya se sentía el efecto embriagante de los varios kilómetros y del camino de mezcal que llevábamos transitado

El sabor del mezcal elaborado en los palenques y en las viviendas de los productores locales suscita una fascinación por la manera en que evocan una verdadera y cercana experiencia con la bebida, debido a que estos contextos se consideran originales en términos de que allí la bebida se elabora con recetas y conocimientos locales que denotan calidad y emotividad,

ya que en estos espacios son los productores, quienes ofrecen de sus manos las bebida, mientras cuentan y rememoran sus conocimientos. Por esta razón, proponemos pensar en la visita a los palenques de mezcal como una visita al *hogar* como aquella que constituye nociones de autenticidad y de recetas que se consideran mejor elaboradas y realizadas. Siguiendo a Tilley que (1994) define que el hogar es "lugar" y los lugares son "contextos para la experiencia humana, construidos en movimiento, memoria, encuentro y asociación" (p.15), es fundamental analizar el hogar y su vínculo con los alimentos en el marco de este análisis, en el cual nos interesamos por el turismo como forma de movilidad que permite reflexionar que los palenques son espacios de producción, pero, ante todo, son viviendas y hogares donde el mezcal tiene un punto de origen del que se parte y al que siempre se regresa para entender y marcar pautas de contraste y diferencias en términos de sabor, de autenticidad, de historia y memoria de la elaboración de un sabor, una receta o un objeto.

La vivienda de los productores son un punto de origen o el lugar donde acuden comerciantes o personas con un bagaje en el mezcal para entender a qué sabe la bebida y cuál es su receta original; para ello, justamente, se visita la casa, dado que es en la vivienda de los productores como hogar donde marcas y extranjeros se sumergen en la búsqueda del *verdadero* mezcal.

Consideramos que podemos pensar las viviendas de los productores no solo como un destino de nuestro viaje, sino el lugar desde el que partimos y al que volvemos para entender el origen o punto de partida (Hobsbawm 1991, p. 65). Al respecto, podemos considerar que los maestros mezcaleros son una figura esencial para obtener una experiencia real y cercana que brinde información sobre la producción, las técnicas e historia de la bebida.

En esta medida es oportuno añadir que la figura de maestro mezcalero es la de un artesano tal como lo propone Ingold (2000), quien refiere que "los artesanos, son caminantes itinerantes, ellos se abren paso a través del paisaje de tareas, al igual que los caminantes a través del paisaje, haciendo aflorar su trabajo mientras avanzan con sus propias vidas" (p7. Traducción propia.). Parte de la fascinación por adentrarse a las viviendas de los productores es que ello permite entender de qué manera los productores imprimen en la producción parte de sí mismos en términos de conocimiento y manejo de la planta del maguey. El mezcal, entonces, debe ser entendido como una producción artesanal y culinaria.

En este constante viaje de caminos que implica un continuo ida y vuelta, partimos de la idea de que la cultura material, como señala Julián Thomas (2007), representa a la vez "ideas que

se han hecho materia y sustancia natural que se ha convertido en cultura” (p.15). Es importante en el marco de este análisis tener presente que los productores y en el espacio de sus viviendas se produce el conocimiento, en el cual se enmarca la elaboración de la bebida, se produce legitimidad, autenticidad y es el punto de constante partida y regreso para comprender dinámicas actuales que rodean la producción y elaboración del destilado. Tras este recorrido por diversas localidades, en el siguiente y último apartado ruta visitamos Tlacolula para referir cómo se lleva a cabo un proyecto de una marca vinculado al mezcal orgánico y vamos de vuelta a la ciudad Oaxaca para ver la manera en qué se consumen sabores que se consideran artesanales, orgánicos y naturales en el marco del turismo.

5.5 El discurso verde del mezcal y el consumo orgánico de la bebida

Está de moda decir que algunos alimentos son naturales para decir que son buenos. Al mezcal como bebida le ocurre esto porque, como hemos venido señalando, se promueve por diversas marcas y contextos como una bebida natural, orgánica, sustentable para y desde la cual se construyen proyectos responsables y de comercio justo con las comunidades productoras. La etiqueta que recae sobre el mezcal como producto orgánico puede ser pensada como otro de los efectos de las Indicaciones Geográficas y las Denominaciones de Origen sobre los productos y bebidas certificados, debido a que el *terroir* como categoría fundamental de estas certificaciones, que “incentiva el consumo de lujo de alimentos y bebidas para un mercado global en crecimiento de productos marcados como "orgánicos" y "justos" para, consumidores, turistas, "o" locales", asuntos que han moldeado e interferido el consumo del mezcal. Para entender cómo opera este proceso, vamos revisar la elaboración de mezcal orgánico por parte de una marca y las diversas dicotomías y contradicciones que este tipo de etiquetas generan en consumos locales y dentro del contexto gastronómico de la ciudad de Oaxaca.

En la localidad de Tlacolula se encuentra el mezcal Sombra, una marca de mezcal que cuenta con un proyecto de elaboración de adobes para el aprovechamiento de los desechos contaminantes que deja la producción de mezcal. En el mes de enero participé de este proyecto como voluntaria; ahí conocí a Martha, la ingeniera Civil encargada del proyecto. Antes de hacer adobes, recorrimos la planta de mezcal Sombra en Matatlán a fin de contextualizarnos, conocer y ver en acción la propuesta de producción de mezcal que, desde

hace 10 años, tiene la empresa y con la cual le apunta al ahorro de agua, energía y fuerza humana empleada en la bebida.



Imagen 30: Tahona en planta de producción de Mezcal Sombra

Fuente: archivo personal

Como se observa en la figura 30, en el recorrido por la planta es posible ver que la estructura y diseño del espacio donde se produce el mezcal tiene una intención ecológica que es explicada por el ingeniero químico a cargo de los procesos. El Ingeniero refiere que la leña usada para la cocción del maguey es certificada como madera sustentable; para moler el maguey se utiliza una tahona eléctrica a base de energía limpia generada por paneles solares en la azotea de la planta y por la cual no es necesaria la fuerza humana y permite disminuir el agotamiento físico de los trabajadores; así mismo, genera un uso eficiente del agua porque la planta cuenta con un sistema de recolección de lluvias que permite que el agua se reutilice en la destilación; ello es benéfico porque la destilación es el proceso dentro de la producción del mezcal que más agua demanda.

Así mismo, en esta marca de mezcal se preocupan por el uso de maguey maduro, o maguey que haya cumplido el ciclo completo de maduración y que se considera orgánico porque “el agave se cultiva de manera natural en las soleadas y elevadas montañas de Oaxaca,

cumpliendo un ciclo de maduración de más de cinco años”. Estas singularidades que la marca exalta del mezcal se enaltecen como cualidades que remiten a la buena calidad de la marca porque en palabras y publicidad de la empresa:

El Mezcal Sombra es un destilado verdaderamente elaborado a mano que respeta las tradiciones de Oaxaca, al mismo tiempo que eleva los métodos de producción para que sean sostenibles y responsables para con el medio ambiente y la economía local; Mezcal Sombra es el mezcal más sustentable y ambientalmente amigable. (Tomado de: <http://www.sombramezcal.com/es/>)

Con todos estos factores, el mezcal se exalta como un producto con cualidades únicas provenientes de la tierra que se reafirman con otros proyectos como la fabricación de adobes. El proyecto de fabricación de adobes de esta marca de mezcal tiene sede en Tlacolula. Para este proceso se utilizan los residuos contaminantes del mezcal conocidos como la vinaza que son los residuos que arroja la destilación mediante el alambique de cobre. Como indica Martha, jefe del proyecto: “Este líquido residual del alambique por lo general se tira al río y es muy contaminante, es por ello que en Sombra quisimos darle otro uso, se creó e implementó el proyecto de adobes con residuos”.

La elaboración de los adobes del proyecto que dirige Martha requiere de un arduo trabajo manual en el cual se genera una mezcla de tierra, fibras de maguey y vinaza. Cada adobe se elabora a mano utilizando un molde en el cual se vierte viscosa a sol abierto, pues es importante que la espesa mezcla se seque al sol. Para ello hay un equipo entre seis u 8 personas laborando. Después de secarse al sol, los adobes reciben pruebas técnicas para ser utilizados en la elaboración de casas. En palabras de la marca: “Los ladrillos se están utilizando para construir casas en aldeas afectadas por terremotos recientes. Hasta la fecha, se han construido 20 casas en México utilizando ladrillos de adobe de sombra; se necesitan 480 botellas de sombra para hacer suficientes ladrillos para construir una casa”.³³

³³ Conversación con Martha. 27 de enero de 2020



Imagen 31: Adobes elaborados con residuos de la producción de mezcal como la vinaza, fibras de maguey y diversas variedades de tierra. Los adobes son implementados en la construcción de viviendas

El mezcal orgánico es una bebida que se considera natural por la implementación de las plantas de maguey; su producción está libre de agroquímicos; y es artesanal porque la producción la realizan los pequeños productores en condiciones de comercio justo. Para Mora, Magner y Marchant (2010), “la emergencia en el mercado de productos orgánicos es un fenómeno que responde a la segmentación y aparición de un grupo importante de consumidores comprometidos con el medio ambiente que demandan cambios en hábitos de producción por otras más responsables con su entorno” (p.26). En la ciudad de Oaxaca encontramos espacios que posibilitan consumir orgánicamente porque, como refiere Curiel (2019), “en Oaxaca existe una emergente organización social alrededor de maneras de producir y comer que son resultado de la apropiación de técnicas orgánicas para sembrar alimentos a pequeña escala en espacios urbanos o periurbanos y para la creación de grupos de consumo responsable” (p.227). Es clave, entonces, que estas singularidades del contexto oaxaqueño posibilitan exaltar el mezcal como bebida natural dirigida a un mercado especializado de consumidores

En Oaxaca existen diferentes tiendas y mercados que ofrecen productos orgánicos, como por ejemplo el mercado orgánico La Cosecha, un espacio gastronómico, en el cual los alimentos son preparados con ingredientes producidos en localidades aledañas y libres de químicos. Así mismo, en Tlacolula se encuentra otro mercado orgánico creado en el 2019 que se propone como espacio para comercio de alimentos y productos con ingredientes naturales provenientes de varias regiones de Oaxaca.

En el mercado orgánico la Cosecha se realiza una degustación guiada de bebidas locales como aguamiel, tepache y pulque. Pude asistir a una de estas experiencias de sabor acompañando a una pareja de esposos y turistas norteamericanos a probar bebidas del maguey producidas local y naturalmente. En la cata a la pareja les resultó “maravilloso e impresionante el trabajo manual que requerían estas bebidas y el proceso natural mediante el cual eran obtenidas” y para explicar lo fascinante que les resultaba, la pareja de esposos comparó el tipo de alimentación a la que tenían acceso en su en su país, señalando lo poco accesible que podría ser consumir algo natural y no procesado industrialmente.

La experiencia turística de esta pareja norteamericana es interesante para pensar a Oaxaca como escenario cosmopolita, en el cual los visitantes de todo el mundo se interesan por la producción y degustación de alimentos naturales, pero especialmente por los saberes tradicionales que los producen; ello se evidencia con la existencia de ofertas turísticas que brindan la posibilidad de sumergirse en “la cotidianidad de la vida rural-tradicional de Oaxaca” al adentrarse en los espacios de producción de alimentos y bebidas tradicionales como cocinas y palenques de destilación. Por ejemplo, *Mezcouting* es un equipo México-americano creado en 2016 que ofrece paquetes de tours dirigidos a un público anglosajón y a “aquellos curiosos sobre la cultura, la historia y la gastronomía que rodean a Oaxaca a través de experiencias íntimas y personales”. Este tipo de oferta turística evidencia la demanda e interés por consumir experiencias en torno a la preparación y elaboración de productos a través del contacto directo con la gente.

El mezcal orgánico es un producto que adquiere valor dentro de mercados que buscan exaltar el trato directo con el productor, así como la producción a pequeña escala. Las exaltaciones de estas cualidades otorgan valor e interpelan la relación entre lo global y lo local como preferencias alimentarias globales que se localizan como afirma Curiel (2019).

De tal manera que el mezcal orgánico es el resultado de un diálogo entre la economía local y global sobre la alimentación. Aquí lo global y lo local, más que ubicaciones geográficas, son procesos materiales (Gross, 2011) que se reflejan en los alimentos y que particularmente en el mezcal se materializan con la transformación y adaptación de la bebida a unas especificidades que buscan conservar el método tradicional, manual y artesanal de producción, al tiempo que le imprimen al producto garantías sobre su impacto ambiental; el consumo de lo natural y la valorización de Oaxaca como espacio natural-cultural le otorga cualidades especiales a la bebida bajo el discurso del *Terroir*.

Desde los planteamientos de Besky (2014), podemos ver que los productos y producciones orgánicas que surgen de las indicaciones geográficas y Denominaciones de Origen en realidad suscitan una paradoja para los productores porque “el discurso de *Terroir* en el esquema de las indicaciones geográficas a menudo no logra proteger a los pequeños agricultores” (p.223). Así lo analiza Besky (2014) en el caso de té Darjeeling en la India; ella encuentra que la DO legitimó los antiguos cultivos coloniales porque bajo el discurso del *terroir* se reformularon las plantaciones de té como "jardines" para un consumo de lujo artesanal, hecho que ha tenido efectos considerables sobre los trabajadores, debido a que, en las plantaciones de té, los trabajadores no solo empezaron a producir té, sino también a realizar *terroir* ajustando la producción a estándares deseables de consumo y trabajando para enmascarar las condiciones de explotación y trabajo.

En esta línea, la Denominación de Origen del mezcal también genera desigualdades en cuanto a los modos en que se produce un mezcal en una misma categoría como es la artesanal; a su vez, genera opiniones encontradas respecto a si en verdad existe un mezcal orgánico. Al respecto, encontramos posturas diversas y contradictorias. Para algunos no es posible producir un mezcal orgánico porque: a) los residuos de mezcal contaminan; b) la producción de agave requiere de agroquímicos y fertilizantes; c) los agaves silvestres se están agotando; d) la destilación de mezcal demanda y contamina una alta cantidad de agua. Desde otra perspectiva, algunos productores señalan que el mezcal “ya es orgánico, debido al trabajo manual que implica y porque proviene de una planta que ha crecido en condiciones naturales”.

De la misma manera que los alimentos industriales que se consideran poco saludables; el mezcal producido industrialmente es desdeñado por perder el sabor, la pureza, la calidad y,

en mayor medida, por perder el vínculo con su productor; se dice también que los mezcales industriales hacen mal y dan resaca. Estos datos son interesantes puestos en relación con las marcas que producen mezcal orgánico como Sombra, pues, aunque tienen un proceso estandarizado y ecológico, el proceso no es manual, pero se ajusta a la categoría de artesanal, aunque diste del modo de producción de pequeños palenques. Bajo todas las singularidades que ya hemos señalado, se puede decir que esta marca piensa que ofrece un producto natural que se refuerza con la puesta en marcha de procesos ecológicos y socialmente responsables.

En este orden de ideas, el mezcal orgánico nos muestra una nueva forma de producir y beber a través de los procesos de globalización y la producción de nuevos significados desde prácticas relacionadas con los alimentos (Phillips, 2006) que se vinculan con categorías, tales como la originalidad y la autenticidad, categorías que en Oaxaca no solo han estado ligadas los alimentos y el mezcal como bebida, sino que también han tenido un lugar importante de discusión en la producción artesanal y de textiles, en mayor medida con los casos de apropiación y plagio de textiles de lo cual se habló anteriormente.

Lo producción orgánica se considera sinónimo de calidad y es importante a la hora de entender la producción de alimentos porque “la creación y aplicación de estándares de calidad está altamente politizada y el concepto de La calidad es construida socialmente por redes de actores que buscan varias razones para interpretar, representar y regular la calidad” (Guthman 2004, 2007; Renard 2005). En el caso del mezcal, encontramos que a esta bebida también se le adjudica calidad cuando se crea un relato de ella misma y de su sabor mediante el discurso del *terroir*.

Lo orgánico, entonces, es una categoría impuesta al mezcal, evidencia la inclusión de la bebida en el circuito de consumo de alimentos y oferta gastronómica que dentro de la ciudad de Oaxaca puede llegar a ser costosa para un consumo local, pero asequible y hasta económica para un público y tipo de turismo internacional y anglosajón que va en búsqueda de este consumo. Una particularidad de este proceso es que los productos que localmente se conocen como criollos se denominan en estos circuitos de consumo como productos orgánicos que son elitizados; podemos inferir que son productos que eran cotidianos y asequibles, pero que se transformaron para el turismo, podríamos también equiparar este proceso con un fenómeno de gentrificación urbana, pero puesto en los alimentos.

Siguiendo a Guthman (2014), la comida local y los movimientos orgánicos crean un “proceso agrario imaginario donde el trabajo agrícola en lugar de abordar las desigualdades que persisten en todos los niveles del sistema alimentario las elide” (p. 2). Si bien en la ciudad de Oaxaca el consumo alimentario incluye cotidianamente la compra directa a productores locales de alimentos frescos (Curiel, 2019), la inserción de la producción orgánica en el mezcal así como en otros espacios y producciones alimentarias evidencia la valorización de un consumo en donde prima lo criollo, lo natural y donde los sabores de Oaxaca, como el mezcal, se exaltan, se transforman y se elitizan.

Capítulo VI. El cruce de los caminos del mezcal

Conclusiones

Los caminos del mezcal abordados en este trabajo son trayectos de ida y vuelta, es decir, que más que conducirnos a un destino definitivo, nos llevan constantemente a observar y revisar desde diferentes ángulos a los usos, las prácticas y los significados otorgados a esta bebida artesanal. Dentro de las mayores complejidades de analizar el mezcal, es que remite a una diversidad de asuntos o ámbitos como el económico, agrícola, culinario y festivo, lo que ha llevado a tejer mapas y una diversidad de caminos donde se leen y visualizan dinámicas de consumo y producción de esta bebida. Una de las premisas de esta investigación es que el mezcal es una bebida que está estrechamente vinculada al presente de las comunidades y como hemos referido es resultado de una producción artesanal que se crea, negocia, intercambia y adquiere valor para cada uno de los actores involucrados. Este valor cambia constantemente con base en el contexto donde se produce y consume la bebida porque se inserta en una compleja red que como se observa en la investigación toma diferentes matices de acuerdo a cada coyuntura.

Esta red de consumo de mezcal en los Valles Centrales está definida por la Denominación de Origen, como la norma que desde 2016 estipula y establece categorías para la producción de la bebida, las cuales han generado contradicciones y limitantes para los grupos de productores locales que buscan insertarse en el comercio de esta bebida artesanal. Aquí se ha planteado que la denominación de Origen más allá de ser causa y efecto de todas las dinámicas actuales en las que se inserta el mezcal, es sólo el punto de partida para comprender un fenómeno más amplio que actualmente le permite al mezcal insertarse redes de consumo que, aunque parecen conservar el modo en que se elabora el producto, generan transformaciones de la bebida a estándares estéticos y de clase, a fin de que se inserte en un mercado de productos globalizados.

Paralelo a la Denominación de Origen encontramos el discurso del *Terroir*, el cual acompaña los procesos de certificación y puesta en valor de productos con origen en el mundo, en la medida en que realza atributos obtenidos en condiciones específicas de suelo,

clima, agua y factores humanos y donde el sabor se construye geográficamente a partir del conocimiento local como uno de los atributos que en mayor medida da cuenta de la valorización de productos con origen. Este hecho refleja una constante búsqueda de autenticidad mediante etiquetas que se muestran e imprimen en las botellas del mezcal y se convierten en pruebas tangibles del vínculo del producto con su creador. Aquí, es interesante observar cómo ello ocurre con diversos productos artesanales o alimentos, por ejemplo, en México hasta el momento existen 18 Denominaciones de Origen y la singularidad de esta norma aplicada al mezcal es que ocupa la mayor extensión geográfica de las DO del mundo, sin embargo varios interlocutores en este trabajo consideran que debido a gran diversidad de agaváceas existentes en todo el territorio nacional o gran parte de él debería poseer esta certificación, es decir que el uso de la palabra mezcal no se restrinja a los territorios hasta ahora incluidos, sino que cualquier productor pueda nombrar como “mezcal” a su producto.

Justamente una preocupación actual de la DO sigue siendo la exclusión de zonas que, aunque son productoras de mezcal no han sido reconocidas dentro de la delimitación geográfica de la norma. Este proceso contantemente nos lleva a preguntarnos por las condiciones en que se generan estas certificaciones y qué impactos están teniendo para productores locales. Es importante tener en cuenta que, si bien esta norma nace en un contexto cultural distante con el vino en Francia o producciones alimentarias en Europa, actualmente es una certificación que se ha ido extendiendo por América Latina como una forma de defender la autenticidad de productos locales en un mercado global, aquí lo interesante es que en cada contexto social y cultural la norma se adapta y genera coyunturas particulares

Aunque el propósito de la norma es proteger la producción del mezcal e integrarla a estándares de calidad y de salubridad que generen mayores rendimientos económicos para los productores, en realidad estos requerimientos distan de beneficiar y reconocer las concepciones locales respecto a comprender *a qué sabe el mezcal* y *qué se entiende por buen mezcal*, aquí es fascinante la diversidad de contrastes que surgen del consumo de esta bebida artesanal en lugares como las mezcalerías con respecto al uso local del mezcal en eventos tales como celebraciones, mayordomías y usos medicinales en los cuales la bebida adquiere un rol importante como bebida presente en la cotidianidad, no solo como actividad

productiva, sino como objeto que puede mediar intercambios económicos, celebración de actos importantes dentro de la vida local como carnavales, bodas y día de muertos. Cuando referimos que el mezcal es un objeto con vida social en los Valles Centrales de Oaxaca, se debe a que circula y adquiere usos que la norma no considera, por las valorizaciones locales y aumento del precio del mezcal, hecho que genera que la bebida se encarezca y se limite su consumo en las localidades productoras por el costo que ahora representa al estar dirigido principalmente a turistas o a un consumo extranjero.

En esta medida el valor simbólico que tiene la bebida para comunidades ha sido retomado y difundido con fines comerciales y turísticos. Un hecho por el cual la bebida es apreciada por consumidores externos a quienes más allá de la dimensión embriagante, les resulta interesante las historias que la producción de la bebida envuelve, un ejemplo interesante es el flujo constante de interesados por el universo del mezcal, quienes buscan consumir este líquido embriagante no sólo a modo de experiencia sensorial y gastronómica, sino interesados en la vida de los productores sobre la cual se han construido un imaginarios que vinculan al mezcal con pueblos prístinos, anclados en cerros y herederos de culturas o practicas del pasado, lo cual como hemos referido debe ser repensando en el contexto de Oaxaca como un estado que promueve un turismo cultural en donde se produce un importante consumo de producciones artesanales que son marcadas como étnicas.

Aquí, la idea del mezcal como objeto y producto étnico resulta importante porque permite ver que el comercio del mezcal se vincula a imaginarios que retoman y enaltecen las singularidades estéticas y simbólicas de producciones artesanales, para disponerlas finalmente en un mercado que las resignifica. Este contexto invita a reflexionar acerca de los modos en que se protegen las producciones intelectuales, materiales y alimentarias de comunidades rurales y lleva a preguntarnos, ¿hasta qué punto certificaciones como la Denominación de Origen realmente protegen y las salvaguardan estas producciones? Como hemos referido, el mezcal se encuentra sumergido en un contexto en el que el aumento de su valor, el auge de su producción y singularidad de su paisaje han generado condiciones de desigualdad, pero también ha repercutido en los recursos naturales de los lugares que abarca la denominación. Aquí es oportuno referir al patrimonio biocultural como un concepto que, al ser puesta en diálogo con la Denominación de Origen, conforma una estrategia de

protección que reconoce y aboga por de los recursos medioambientales y del paisaje de las comunidades; este concepto como un mecanismo bien puede implementarse por las comunidades para demandar mayores cuidados sobre sus territorios, para permitir la salvaguarda del maguey y del mezcal, sin que necesariamente, como ocurre con la patrimonialización en sentido estricto, ello genere que la vida y los usos de los recursos en estos territorios se limiten. El recurso del patrimonio biocultural podría plantearse como una vía para la defensa de los territorios y salvaguardar los componentes biológicos tales como el maguey. Sin embargo, esta investigación se ha planteado desde un ángulo distinto en la producción y consumo de maguey.

En esta medida el *Terroir o terruño* ha sido propuesto como una categoría de análisis para entender las dinámicas de valorización en las cuales se inserta el mezcal, observar la manera en que aparece este discurso y comprender así el sabor del mezcal, aquí emerge un hallazgo significativo que es la contradicción entre la norma y las categorías locales desde las cuales se concibe y entiende la noción del mezcal con buena calidad, auténtico y de buen sabor.

Una de las posibilidades de este análisis propuesto desde los Caminos de Mezcal, es que permiten visibilizar la construcción de vínculos entre lo urbano y lo rural, ya que entre la ciudad de Oaxaca y las localidades aledañas se ha creado un corredor en el que no sólo el mezcal es eje de los consumos y promoción de Oaxaca, sino también la gastronomía, las artesanías, las zonas arqueológicas. Es interesante ver que más allá de esta ruta turística se han creado espacios turísticos para reconocer y probar la autenticidad de productos como el mezcal.

Si bien los productores no refieren exactamente al terruño o al *Terroir* como categoría que explica el sabor de sus mezcales, encontramos que sí remiten la singularidad de la bebida al contexto de diversidad ambiental y de suelos que puede presentarse en el estado de Oaxaca. En esta medida el proceso de generar o crear el terruño o *Terroir*, visto como el proceso mediante el cual, los productores ajustan el mezcal a los estándares y categorías exigidas por la norma, ha generado constantes limitantes y desigualdades para productores que buscan insertarse en la comercialización del mezcal. Aquí es importante como el discurso que refiere que el sabor de la bebida proviene del suelo, es constantemente compartido y enseñado en lugares como las mezcalerías.

En esta medida una de las problemáticas principales que hemos debatido acerca de la Denominación de Origen es que, aunque tiene como propósito otorgarle valor a productos con origen, esta tiende a homogenizar o encasillar la elaboración del mezcal bajo las categorías que la norma impone apelando a prácticas que fomentan la estandarización de la producción. Por contraparte, hemos evidenciado que el mezcal se produce bajo condiciones sociales y geográficas diversas, donde cada uno de los actores involucrados median y construyen una posición respecto a la norma, aquí es interesante cómo el discurso en torno al origen y lo artesanal del mezcal se va moldeando y resignificando.

El mezcal más allá de ser una bebida alcohólica, es un objeto con una vida social que, al transitar por las localidades analizadas en esta investigación, va adquiriendo roles y usos diversos. Y como bebida alcohólica permite reflexionar sobre el consumo de alcohol desde un ángulo que desborda nociones vinculadas con parámetros de seguridad y salud, aquí el alcohol mas bien cumple un rol importante dentro de las comunidades que puede ir variando de acuerdo al contexto. Por lo tanto, proponemos pensar al mezcal como una bebida artesnaal que además de estar inserta en certificaciones legales de origen, construye y media relaciones entre diversos actores. Aquí el mezcal participa de la construcción de vínculos entre humanos y objetos, constituyendo múltiples relaciones en la medida en que su consumo, producción y valorización en torno a él, lo muestran como un producto material con diversas implicaciones y significados en el contexto local. En este sentido es interesante la figura del maestro mezcalero como aquel que es reconocido por su conocimiento, de este modo la aproximación que hemos realizado a una diversidad de productores permite ver cómo los maestros mezcaleros son una figura que debe ser reflexionada y repensada como agentes que contribuyen a la autenticidad del mezcal y en torno a los cuales se crean imaginarios acerca de quiénes son o cómo deben ser aquellos que elaboran esta bebida.

Es oportuno comparar la figura del maestro mezcalero con la de las cocineras tradicionales, en la medida en que se constituyen como agentes y personas que preservan patrimonios vivos y que se vinculan con proyectos patrimoniales, los que nos conmina a analizar las implicaciones de estos reconocimientos dentro de estas dinámicas al interior de las comunidades. Lo anterior en la medida que la Denominación de Origen apela a la consolidación de la propiedad intelectual acerca de quién elabora el mezcal, de ahí que el

reconocimiento y la exaltación que realizan las mascas evidencie la necesidad de referir a los maestros como autores y autoras, sin embargo un asunto que debe ser considerado, es que el mezcal en diversas localidades está vinculado a la vida social y por tanto, a la estructura económica familiar; mientras que en otras comunidades se crean redes laborales donde los productores reciben un salario, este proceso de la producción de mezcal se consolida mediante un trabajo colectivo, por lo que la bebida, podemos aducir, es el resultado elaboraciones comunitarias que se puede evidenciar como elaboración colectiva en tanto remiten al trabajo familiar, a destajo o entre conocidos.

Respecto al proceso metodológico, seguir al mezcal a través de diversos caminos y junto a diversos actores como los turistas, productores, extranjeros y miembros de marcas implicó un proceso etnográfico que no sólo se construyó desde la observación sino que conllevó el desarrollo de una etnografía sensorial construida desde el cuerpo, ya que en la inserción en estos diversos contextos más allá de observar fue clave un análisis sensorial que remite al uso del gusto, del tacto, a fin de descifrar y comprender el sabor, por lo cual la experiencia corporal y sensorial fue determinante, a fin de comprender y hacer inteligible el mezcal, porque uno de los intereses principales del trabajo ha sido resaltarlas características sensoriales y materiales que implica sumergirse en el universo de esta bebida artesanal.

La noción de camino y su análisis en términos etnográficos es relevante para la antropología porque permite comprender fenómenos que además de evocar rutas geográficas delimitadas, permiten comprender asuntos temporales y espaciales que desbordan límites establecidos en términos estrictamente geográficos. En este sentido podemos añadir que la etnografía multisituada es una herramienta que permitió comprender como se estructuran estos espacios de producción del mezcal desde diferentes dimensiones, que al encontrarse permiten realizar una lectura con mayor amplitud y perspectiva.

Es importante referir que la etnografía multisituada, si bien genera dificultades debido a la diversidad de datos recolectados en diferentes lugares, es una metodología que permite entender y seguir a objetos y personas a lo largo de diversos contextos. En esta medida si bien los caminos que hemos explorado ha sido construidos desde diversas trayectorias y procesos, es interesante ver cómo todas estas trayectorias se vinculan y permiten establecer un panorama amplio de los diferentes escenarios por los que la bebida circula, un asunto que

no hubiera sido posible documentando la producción de mezcal a partir de una sola localidad. Por lo tanto, considero que para entender el fenómeno actual de comercialización y fama que adquiere el mezcal, se debe tener en cuenta un contexto amplio y regional que vincule las particularidades locales con procesos de producción en otros estados e incluso con consumos a escalar internacionales.

Después de cruzar esta infinidad de caminos, recuerdo un día de enero en el que, durante una caminata empinada en una plantación de maguey en la Sierra Sur, un productor me preguntó “¿y entonces usted qué piensa de la certificación? ¿Qué opina de la Denominación de Origen?” Estas preguntas me permitieron recordar como consideré la norma en un inicio, o sea, viéndola desde una perspectiva poco favorable, sin embargo, esto me ha llevado a revisar permanentemente las diversas implicaciones que tiene la norma desde esta gran variedad de ángulos. Viendo la norma desde mis diversos lugares etnográficos he podido observar que si bien al principio la vislumbraba como un asunto que implicaba muchas contrariedades y limitantes para los productores, los datos recabados me han guiado a establecer que una investigación de este tipo no puede ser polarizada, sino que su tratamiento antropológico debe remarcar las relaciones que se establecen entre la norma y los productores, en la medida en que el mezcal es un crisol de relaciones con efectos contingentes.

Finalmente, después de recorrer esta diversidad de caminos, considero que *para todo mal y todo bien* el mezcal es una bebida con una historia profunda, con usos y significados que no deben ser únicamente entendidos bajo los parámetros que impone la DO, sino con base en su producción local y su sabor desde múltiples lugares. Constantemente, el auge de la bebida sigue generando preguntas y temas que llevan a una constante reflexión sobre lo que implica actualmente el mezcal, ya que más allá de ser una bebida alcohólica o un producto artesanal, es un crisol de vínculos y relaciones desde el cual operan diversas prácticas, perspectivas y recorridos. La investigación no sólo invita al tránsito de caminos, senderos y veredas en busca del mezcal, sino también a detenernos en todos estos caminos para repensar, observar, oler y degustar a besos la bebida mediante un buen trago que, como refiere Juan Rulfo en su cuento Luvina, nos chicamoteé la cabeza y permita reflexionar acerca de la dimensión social y cultural del mezcal más allá de la moda.

Bibliografía

Bibliografía primaria

- Appadurai, A. (1991). "Introducción: Las mercancías y la política del valor". En: Arjun Appadurai (ed.), *La vida social de las cosas: Perspectiva cultural de las mercancías* (pp.17-88). México: CONACULTA/Grijalbo, 1991, pp. 17-88.
- Bauer, A. J. (2002). *Somos lo que compramos: historia de la cultura material en América Latina*. Eunice Cortés Gutiérrez, trad. Madrid: Taurus.
- Besky, S. (2014). *The Darjeeling distinction: Labor and justice on fair-trade tea plantations in India*. California: Univ of California Press.
- Bourdieu, P. (1988). *La Distinción: Criterio y Bases Sociales del Gusto*, Ma. del Carmen Ruiz de Elvira, Trad. Madrid: Altea.
- Brulotte, R. (2009). " Yo soy nativo de aquí". The Ambiguities of Race and Indigeneity in Oaxacan Craft Tourism. *Journal of Latin American Anthropology*,14(2), pp. 457-482.
- Castro Neira, Y. (2015). "El gobierno de los indios: antropología de la formación del estado en Oaxaca". *Revista de Ciencias Sociales*, (52), pp.59-77.
- Comaroff, J., y Comaroff, J. (2009). *Ethnicity*. Chicago: University of Chicago
- De la Fuente, J. (2009). *Monopolio de aguardiente y alcoholismo en los Altos de Chiapas: un estudio " incómodo" de Julio de la Fuente (1954-1955)*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas
- Errázuriz, C. (2010). "Indicaciones geográficas y denominaciones de origen: propiedad intelectual en progreso". *Revista chilena de derecho*, 37(2), pp. 207-239.
- Fabien-Ouellet, N. (2017). *Poutine, Mezcal And Hard Cider: The Making Of Culinary Identities In North America* (tesis). The University of Vermont.
- Forshee, J. (2001). *Between the folds: stories of cloth, lives, and travels from Sumba*. USA: University of Hawaii Press.
- Farmer, E. A. (2013). *Delicious enigmas: Legal geographical indication regimes in Bordeaux and the United Kingdom* (Doctoral dissertation). University College London.
- Grasseni, C. y Paxson, H. (2013). "Introducing a Special Issue on the Reinvention of Food". *Gastronomica: The Journal of Critical Food Studies*, 14 (4), pp.1-16.
- Heath, D. B. (1987). "Anthropology and alcohol studies: current issues". *Annual Review of Anthropology*, 16(1), pp. 99-120.

- Hernández, J. D. J. (2011). "La estetización del paisaje en la región agavera. Sociedad y culturas regionales. Problemas locales, miradas globales", *Kroeber Anthropological Society Papers*, 43, pp. 32-41.
- Kopytoff, Igor. (1986). "La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso". En Arjun Appadurai (ed.). *La vida social de las cosas*. Perspectiva cultural de las mercancías (pp.89-122). Grijalbo/Conaculta, México, pp. 89-122.
- López, J. (2018). "Los Mezcales Mexicanos: la importancia de su protección como patrimonio social". *ILHA*, 20(2), pp.179-205.
- López, M. F., y Carrión, A. (2018). "Geografía, economía y territorios rurales en América Latina: presentación del dossier". *Eutopía, Revista de Desarrollo Económico Territorial*, (14), pp. 7-22.
- Macías, M. A., y Valenzuela, A. (2009). El tequila en tiempos de la mundialización. *Comercio exterior*, 59(6), pp. 459-472.
- Miller, D. (2005). *Materiality: an introduction*. Duke Durham: University and London Press.
- Mintz, S. W. (1996). *Dulzura y poder: el lugar del azúcar en la historia moderna*. México: Siglo XXI.
- Montaño-Lugo, M. L., Velasco Velasco, V. A., Ruíz Luna, J., Campos Ángeles, G. V., Rodríguez Ortiz, G., y Martínez Martínez, L. (2014). "Contribución al conocimiento etnobotánico del chile de agua (*Capsicum annum* L.) en los Valles Centrales de Oaxaca, México". *Revista mexicana de ciencias agrícolas*,5(3), pp. 503-511.
- Palma, Pérez y Meza (2016). Diagnóstico de la Cadena de Valor Mezcal en las Regiones de Oaxaca [documento digital]. Recuperado de: <http://www.coplade.oaxaca.gob.mx/wp-content/uploads/2017/04/Perfiles/AnexosPerfiles/6.%20CV%20MEZCAL.pdf>.
- Pérez, A. (2008). "Migración y pobreza en Oaxaca". *El cotidiano*,23(148), pp. 85-94.
- Ríos, M., y Kumar Acharya, A. (2012). "Reorientación productiva de los migrantes: el caso de Santiago Matatlán, Oaxaca". *Migración y desarrollo*, 10(19), 92-116.
- Rivera, M., Manzanares, A., Vázquez, V., y Mendoza, M. (2008). "La artesanía como producción cultural susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco". *Convergencia*,15(46), 225-247.
- Rodríguez, G. (2004). El derecho a ostentar la denominación de origen: las disputas por la hegemonía en el mercado agroalimentario mundial. *Desacatos*, (15-16), pp. 171-196.
- Roldán, A. C. (2018). *Le mezcal, Enfant terrible du Mexique*. Tours: Presses Universitaires Françaises
- Scheinvar, G. E. (2008). "Genética de poblaciones silvestres y cultivadas de dos especies mezcaleras: *Agave cupreata* y *Agave potatorum*" (Tesis de Maestría). Instituto de Ecología, Posgrado en Ciencias Biológicas, UNAM.

Saldaña (2018,) Anatomía del mezcal [documento digital]. Disponible en línea: <http://www.anatomiadelmezcal.com/en/#!/home>.

Trubek, A. B. (2008). *The taste of place: A cultural journey into terroir*. California: University of California Press.

Vera (2017) “Oaxaca y sus regiones productoras de mezcal: Un análisis desde cadenas globales de valor”. *Perspectivas Rurales Nueva Época*, (29), pp.103-132.

Webb, K. (2008). On the materiality of religion. *Material Religion*, 4(2), pp. 230-232.

Bibliografía general

Acampora, T. y Fonte, M. (2007). “Productos típicos, estrategias de desarrollo rural y conocimiento local”. *Revista opera*, (7), pp.191-212.

Appadurai, A. (Ed.). (1991). *La vida social de las cosas: perspectiva cultural de las mercancías*. España: editorial Grijalbo.

Arrarás, A. S. (2017). “Seguir a los difuntos. Una etnografía multisituada de las prácticas funerarias transnacionales”. *Antropología Experimental*, (17), pp.97-107.

Baudrillard, J. (1981). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI

Ayora, I., y Vargas, D. (2005) *Romantic Moods: Food, Beer, Music and the Yucatecan Soul. Drinking Cultures: Alcohol and Identity*. Oxford y New York: BERG.

Barabas, A. (2003). *Dones, dueños y santos: ensayos sobre religiones en Oaxaca*. Editorial Porrúa/ Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Basset, V. (2012). “Del turismo al neochamanismo: ejemplo de la reserva natural sagrada de Wirikuta en México”. *Cuicuilco*, 19(55), pp. 245-266.

Bautista, A., Antonio, A, y León J. (2017). “Efectos socioeconómicos y ambientales de la sobreproducción de Maguey mezcalero en la región del mezcal de Oaxaca”. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 14(4), pp. 635-655.

Bautista, J. A., Orozco S., y Terán, E. (2015). La disminución de la producción artesanal de mezcal en la Región del mezcal de Oaxaca. *Revista Mexicana de ciencias agrícolas*, (6), pp. 1291-1305.

Besky, S. (2014). *The Darjeeling distinction: Labor and justice on fair-trade tea plantations in India*. California: University of California Press.

Belasco, W. (2016). Terroir in DC? Inventing Food Traditions for the Nation’s Capital. In *Edible Identities: Food as Cultural Heritage* (pp. 39-54). Routledge.

Bistoletti, M. (2008). *La tierra plural: sistemas interculturales en Oaxaca*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.

- Boege, E. (2008). *El patrimonio biocultural de los pueblos indígenas de México: hacia la conservación in situ de la biodiversidad y agro diversidad en los territorios indígenas*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia/ Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- Bowen, S. (2015). *Divided spirits: Tequila, Mezcal, and the Politics of production*. California: University of California Press.
- Bowen, S. (2012). Las indicaciones geográficas, la globalización y el desarrollo territorial: el caso del tequila. *Agroalimentaria*, 18(34), 91-103.
- Bourdieu, P. (2016). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Cant, A. (2012). *Practising Aesthetics: Artisanal production and politics in a woodcarving village in Oaxaca, Mexico* (Doctoral dissertation). The London School of Economics and Political Science (LSE).
- Sandoval Godoy, S. A., & Camarena Gómez, D. M. (2011). Comportamiento alimentario y perfil de consumo de los sonorenses: el caso de las comidas internacionales. *Región y sociedad*, 23(50), 185-213.
- Carrasco Henríquez, N. (2007). “Desarrollos de la antropología de la alimentación en América Latina: hacia el estudio de los problemas alimentarios contemporáneos”. *Estudios sociales* (Hermosillo, Son.), 15(30), pp. 80-101.
- Carrillo, L. (2007). “Los destilados de agave en México y su denominación de origen”. *Ciencias* (87), pp. 41-49.
- Carvajal, P. M. (2019). *Lo inacabado del Queso Paipa: materialidades orgánicas, actores diversos y valores heterogéneos* (Tesis Doctoral). Universidad del Rosario
- Castillo, M. (2019). “¿De qué hablamos cuando hablamos de mezcal?” [artículo en línea], *ARK_Magazine /Textos sobre patrimonio*. (28). Disponible en: <https://realminero.com.mx/hablar-de-mezcal/amp/>
- Champredonde, M. (2012). La valorización de la tipicidad cultural y territorial de productos mediante certificaciones en países de América Latina. *Desenvolvimiento Territorial* (ponencia). Congreso *Producción, Identidade e Consumo*, Froehlich JM Organizador, Editora UNIJUI, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil.
- Cid Jurado, A. (2002). “El estudio de los objetos y la semiótica”. *Cuicuilco*, 9(25), pp.2-19.
- Cruz, F. D. J. P. (2000). “Agaves productores de fibras duras en el estado de Oaxaca”. *Boletín de la Sociedad Botánica de México*, (66), pp. 93-102.
- Curiel, C. (2019). “Prácticas localizadas de producción y consumo en la ciudad. Relaciones sociales a través de la alimentación no convencional en Oaxaca”. *Sociedad y Ambiente*, (21), pp. 227-251.

- De Condillac, É. B. (2009). *David Le Breton. El sabor del mundo. Una antropología de los sentidos*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- De la Torre, M. F. P., y Gordon, L. M. P. (2018). “Análisis histórico de los mezcales y su situación actual desde una perspectiva ecomarxista”. *Eutopía: Revista de Desarrollo Económico Territorial*, (14), pp. 23-42.
- Directorio Instituto de Biología. UNAM. Dr. Abisáí Josué García Mendoza (2011). Tomado de <http://www.ib.unam.mx/directorio/56>
- Douglas, M., y Isherwood, B. (1990). *El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo*. México: Conaculta.
- Echeverry, C. B., Franco, L. M. A., Mera, S. S. G., y Ríos, P. O. (2020). “La artimaña de Penélope. Una mirada de género y transnacional a la migración italiana de finales del siglo XIX y principios del XX”. *Collectivus*, 6(2), pp.199-213.
- Escalona, J. L. (2016). “Etnomercancía y sobrefetichización. Ensayo de mirada estereográfica”. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, 37(148), pp.259-288.
- García Canclini, N. (2002). *Las culturas populares en el capitalismo*. México: Grijalbo.
- Garrido Izaguirre, E. M. (2015). *Donde el diablo mete la cola: estética indígena en un pueblo purépecha* (tesis de Doctorado). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Gaytán y Zapata, A. G. V. (2012). “Más allá del mito: mujeres, tequila y nación”. *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, 28(1), pp.183-208.
- Gil, J. M. R. (2004). *Las bebidas espirituosas en Sonora: notas sobre su producción y consumo, 1850-1920* (ponencia digital). Disponible en: <http://herzog.economia.unam.mx/amhe/memoria/simposio09/Juan%20Manuel%20ROMERO%20GIL.pdf>
- Gros foguel, R. (2016). “Del «extravismo económico» al «extravismo epistémico» y al «extravismo ontológico»: una forma destructiva de conocer, ser y estar en el mundo”. *Tabula Rasa*, (24), pp. 123-143.
- Gross, T. (2014). “Mezcal and Mexicanness: the Symbolic and Social Connotations of Drinking in Oaxaca. Folklore” *Electronic Journal of Folklore*, (59), pp. 7-28.
- Guthman, J. (2014). *Agrarian dreams: The paradox of organic farming in California*. California: University of California Press.
- Heij Patric. (2017). *One Night Only: Inside Oaxaca's Secret Desert Mezcal Festival*. VOGUE. April 1. Consultado en: <https://www.vogue.com/article/what-is-mezcal-amaras-oaxaca-desert-festival-one-night-only>

- Henare, A., Holbraad, M., y Wastell, S. (Eds.). (2007). *Thinking through Things: Theorising Artefacts Ethnographically*. Routledge.
- Hernández López, J. D. J. (2014). *La jornalericación en el paisaje agavero. Actividades simples, organización compleja*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Hernández López, J. D. J. (2011). La estetización del paisaje en la región agavera. Sociedad y culturas regionales. Problemas locales, miradas globales. México DF. UNAM, 120-150.
- Horst, H., y Miller, D. (2012). "Normativity and materiality: A view from digital anthropology". *Media International Australia*, 145(1), pp. 103-111.
- INEGI. (2010). Censo de población y vivienda. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Ingold, T. (2013). *Making: Anthropology, archaeology, art and architecture*. Routledge.
- Labate, B. C., y Cavnar, C. (Eds.). (2014). *Ayahwasca Shamanism in the Amazon and beyond*. Oxford Ritual Studies.
- León Vázquez, N. I., Campos Ángeles, G. V., Enríquez-del Valle, J. R., Velasco Velasco, V. A., Marini Zúñiga, F., Y Rodríguez Ortiz, G. (2013). "Diversidad de especies de agave en san miguel Tilquiapam, Ocotlán, Oaxaca". *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, (4), pp. 1185-1195.
- López, J. D. J. H. (2018). "Los Mezcales Mexicanos: la importancia de su protección como patrimonio social". *ILHA*, 20(2), pp. 179-205.
- Luna, R. (2015) Los caminos del mezcal y el tequila. En: Vera, J., Fernández, R. *Agua de las verdes matas: tequila y mezcal* (pp.43-66). México: CONACULTA; INAH; Artes de México; Tequila El Caballito Cerrero-
- Lucio, C. (2015). Mezcales y diversidad biocultural en los alrededores del Volcán de Colima. El caso de los productores tradicionales de Zapotitlán de Vadillo. *EntreDiversidades*, (5), 13-43.
- Marcus, G. E. (1995). "Ethnography in/of the world system: The emergence of multi-sited ethnography". *Annual review of anthropology*, 24(1), 95-117.
- Marcus, G. E. (1998). *Ethnography through Thick and Thin*. Princeton: Princeton University Press.
- Mendoza, I. A., y Cruz, J. C. B. (2020). "La muñeca otomí ante el extractivismo epistémico". *Entre Diversidades*, 7(2 (15)), pp.222-244
- Millán, S. (2017). "Desde el punto de vista del comensal: alimento y perspectiva en la narrativa nahua". *Estudios de Cultura Náhuatl*, (53), pp.119-140.
- Moeran, B. (2005). *Drinking Country. Drinking cultures: Alcohol and identity* (document digital). Disponible en:https://www.researchgate.net/publication/292798486_Drinking_Country_Flows_of_Exchange_in_a_Japanese_Valley/link/57f3514a08ae91deaa590472/download

- Medina, I., Colmenero Robles, A., Naranjo Jimenez, N., y Rodríguez García, J. H. (2013). El mezcal de durango. México: Instituto Tecnológico Superior de Misantla.
- Mora González, M. G., Magner Pulgar, N. S., & Marchant Silva, R. (2010). “Segmentación de Mercado de acuerdo a estilos de vida de consumidores de Vino Orgánico de la Región Metropolitana de Chile”. *Idesia* (Arica), 28(3), pp. 25-33.
- Navarrete, F. (2016). *México racista: una denuncia*. España/México: Editorial Grijalbo.
- Ordóñez, M. D. J. (2000). El territorio del estado de Oaxaca: una revisión histórica. *Investigaciones geográficas*, (42), 67-86.
- Palma, P., y Meza, V. (2016). Diagnóstico de la Cadena de Valor Mezcal en las Regiones de Oaxaca. Recuperado de [http://www.coplade.oaxaca.gob.mx/wpcontent/uploads/2017/04/Perfiles/AnexosPerfiles/6. % 20CV% 20MEZCAL. pdf](http://www.coplade.oaxaca.gob.mx/wpcontent/uploads/2017/04/Perfiles/AnexosPerfiles/6.%20CV%20MEZCAL.pdf).
- Pastor, G., Torres, L., Grosso Cepparo, V., y Marinsalda L. (2017). La seducción del paisaje. Enclaves de turismo de lujo en Mendoza, Argentina (ponencia). *Congreso El Extractivismo en América Latina: Dimensiones Económicas, Sociales, Políticas y Culturales* (2017, España, Universidad de Sevilla).
- Pedroza, O. (2018) Recetas para una nación. Construcción de la cocina mexicana partir del nacionalismo cultural posrevolucionario (1930-1960). (Tesis de maestría). Instituto Mora
- Rebolledo, A. Q. (2020). “La creatividad ceremonial de kalwewetsin y la invención masewal de la mortalidad”. *Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales*, 15(29), pp.56-83.
- Ruiz, M. M. (2009). “El ingrediente étnico: alimentos y restaurantes oaxaqueños en Los Angeles”. *CA. RURIS-Revista do Centro de Estudos Rurais*, 3(1), pp. 41-69.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.
- Sánchez, L. A. (2005). *Oaxaca, tierra de maguey y mezcal*. México: Instituto Tecnológico de Oaxaca.
- Sánchez, K. T., & Valdés, C. A. S. (2011). El registro de marcas como plataforma para el crecimiento de una empresa. *El Cotidiano*, (165), 107-114
- Sansi, R. (2015). “Arte, don y participación”. *Ankulegi. Revista de Antropología Social*, (18), pp.13-28
- Santos, M. (1996). *Metamorfosis del espacio habitado*. Barcelona. Oikos-Tua.
- Vela, E. (2014). *El maguey*. México: Editorial Raíces.
- Vera, N. V. V., & Akaki, P. P. (2017). Oaxaca y sus regiones productoras de mezcal: Un análisis desde cadenas globales de valor. *Perspectivas Rurales Nueva Época*, (29), 103-132.
- Wilson, T. M. (2005). *Drinking Cultures: Sites and practices in the production and expression of identity. Drinking cultures: Alcohol and identity*. USA: Berg Publishers.

Anexos

Contenido de tablas

Tabla 1. Conocimiento local y etnobotánica de plantas y vegetación de los Valles Centrales	38
Tabla 2. Días de mercado en los Valles Centrales.	43
Tabla 3. Diferencias entre la Denominación de Origen y las Indicaciones Geográficas	80
Tabla 4. Definiciones y características de los tipos de mezcal artesanal y ancestral.	90
Tabla 5. Definiciones y características de las clases de mezcal.	91

Tabla de contenido de imágenes

Imagen 1: Ubicación geográfica Estado de Oaxaca.	31
Imagen 2 regiones del estado de Oaxaca.	32
Imagen 3: Delimitación de la Región de los Valles Centrales.	33
Imagen 4: Camino entre agaves en la localidad de San Pedro Quiatoni, Oaxaca.	47
Imagen 5: Maguey silvestres tepextate en medio de cultivos de maguey espadín en la localidad de Nejapa de Madero, Oaxaca	52
Imagen 6: Anatomía de maguey.	54
Imagen 7: Jima de maguey espadín por el en Nejapa de Madero-Sierra Sur, Oaxaca	59
Imagen 8: Cultivo de maguey espadín en Nejapa de Madero-Sierra Sur, Oaxaca	60
Imagen 9: Piñas de maguey a la espera de ser pesada en la báscula de 40 toneladas ubicada en el centro de acopio de maguey mezcalero en la localidad de Soledad Salinas, Oaxaca	61
Imagen 10: Cerros con plantación de maguey. Nejapa de Madero. Oaxaca	62
Imagen 11: Horno cónico de suelo en la localidad de Miahuatlán.	67
Imagen 12: . Molienda de agave en la destilería los Danzantes mediante el método de Tahona ...	68
Imagen 13: . Molienda de agave en la destilería los Danzantes mediante el método de Tahona ...	68
Imagen 14: Tina de fermentación para elaboración de mezcal en palenque de Santa Catrina de Minas. En esta localidad las tinas de fermentación se encomiendan a los santos, es por ello que la cruz cubre y protege las tinas a fin de que estas	69
Imagen 15: Destilación en alambique de cobre en San Baltazar Guelavila. Palenque familiar en el cual se produce el mezcal para la marca Convite	70
Imagen 16: Etiquetas y fotografía con los datos de la familia que elabora mezcal para la marca San Andrés- Alipús en la localidad de Miahuatlán de Porfirio Díaz, Oaxaca	81
Imagen 17: Estados que pertenecen a las diversas denominaciones de origen de bebidas destiladas de agave.	87
Imagen 18: Estados incluidos dentro de la Denominación de Origen del mezcal.	89
Imagen 19: Distritos que pertenecen a la Región del mezcal	94
Imagen 20: <i>Mapa ilustrado que refiere la ubicación de las localidades y caminos transitados. Dado que los recorridos no son en una sola dirección, constantemente el lector puede consultar este mapa para ubicarse dentro de las rutas y trayectorias referidas.</i>	98
Imagen 21 Decoración de la Mezcalería el Cortijo	101
Imagen 22 Ubicación de mezcalerías visitadas en la ciudad de Oaxaca de Juárez.	103
Imagen 23: Frutas e ingredientes para la elaboración de mezcal de pechuga	127

Imagen 24: Abuelo y padre de la familia Guendulain mostrando el perlado de su mezcal, un método artesanal que permite verificar la graduación alcohólica de la bebida	131
Imagen 25: Maguey Chuparosa en Agua de Huaje-Zoquitlán. Oaxaca	138
Imagen 26: Felipe Villafañe y agave Chuparosa. Agua de Guaje-Zoquitlán. Oaxaca.....	139
Imagen 27: limpias a cargo de curandero zapoteco durante el festival Mezcal Amores Experiences 2020	149
Imagen 28: Visita al palenque del productor José en la localidad de Miahuatlán	172
Imagen 29: Casa de la señora María, productora de Mezcal en la localidad de Miahuatlán de Porfirio Díaz	173
Imagen 30: Tahona en planta de producción de Mezcal Sombra	176
Imagen 31: Adobes elaborados con residuos de la producción de mezcal como la vinaza, fibras de maguey y diversas variedades de tierra. Los adobes son implementados en la construcción de viviendas.....	178