EL COLEGIO DE SAN LUIS, A.C.

El mezcal de Villa Sola de Vega, Oaxaca: Proceso de producción, comercialización y economía moral

T E S I S

Que para obtener el grado de

Maestro en Antropología Social

Presenta

Raúl Zamora Reyna

San Luis Potosí, S.L.P. **Marzo, 2021**

Índice

Agradecimiento 4-6

Introducción 7-21

Estado de la cuestión. El mezcal y sus trayectorias 21-47

Planteamiento del problema 47-51

Capítulo 1: Región mezcalera, Villa Sola de Vega, Oaxaca 52-57

Villa Sola de Vega 55-62

¿Por qué es relevante esta región, frente a otras regiones mezcaleras? 62-67

Especies de agave mezcalero 67-78

Los campos sociales del mezcal ¿Cómo se produce el mezcal?

¿Qué lo hace distinto a otros destilados? 78-85

Mercado del mezcal solteco 86-87

Transformaciones en la actividad productiva 87-89

Conclusiones 90-94

Anexos: Fotografías de cada una de las etapas productivas 95-99

Capítulo 2: Comercialización cultural del mezcal solteco 100-107

Sistemas de conocimiento local. El mezcal 107-115

Conocimiento 116-128

Entre la producción ancestral y la semiindustrializacion 128-131

Las mujeres en el mundo del mezcal 131-134

Los palenqueros soltecos 134-137

Percepción sobre el sabor y el gusto. Características organolépticas del mezcal 137-139

Conclusiones 139-144

Capítulo 3. Vida social del mezcal. Valor de uso y valor de cambio 145-178

La media como forma de operación mercantil 146-148

Trayectorias de vida de los palenqueros 148-187

El mezcal ante el escenario global 188-189

Conclusiones 190-195

Capítulo 4. Vida campesina y economía moral del mezcal solteco 196-220

Economía moral 220-229

Conclusiones finales 230-240

Bibliografía 241-247

Agradecimientos

Esta tesis es el resultado de mis estudios en la maestría en antropología social por parte del Colegio de San Luis A.C. Quiero expresar mi agradecimiento a la institución y a su personal por las facilidades y la oportunidad de llevar a cabo mi formación profesional, teniendo como resultado la presente investigación. También a Conacyt por otorgarme la beca con la que pude llevar a cabo esta investigación y permitirme iniciar y concluir mis estudios de maestría. Mis agradecimientos para mi director de tesis el Dr. Mauricio Genet Guzmán Chávez, quien me guio y apoyo en el camino de mi formación y de la construcción de este trabajo. Gracias por su orientación, por ayudarme a corregir el camino cuando parecía que me perdía o que las cosas no salían como las habíamos planeado. Por sus reflexiones y contribuciones a la investigación y su profesionalismo. Por su actitud de avanzar, de construir este trabajo conjuntamente. De igual forma, agradezco a mis lectores Dr. David Madrigal González y al Dr. José de Jesús Hernández López por el tiempo y la paciencia de leer este trabajo y aportar su conocimiento en el mejoramiento del mismo, por su interés en el tema y sus valiosas contribuciones.

A la Dr. Horacia Fajardo Santana (Q.E.P.D.) quien fue la primera en enterarse de mi intención de entrar a la maestría. Gracias por tu apoyo y tu orientación, por ayudarme cuando lo necesite, por brindarme tus consejos y tu confianza.

También agradezco a mi familia, que siempre han estado para mi cuando he necesitado de ellos, por su amor incondicional y su comprensión en todo momento, quienes con su aliento y su confianza han impulsado cada paso en mí. A mis amigas antropólogas con quienes compartí las aulas de clases, acompañándonos en nuestro estudios y momentos de diversión. Quienes también me escucharon y orientaron acerca de este trabajo, gracias por sus aportaciones. Su compañía y amistad fueron reconfortantes.

A mi pareja, quien a pesar de desconocer el andar y los intereses de mi profesión, siempre me alentó a seguir y no darme por vencido, muchas gracias.

Finalmente quiero agradecer a mis informantes y amigos palenqueros, a sus familias y a todos los habitantes soltecos con quienes compartí experiencias y momentos gratificantes. En especial a Tomas Cruz y Jorgelina, a sus hijos Fernando, Concha, Jaciel, Trinidad, Monse y Tere, con quienes conocí la belleza y riqueza cultural de Sola de Vega, gracias por hacerme sentir en casa. A Miguel Damián por ser mi compañero de mezcales, por su amistad y sus platicas tan enriquecedoras y por demás interesantes. A Gabriel Damián y su familia, por su buena vibra y su amistad, por esa sonrisa con la cual siempre me recibieron.

A Luis Méndez Hernández (Q.E.P.D) por abrirme las puertas de su casa en mi primer periodo de trabajo de campo, por enseñarme la región y explicarme con gusto todo el universo del mezcal solteco y también de la vida social del pueblo. Gracias por compartir tu conocimiento, por aquellas noches que probamos cada uno de esos mezcales mágicos creados por aquellos palenqueros soltecos. Descansa donde quiera que estés.

Francisca, su esposo y su hijo Gilberto, con quienes compartí la dicha de tener su amistad, de conocer las calles del pueblo, de compartir la mesa y de platicar de nuestras historias personales, gracias.

A Giovanni quien fue la primera persona que conocí en el pueblo, quien a su vez me contactó con Luis, donde todo comenzó. La base desde donde comencé mi primer trabajo de campo.

Infinitas gracias a cada una de las personas que formaron parte de esta investigación, quienes me abrieron las puertas de sus hogares y compartieron momentos de sus vidas conmigo. No

podría mencionar a cada uno, porque la lista sería interminable y cometería el penoso error de omitir alguno de los nombres. Pero los llevo en mis recuerdos a cada uno de ellos y me siento dichoso de haberlos conocido.

Introducción

Oh, majestuoso maguey,
en tu planta me encomiendo,
quiero ver si soy hombre de ley,
para seguirte bebiendo...

El presente trabajo es el resultado del proyecto de investigación para la maestría de Antropología Social del Colegio de San Luis A.C, cuyo tema aborda la producción, comercialización y consumo cultural del mezcal y su economía moral en el municipio de Villa Sola de Vega, en el estado de Oaxaca. En el arranque de esta aventura me propuse entender y analizar de qué manera los procesos de mercantilización a los que ha sido sometida esta bebida en las últimas décadas, afectan los procesos productivos en general. Desde los efectos en la disponibilidad de los ejemplares más demandados por el mercado (especies de agaves), hasta los cambios tecnológicos y de organización local, que se han llevado a cabo, cuyo propósito ha sido poder cubrir las demandas de un público ávido por una bebida a cuyos atributos de aroma, sabor, pureza, se le suma la índole artesanal de su producción. En esa frontera donde los productos o mercancías elaboradas artesanalmente son forzadas en sus ritmos y en la concepción de sus procesos productivos, se producen resistencias locales que buscan frenar el cambió. Por ello me pareció adecuado situar el problema de investigación justo en dicha interacción. Está se ha mantenido y su reluctancia a desaparecer condiciona y tensa las relaciones que establecen los palenqueros locales, en tanto productores de un bien especializado, con los intermediarios y consumidores en un mercado que se ha ido especializando en igual medida. Sin embargo, como resultado de mi trabajo de campo, de entrevistas y largas horas de observación sobre el proceso de elaboración en los palenques y de las situaciones y eventos que pautan el consumo de mezcal

a nivel local, descubrí una serie de mediaciones entre dos universos opuestos o que se rigen bajo lógicas distintas: 1) el de la economía moral que dibuja y da sentido al ámbito comunitario y donde el mezcal adquiere una valoración social, cultural y 2) el de la producción destinada al mercado que se caracteriza por una aceleración en los tiempos de producción y el establecimiento de una serie de reglas y normativas que tienden a socavar los atributos socioculturales de la bebida.

Este cambio sutil en la manera de enfocar la problemática del mezcal en una región tradicionalmente mezcalera como Villa Sola de Vega, comienza por plantear ciertas inquietudes teórico-metodológicas relevantes. El mezcal se inserta en una economía política, es decir, participa y se sujeta en buena medida a las leyes de la oferta y la demanda y su valor de cambio involucra una serie de factores que acaban determinando el tipo de relaciones de las comunidades locales y de los productores con una serie de agentes externos que entran en al campo político del mezcal. Sin embargo, al mismo tiempo el mezcal es mantenido en una esfera apartada de las relaciones de mercado; aquí los atributos sobre su pureza, calidad, etcétera, se inmiscuyen en la tónica social comunitaria (Appadurai). No solamente es un mediador de las relaciones sociales, mediante su proceso de producción y consumo cultural, el mezcal se transforma en un actante privilegiado dentro de una red de relaciones socio-técnicas (Latour). En este sentido se puede afirmar que los dos protagonistas centrales de la presente investigación son los fabricantes de la bebida y el mezcal mismo. A partir de ellos se extiende una red de actores y mediadores que dan significado a la bebida mezcal en tanto mercancía y la bebida mezcal en cuanto valor de uso: objeto cultural.

Ya habrá tiempo para ir definiendo con mayor claridad la propuesta de análisis. Por ahora es importante hacer notar la importancia del *palenquero*, el encargado del palenque (lugar

donde se destila el mezcal), el que lo sabe cocinar y que así es llamado localmente a diferencia de la pomposa etiqueta que recibe este personaje en el contexto mezcólatra (los eventos de degustación de la bebida en las ciudades), como *maestro mezcalillero*. En esta investigación, concibo al palenquero como depositario de un conocimiento y poseedor de ciertas habilidades no exclusivamente culinarias, sino que se relacionan con la misma ecología de la planta, el lugar donde crece, su edad, la variedad y en general su riqueza genética. Este conocimiento y sus prácticas no son celosamente guardadas, como sugieren quienes se inclinan por las auras mágicas atribuidas a preparados y pócimas artesanales. Los palenqueros exhiben y comparten su conocimiento con cualquier persona que así lo requiera, pero su pericia, reconocimiento y prestigio está dado precisamente por esa valoración cultural que se comparte a nivel regional.

Especialmente, he centrado mi interés por demostrar la capacidad de agencia del mezcal y, dentro del universo en donde se desenvuelve, hacer evidente que su valor de uso, se impone sobre su valor de cambio; rompiendo con toda lógica comercial de maximización de la ganancia. En efecto, para los productores y consumidores soltecos, el mezcal sobrepasa todo beneficio económico, siendo su industrialización un peligro para la continuidad del conocimiento arraigado a su actividad productiva y al mantenimiento de una tradición, tanto en sus espacios y momentos de consumo, como en su propio proceso de elaboración. Especialmente para aquel conocimiento "más puro", ligado a los procesos ancestrales y promovido por los palenqueros más experimentados.

Como ya lo he mencionado, cuando arribé a la región tenía la idea preconcebida de que los productores eran llamados "maestros mezcalilleros", definiéndose como aquel especialista en la materia; un experto que produce la bebida con maestría. Sin embargo, al conocer las comunidades y los campos en donde actúa el mezcal, pude darme cuenta de que dicha valoración

es imprecisa y que tal nombramiento se contradice con la forma en que estos hombres caracterizan su actividad ligada a un modo de vida campesino; sencillo y en armonía con el trabajo agrícola. Aunque en la actualidad el número de palenques en la región y los lotes que se producen en ellos ha aumentado exponencialmente, aún podemos encontrar en dichos espacios, a palenqueros que han decidido el continuar produciendo de acuerdo con la manera ancestral, renunciando al proceso de industrialización de los procesos productivos del mezcal. Planteándose así, como objetivo principal seguir produciendo comunitariamente, resaltando el mezcal como una mercancía que es capaz de actuar en los distintos niveles del entramado social; de la cual se destaca su capacidad de mediar las relaciones comunitarias y regular el curso de la cotidianeidad solteca. De este modo, señalo que, durante las fiestas patronales de los pueblos pertenecientes a la región, el mezcal es el invitado principal de dichas festividades, al grado de no poder concebir una fiesta en donde el mezcal no esté presente. De este modo, podemos ejemplificar, que a pesar de ser una mercancía que posee un valor de cambio, con una ganancia económica muy definida, es su valor de uso el que tiene mayor impacto a nivel local y regional. El contexto que observo y estudio es entonces uno de desarticulación y amenaza, pues incide directamente en los saberes y prácticas; la demanda del mercado por mayores volúmenes de mezcal implica la introducción de nuevas tecnologías y socava directamente las prácticas y los procesos artesanales.

Visité 19 palenques en las principales comunidades del distrito. Entre las que están: Gulera, Quialela, Sección Cuarta, Barrio Arriba y San Francisco Sola. Recorrí palenques que trabajan con los dos métodos de destilación: alambique de acero inoxidable y olla de barro. De tal manera logré registrar las técnicas y los procedimientos respectivos de dichos modos de destilación; no solo para su descripción, sino además para la comparación entre dos modos de

producir y concebir una misma actividad productiva. Del total de palenqueros que visité, decidí limitar la muestra a 13 de ellos; con los que se tuvo mayor empatía y se profundizó más sobre las cuestiones que en esta tesis se analizan. Como ya lo mencioné, de igual manera, abarqué los dos métodos de destilación y trabajé con tres casos en donde los mezcales que se producen están certificados por el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal (COMERCAM) y cuyos palenqueros tienen contrato con comercializadoras para abastecerlos mensualmente de cierta cantidad de litros mezcal que han sido previamente pactados mediante contratos mercantiles. Por ello, la muestra representa una imagen finita pero concisa de la situación actual en la región, cuya limitación cuantitativa, no demerita el análisis cualitativo sobre las situaciones particulares de cada caso; cuyas trayectorias del mezcal, de los palenques y de los palenqueros, ayudaran en el análisis de los temas que esta tesis presenta.

En el primer capítulo, describo las características sociodemográficas de la región y la forma en que están conformadas las comunidades productoras. Sus actividades agrícolas productivas y la importancia social y económica del mezcal en cada una de ellas. En dicho capítulo relato cada una de las etapas del proceso productivo, desde la siembra de las especies agaveras utilizadas, hasta el momento de la destilación de la bebida. De igual forma tracé un mapa de los principales factores que influyen en la conformación de una región mezcalera, como lo es Sola de Vega y su importancia no solo en el desarrollo económico de sus pueblos, sino y, además, en la construcción social de la identidad solteca. En este capítulo intento mostrar una imagen nítida de la realidad del mezcal solteco y me inserto en la discusión del fenómeno del proceso productivo del mezcal artesanal. Presento una comparación entre los dos modos de destilación y los mercados que estos tienen, así como la forma en que los propios habitantes de las comunidades soltecas perciben las cualidades de estos destilados. De tal modo, en este

capítulo expongo y analizo el conjunto de conocimientos relacionados con el mezcal. Con todo ello busco profundizar en el sistema de conocimientos que dan origen y permiten la fabricación y comercialización del mezcal solteco. Detallo minuciosamente el trabajo de campo realizado en las comunidades productoras y con los palenqueros, dando cuenta del proceso de socialización del mezcal; quienes poseen dicho conocimiento y cuál es su proceso de adquisición; conservación; transmisión y transformación.

El segundo capítulo tiene como objetivo principal, definir y analizar la comercialización y consumo cultural del mezcal solteco. Por ello, fue necesario analizar la trayectoria de vida de los palenqueros, situados en los campos de producción y comercialización. Me concentré en la tarea de destacar su papel como mediadores de dos discursos contradictorios; entre lo ancestral y lo industrial, las decisiones que tienen que tomar respecto a su trabajo y la valoración que existen de estas, por parte de los miembros de la comunidad y los consumidores habituales del mezcal.

Respecto al proceso de comercialización cultural, primero debemos comprender que el consumo de esta bebida se da dentro de un marco de asignación de valor y de exaltación de atributos y/o cualidades del producto. Como parte de su consumo cultural, se crean cadenas de valor, cuyo propósito fue analizar, en la trayectoria del mezcal cuál es su *valor real,* en términos culturales y, cómo los comercializadores y consumidores lo atribuyen por encima de otros productos de similares características; pero que carecen de contenido cultural que refuerce su identidad frente a otras bebidas. Lo que se ha privilegiado, es la ruptura de los estándares dominantes de consumo, el mezcal ha ofrecido una alternativa a los consumidores por beber prestigio y exclusividad; desde la elección de qué es lo que bebe, hasta del lugar en dónde se bebe y la manera en que se hace; el ritual del *buen beber*.

De igual forma, resulta interesante comprender que entre los productores y los comercializadores existen una relación simbiótica de codependencia; en principio explicada ante la realidad de producir un producto específico para el mercado y por comprar dicho producto y consumirlo. Néstor García Canclini, señala al consumo como "el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos. […] es necesario conocer la forma en que se articula la racionalidad de los productores con la racionalidad de los consumidores; éste es el ámbito donde puede instalarse la colaboración de la economía con el saber antropológico y con los estudios sobre recepción" (García Canclini, 1993: 80 y 82).

En relación a lo que este autor denomina recepción, se entiende la trayectoria del mezcal en un escenario en constante forcejeo, del cual, su aumento respecto a su consumo, no depende exclusivamente del crecimiento de las demandas sino además de la capacidad gerencial del productor por ofrecer un producto que destaque sobre el resto de objetos ya ofrecidos en el mercado de las bebidas alcohólicas. Sobre el mezcal que se produce, la manera y los espacios para su consumo. En este sentido, la recepción tiene injerencia sobre las relaciones políticas de la región y la manera en que sus habitantes toman parte de la política cotidiana de las relaciones socio humanas.

García Canclini, refuerza la idea de que los productos culturales tienen un origen local; en los cuales resaltan sus aspectos culturales, simbólicos y estéticos: los productos denominados culturales poseen al mismo tiempo valores de uso y valores de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles. Sin embargo, con ello no quiero decir que estemos hablando de una economía de lo simbólico, sino de una que está sustentada en sus

atributos morales, que subyacen a los económicos, pero que en términos de comunidad tiene mayor impacto en las relaciones sociales y en el desarrollo de la actividad productiva, ya que buscan en esencia la conservación de la tradición y la transmisión del conocimiento asociado.

En este sentido, el mezcal solteco cumple con todas las características para ser un producto cultural, el cual como principio posee un origen local, determinado por una región que dedica exclusividad a este tipo de producción. Comunitariamente podemos identificar su valor de uso y su importancia social: en las fiestas patronales, en las labores del campo, en el trabajo comunitario (fatiga) y en la vida comunitaria de la región. Precisamente de estos fenómenos, surge mi interés por explicar en esta tesis, la importancia social del mezcal colocándolo como un actante, con vida social propia. Para lograr dicha comprensión, el tercer capítulo de este trabajo tuvo como objetivo, trazar las trayectorias de vida de los palenqueros y del mezcal, analizando su vida social y su impacto sobre el entramado de relaciones sociales. Además, se introduce en la discusión, el tema de la economía moral del mezcal; a través de análisis de los bienes morales y de las mercancías culturales. En primer lugar, para llegar a dicho nivel de análisis, plantee definir la "vida social" de la que hablo.

La propuesta de que el mezcal tiene vida social propia proviene del trabajo de Arjun Appadurai (1991) [1986]) sobre la sociabilidad de las mercancías. La tesis de Appadurai consiste en cuestionarnos sobre cuáles aspectos conforman dicha sociabilidad, lo que convierte a las mercancías en actores sociales dentro de escenarios específicos de arenas sociales. Al respecto menciona:

> […] las mercancías son cosas que poseen un tipo particular de potencial social, que son discernibles de "productos", "objetos", "bienes", "artefactos" y otros tipos de cosas (aunque sólo sean en ciertos aspectos y desde determinada perspectiva. […] el contexto mercantil alude a la variedad de arenas sociales, dentro o entre unidades culturales, que

ayudan a vincular la candidatura mercantil de la cosa a la fase mercantil de su carrera (Appadurai, 1991: 21 y 31).

Es en dicha carrera, donde he centrado mi esfuerzo por mostrar la trayectoria del mezcal en la región de Sola de Vega, en su sociabilidad local y en el recorrido que hace ante la demanda global que experimenta. ¿pero dicha demanda es fortuita? ¿Cuál es su origen?

El propio Appadurai discute acerca del surgimiento de la demanda en los productos mercantiles: "… la demanda surge como una función de la diversidad de prácticas y clasificaciones sociales, en lugar de como una emanación misteriosa de las necesidades humanas, una respuesta mecánica a la manipulación social (el caso del modelo de los efectos de la publicidad sobre nuestra propia sociedad) o una reducción del deseo universal y veraz por los objetos o por cualquier cosa asequible" (1991: 47). En este sentido, la producción del mezcal es un proceso cultural, no sólo se produce materialmente como una *cosa*, sino que también está vinculada culturalmente como un tipo particular de cosa; en ello, resalta su carácter artesanal y su esencia de ser un producto que contiene un conocimiento muy específico y refleja parte de una cultura local. El citado autor añade: "estos cambios y diferencias en materia de cuándo y cómo una cosa, se convierte en mercancía revelan la economía moral que está detrás de la economía objetiva de las transacciones visibles" (Appadurai, 1991: 89).

Es precisamente lo que Appadurai denomina economía moral, lo que he intentado discutir en el tercer capítulo y en el contenido y la forma de esta tesis. Como lo he mencionado, en el proceso de mercantilización y comercialización cultural del mezcal, está anclado en el dilema por parte de los palenqueros de seguir produciendo de manera artesanal/ancestral o de entrar en una dinámica de producción semi-industrializada. Están en disputa los aparatos simbólicos que dan origen al mezcal y cuyas características de autenticidad y de originalidad en sus procesos de elaboración le permiten comercializarse a través de la exposición de la cultura

en la cual es producida. No obstante, los palenqueros y el mezcal se encuentran en una relación de mediación, ya que, al negociar entre estas dos situaciones, se enfrenten a un proceso de mercantilización que se da día a día, independiente de las decisiones que tomen respecto a su actividad productiva. De igual forma, en este capítulo amplío el análisis de la discusión sobre el valor de uso y el valor de cambio y sus repercusiones en la actividad de producir y beber mezcal.

Las respuestas que expresan los palenqueros respecto a decidir certificar su mezcal o seguir produciéndolo y vendiéndolo de la manera en que lo han hecho a lo largo de los años como productores locales, tienen que ver con el cambio de rutina que significaría el entrar de lleno a un proceso de semi-industrializacion. Los tiempos en que realizan sus actividades agrícolas tiene que modificarse al establecer relación con una comercializadora o al firmar un contrato de exclusividad. Aunado a ello, se está negando la capacidad autogestora del mezcal, como un actante dentro de las relaciones sociales del pueblo solteco. Es decir, la bebida se convierte en una mercancía que tiene un valor de uso, que puede ser intercambiado por otra de similar valor; pongo por caso, cuando se realiza una fiesta patronal y la cooperación que el comité organizador solicita a los habitantes de la comunidad se concreta mediante la aportación monetaria voluntaria o con mezcal y/o materia prima (agave mezcalero). Esto refleja claramente el innegable valor mercantil del mezcal, pero además destaca el peso de su valor de uso y las implicaciones morales que abarca. De igual manera, resalta que no sólo es al santo patrón a quien se está festejando, sino al mezcal se le festeja mediante una celebración religiosa y en especial, mediante el papel central que le asignan los propios participantes. No podemos vislumbrar las festividades, sin la presencia del mezcal, ya que es a él a quien se está celebrando, en el marco de esta economía moral de la que he hablado […] la situación mercantil en la vida social de cualquier "cosa" se define como la situación en la cual su intercambiabilidad (pasada,

presente o futura) por alguna otra cosa se convierte en su característica socialmente relevante. Mas aún, la situación mercantil, delimitada de este modo, puede dividirse en: a) la fase mercantil de la vida social de cualquier cosa; b) la candidatura mercantil de cualquier cosa, y c) el contexto mercantil donde puede colocarse cualquier cosa. Cada uno de estos aspectos de mercantilización necesita ser expuesto (Appadurai, 1991: 29).

Asimismo, dentro del proceso de mercantilización, el trabajo muestra la etapa estética a la cual es sometido el mezcal para su comercialización, al convertirse en una mercancía cultural, el mezcal como actante desempeña un papel determinante en las relaciones mercantiles de las que es participe. Con esto, quiero decir que es necesario analizar su trayectoria de vida, detallar su biografía logrando situar su comportamiento, dependiendo de las arenas en donde actúa y, de los campos específicos en donde el mezcal ejerce su agencia, tanto de manera independiente, como en el actuar social de quienes le otorgan legitimidad.

De tal modo, en esta tesis pretendo demostrar la relevancia social de proceso productivo en torno a la elaboración del mezcal artesanal, como una serie de disputas en diferentes arenas en donde el centro de lo que se juega es la vida social de la bebida. Aquí tanto los productores, intermediarios, los consumidores finales y, por supuesto, las instancias reguladoras se entretejen y enfrentan para dotar de sentidos opuestos al mezcal. En este entramado de relaciones, discursos y prácticas, el mezcal se repliega en los bordes de la vida campesina, acompaña las celebraciones y les otorga ritualidad a los encuentros con vecinos y familiares. En este entramado aparece la dificultad para permanecer artesanal, a baja escala; resistirse a la tentación de la producción semiindustrial y las exigencias que el propio contexto les hace continuamente.

Frente a los monocultivos de agave azul (*A. tequilana weber*), la narrativa que estudio pretende dar cuenta de las tensiones que gravitan en torno a una bebida que se mantenía invisible

a los ojos del consumidor urbano, pero que hoy se promueve gracias a una habilidad mercadológica bajo la cual adquiere nuevos atributos, potencializándolos a nuevos nichos de consumo.

Lo anterior nos remite a la discusión sobre lo auténtico. El mezcal está siendo construido mediante discursos verbales y visuales como una bebida alcohólica que se destila naturalmente, sin la adición de azúcares o aceleradores en su proceso de fermentación. Para ello, no menos importante es la agregación del mezcal a los escenarios y rutas turísticas, lo que permite potenciar dichos atributos y encaminarlos a un público especifico, cautivado por las técnicas rudimentarias y los orígenes locales. A pesar de que son varios estados los que han ganado el reconocimiento de la denominación de origen, que varios estados del país producen mezcal de diferentes especies de agaves, Oaxaca ha gozado de una preminencia en la producción del mezcal "artesanal". "Buenos y malos" mezcales son producidos en este estado a lo largo del tiempo, pero recientemente se han acondicionado escenarios que reproducen los palenques (destilerías artesanales de mezcal) para los turistas que transitan por las zonas más visitadas del estado. ¿Cómo definen lo auténtico, cómo se elabora el discurso de lo auténtico en las estrategias de mercantilización y cuáles son los alcances en términos de las economías morales, los acuerdos comerciales entre productores e intermediarios?

Finalmente, no debemos obviar que dentro del proceso de comercialización cultural que experimenta el mezcal solteco y cuyo caso presento en esta tesis, la vida social de la bebida es vital, no sólo por su papel de actante, sino además por la serie de fenómenos y conflictos que desata la producción. Entre estos están la disputa por los territorios de plantíos de agave; la búsqueda de terrenos que tengan la suficiente agua para cultivar las especies; el conflicto permanente con los intermediarios que especulan con los precios del mezcal y, la disputa que

tienen productores de barro y de alambique de acero, referente a la valoración de su producto y a la necesidad de establecer un precio diferenciado respecto al costo por litro del mezcal que producen. Sin obviar que las propias especies, tienen un ritmo de crecimiento diferenciado, lo que las convierte en factores determinantes de la actividad productiva y de la propia socialización del mezcal (ecología de la planta y otro de los aspectos que delatan su carácter agentivo), vista como una bebida comunitaria, anclada dentro de una economía moral propia, cuyas peculiaridades le han proporcionado al mezcal solteco una identidad contrastante respecto a otros destilados, e incluso frente a otros mezcales del país.

A lo largo del trabajo he centrado mi esfuerzo por demostrar la importancia social del mezcal y su papel como actante dentro de las relaciones sociales. De tal manera, lo que encontrarán en esta tesis es el análisis de la trayectoria de vida de una mercancía y los recorridos en las arenas de los palenqueros y del público consumidor. ¿Cuáles son los sistemas de conocimiento que sustentan la producción del mezcal artesanal en Sola de Vega? ¿Cuál y cómo se da el proceso de comercialización cultural del mezcal? Y: ¿qué papel desempeña el mezcal como actante de las relaciones sociales de la región y, qué impacto tiene dicho papel sobre su economía local? ¿y sobre su economía moral? Son las interrogaciones que se irán resolviendo conforme profundice en el análisis de cada una de las variables que interfieren sobre el fenómeno de la comercialización cultural y la economía moral del mezcal solteco.

El cuarto capítulo de esta tesis tuvo como objetivo conocer y analizar los procesos socioculturales que intervienen en la creación del mezcal. La vida campesina es importante objeto de estudio debido a que da contexto al modo productivo y las etapas que describo en esta tesis. Conocer el tipo de campesinos que son los soltecos nos ayudará a guiar nuestro análisis y

entender el porqué de sus decisiones frente a la disyuntiva entre tradición/modernidad, entre el valor de las cosas por su uso y no por su cambio en el mercado.

La homogeneidad de las condiciones materiales de los campesinos puede ser un factor que influya sobre sus decisiones de emprendimiento y de tecnificación de sus procesos productivos. Aunado a ello, está el factor del tipo de mercancía que están produciendo, que tanto para la sociedad de consumo, como para su economía moral, es un producto exclusivo y bajo ciertas particularidades promovidas por su origen particular. Por lo cual, sobreexplotarlo puede acarrear consecuencias en la conservación del conocimiento y en la continuación de la tradición y las costumbres que han protegido por generaciones.

Asimismo, el capítulo muestra como los campesinos tienen como actividad primaria la agricultura de subsistencia, ello no impide que sean capaces de llevar a cabo otras tareas, como la producción mezcalera; que formaría parte de lo que se conoce como "mercancías subalternas". Bajo esta peculiaridad, los campesinos soltecos cuentan con cierta independencia: invierten poco capital y entregan su fuerza de trabajo que la distribuyen en sus ratos libres, de modo que no perjudiquen sus labores agrícolas cotidianas y no los convierta en dependientes del tiempo de los procesos y ritmos del mercado cultural.

Se profundiza sobre la red discursiva local que impera en la cotidianeidad solteca. Los códigos y símbolos restringen la libertad de acción tanto de palenqueros como de consumidores locales. Paralelamente, el capítulo muestra que la región está compuesta por una consolidada economía campesina que es regulada por el equilibrio de los bienes patrimoniales de los campesinos y la defensa y promoción de una economía de lo moral, que tiene su representación en cada una de las etapas productivas y de comercialización de los mezcales locales.

La moralidad del mezcal solteco no busca tener determinación en los factores externos que la repercuten o por voluntades alejadas de la discursividad que esta práctica, pero no puede evitar estar influenciada por símbolos estéticos, identitarios y de forma, que han venido construyendo el modelo de los mezcales artesanales. El mercado esta cooptado por la demanda mundial y por todo el *performance* de este tipo de bebidas que surgen en escenarios locales con profundo arraigo tradicional. Y cuyo propósito ha sido el de la maximización de las ganancias y la explotación de los orígenes locales.

Estado de la cuestión. El mezcal y sus trayectorias

Hablar del mezcal es profundizar en una de las bebidas emblemáticas de México, en la actualidad goza de un *boom* respecto a su producción, consumo y comercialización, no sólo en nuestro país, sino alrededor del mundo. Su origen se remonta a la llegada de los conquistadores europeos, quienes trajeron de Europa el destilador árabe; con el cual se comenzó a destilar los fermentos de agave, dando así origen al mezcal. Existen otras teorías que hablan acerca de la existencia del destilador filipino, el cual se introdujo a Colima a finales del siglo XVI, junto con la elaboración del licor de coco, el cual se adaptó para la destilación de los fermentos de agave. De igual manera, existen otras teorías que señalan que antes de la llegada de los europeos, ya se practicaba la destilación y se consumía el mezcal; solo que este se reservaba para consumo ritual y para las clases altas gobernantes. Es claro que no se tiene una certeza respecto a su origen, pero existen evidencias arqueológicas que demuestran el uso de hornos para cocimiento de piñas de agave en las unidades habitacionales de Xochitécatl- Cacaxtla 400 aC-200 d.C. Lo que demuestra la posibilidad de que ya para la época prehispánica se utilizara el maguey en la elaboración del mezcal; bajo esta misma mirada, los hallazgos de ollas de barro, que

presuntamente sirvieron para la destilación de los mostos (Colunga-García y Zizumbo-Villareal, 2009; De Gortari y Escamilla, 2009; y Serra Puche y Lazcano Arce, 2016).

Otro aspecto que debemos destacar en el entendimiento de los procesos productivos y de consumo del mezcal, es el referente al uso y manejo de las especies de agave. Al respecto, Jordan Galubov (2001), señala que las especies de la familia agaváceas y nolináceas están sufriendo problemas antropogénicos, entre los cuales están los siguientes:

a) La destrucción y modificación de los hábitats que son causados por la expansión agrícola, forestal y ganadera, el sobrepastoreo, la expansión de áreas rurales y urbanas, y la apertura de vías de comunicación.
b) El uso no sustentable de algunas especies. Resulta obvio que entre las especies silvestres que tienen algún valor económico, como sucede entre numerosos magueyes (Agave spp), sotoles (Dasylirion spp) sacamecate (Galibanus hookeri; Alanis- Flores et al., 2001) y palmas (Yucca spp), su manejo generalmente está basado en esquemas no sustentables, considerando que es un recurso que se produce naturalmente sin la intervención del hombre y con desconocimiento sobre su biología básica, por lo que con el tiempo el recurso es sobreexplotado provocando su inminente desaparición […] (Galubov, 2001:141).

Añadiría, la constante presencia de la industria tequilera, que, tanto en los valles centrales de Oaxaca, como en el distrito de Sola de Vega, acuden año con año a comprar la producción de agave mezcalero que ahí se cultiva. Es alarmante como el barrido que hacen afecta a la estabilidad ecológica de las especies; ya que estas son cortadas en cualquier momento de su etapa reproductiva. El impacto repercute en la reproducción de las especies endémicas del distrito solteco, esto tiene un doble efecto debido a que incentiva la instauración del monocultivo del agave espadín. Esta especie ha sido "encumbrada" por encima de las demás variedades de agaves en la zona por presentar un proceso de maduración más corto, es decir, tiene un desempeño biológico más conveniente en términos de su comercialización.

Bautista y Ramírez (2015), señalan el periodo de 1940 a 2010, como el tiempo de mayor intensidad respecto al transformación del agave como cultivo agrícola, siendo el distrito de

Matatlán la región que sustenta el 70 % de la producción total; lo que sin duda representa su principal actividad agrícola. No obstante, los campesinos y agricultores locales, han ido perdiendo la exclusividad en la producción, ya que en la actualidad son empresas especializadas, quienes se dedican a la reproducción del agave mezcalero o las propias fabricas productoras, quienes se concentran en la reproducción y manejo de la materia prima. Caso similar, ocurre en el distrito de Sola de Vega, dónde a pesar de que los palenqueros cultivan los agaves que utilizan para la elaboración del mezcal, dependen de la compra de agave proveniente de los Valles Centrales de Oaxaca o del propio distrito, cultivado por agricultores que se dedican casi exclusivamente a dicho al cuidado y reproducción de los agaves mezcaleros.

Los autores antes citados destacan a que a partir de 1990 comenzó el proceso de industrialización del mezcal, lo cual trajo consigo, el desplazamiento de los procedimientos tradicionales, obligando a los palenques a incorporarse a las nuevas fábricas de mezcal o ser apartados a los mercados locales. De tal modo, los pequeños productores están subordinados al control comercial que ejercen los intermediarios. El estudio, destaca que para la década de los años 80 comenzó una etapa de crisis, en donde el desabasto de maguey provocó la emigración de los productores hacia los Estados Unidos; ello aunado a la incursión de los industriales tequileros, quienes empezaron a comprar superficies enteras de agave mezcalero, menguando la capacidad reproductiva de las especies y debilitando especialmente a los productores más pequeños (Bautista y Ramírez, 2015).

Para dichos autores, la implementación del monocultivo es uno de los problemas más críticos para el equilibrio ecológico de los espacios agrícolas del agave, especialmente en Oaxaca. La alternativa que proponen es la asociación de cultivos, no solo de las especies de agave, sino de cultivos en general; fortaleciendo la riqueza del suelo y abonando en su capacidad

para cultivarse. En las distintas regiones de Oaxaca donde se produce mezcal, este se desarrolló con las especies endémicas, aunque en la actualidad y ante el aumento en la demanda del destilado, son variadas las especies empleadas para su elaboración.

Para Bautista y Ramírez, es de suma importancia estudiar el fenómeno de asociación de cultivos que se ha practicado en Oaxaca, pero que, en dicho momento de industrialización, ha sido sustituido por la implementación de un monocultivo como el agave espadín (*A. Angustifolia Haw*), como ya lo mencionamos la especie emblemática de la mercantilización mezcalera. En Sola de Vega no ha sido la excepción, en todo el municipio su cultivo se ha extendido y la producción de mezcal a partir de esta especie se ha tornado predominante en la región.

Pero si los procesos actuales de transformación de paisajes ocasionados por la demanda resultan en sí toda un área de estudio, otros aspectos aparentemente nimios como la etimología misma del agave, nos remiten a su singularidad y carácter en el mundo de las cosas, cosas que al cabo devienen mercancías.

Miguel Enrique Berumen (2009), registra que la palabra proviene del griego *agavos*, que significa noble, admirable, el cual fue utilizado por Linneo en la obra *Species Platarum*, a razón de las características de las plantas: después de producir inflorescencia- su único evento reproductivo en su vida, que puede ser muy grande y espectacular, prosigue su muerte. Además, menciona que las agaváceas, cuyo nombre genérico es maguey, forman parte de la familia de las monocotiledóneas, siendo endémica del continente americano; las cuales se encuentran en los límites de Canadá con Estados Unidos, hasta Bolivia, en Sudamérica. Sin embargo, 251 especies, es decir, el 76 % del total se encuentran en México. De las cuales, 177 especies son endémicas; Oaxaca es el estado con más riqueza agavácea, con 58 especies, 13 de ellas especies endémicas. De lo noble, admirable un estrecho paso a la planta de las maravillas identificada

por los primeros cronistas y herbarios de la Corona española. En el texto *Revisión del agave y el mezcal*, sus autores prestan atención al significado de la palabra mezcal, la cual dicen es el nombre genérico que viene del náhuatl *mexicalli* que significa agave horneado, es el nombre aplicado a la bebida alcohólica destilada, producida en muchas áreas rurales de México.

> […] el proceso de elaboración de mezcal se desarrolló recolectando y usando especies silvestres que forman parte de la flora natural de la región. Esto generó dos procesos contradictorios desde los puntos de vista socioeconómicos y conservacionista: por un lado, la selección y domesticación de especies para su cultivo agrícola; por el otro, la extinción de otras especies silvestres, fruto de la depredación provocada por los sectores sociales y económicos que incursionaron en la elaboración del mezcal (Bautista y Ramírez, 2015: 121).

En la condición de producir un bien agrícola, como el maguey, se comenzó a especializar el trabajo; no solo los pequeños palenques se convirtieron en fábricas de mezcal, sino que la reproducción de la materia prima dejó de ser una actividad exclusiva del productor, para formar parte de una cadena más amplia de actividad productiva.

En lo que respecta a la materia prima, en el 2014 el Consejo Regulador del Mezcal realizó un mapeo del inventario magueyero, dividido entre cada uno de los distritos que conforman la región del mezcal en el estado de Oaxaca, dando como resultado la siguiente tabla:

Distrito	**Total de magueyes**	**% distrital**
Tlacolula	13,456,069	47
Yautepec	11,966,407	42
Mihuatlán	1,381, 331	5
Ejutla	605, 423	2
Ocotlán	535,306	1
Sola de Vega	249,825	1

Zimatlán	179,963	1
Total	**28,374, 324**	**100**

Dichas cifras ejemplifican la importancia del distrito de Tlacolula en lo que respecta a la materia prima, que no solo satisface las necesidades de su propio distrito, sino que muchas veces se envía a otros distritos o estados del país. El distrito tiene su municipio más representativo en Santiago Matatlán. En contraste, tenemos a Sola de Vega, que ocupa el penúltimo lugar en cuanto a producción de maguey, solo superando a Zimatlán que es un distrito esencialmente comercial.

Huerta y Luna (2015) destacan dos tipos de producción; tradicional y semiindustrial; otros autores agregan el método artesanal como un tercer tipo, por cierto, presente en Sola de Vega. La forma tradicional de elaboración de mezcal consiste en la producción que respete los métodos tradicionales de la región, para el caso de los Valles Centrales de Oaxaca, mediante la destilación en alambique de cobre, para el distrito de Sola de Vega, mediante la doble destilación en olla de barro. La cocción generalmente es en horno cónico, alimentado con leña (carbón en algunos casos), las tinas para fermentar pueden variar, si bien se recomienda que el material de elaboración sea madera, actualmente en su mayoría se utilizan recipientes plásticos; la destilación es a través de estos dos métodos que he nombrado anteriormente y puede ser sencilla o doble. Por otra parte, la forma artesanal es en esencia fundamentalista, ya que busca que el proceso de elaboración respete la tradición y la esencia manual; es decir, acarreo de las piñas de maguey mediante mulas, burros o caballos; cocción con leña; machucado del mosto con mazo de madera o con tahona jalada por mula y doble destilación en olla de barro. Finalmente, lo semiindustrial, que busca convertir los pequeños palenques en fábricas de mezcal, que cuenten

con la capacidad operativa para producir mezcal durante todo el año, lográndolo gracias a la tecnificación de los procesos productivos: comprando grandes cantidades de agave para trabajar, o en algunos casos, siendo la propia fábrica capaz de abastecer su materia prima; mucha de la cual es fertilizada con potentes químicos; llevar el proceso de cocción mediante gas o vapor; fermentando en tinas de acero inoxidable o en recipientes plásticos; agregando acelerantes-fermentadores, para así lograr recortar los periodos de fermentación; además, el destilado se realiza en grandes tanques de acero inoxidable. Bajo esta modalidad productiva se cuenta con la capacidad de embotellar el mezcal, etiquetarlo y comercializarlo directamente; ya sin intermediarios que reduzcan la ganancia.

Huerta y Luna (2015) debaten acerca de la adaptabilidad del agave a zonas desérticas y semidesérticas. Lo que podría representar una dualidad entre las ventajas y desventajas que esto significa. Ya que, si bien se puede adaptar a gran número de territorios en el país, ello también implica que los procesos de creación de una agroindustria del agave mezcalero no tienen mayor interferencia que lo económico y administrativo, para poder establecerlos en determinadas regiones. Por otra parte, tienen una interesante discusión de concebir a las superficies cultivables, como una unidad de comercialización. En ese caso, detectan que, para el caso oaxaqueño, la mayoría de los campos agrícolas cultivables siguen siendo de propiedad comunal. Pero se plantean la realidad del aceleramiento agroindustrial agavero; lo que implica que, al industrializarse, la superficie se convertiría en una mercancía más; dominada por los impulsos del mercado.

El caso de Sola de Vega, se apega más a una mezcla entre el método artesanal y el tradicional, debido a que existen algunos palenques que siguen practicando la elaboración artesanal (especialmente en la comunidad de Gulera) y otras, en donde esta se mezcla con el

método tradicional; usando recipientes plásticos para fermentar y moliendo el maguey cocido con máquinas a gasolina. Respecto a la tenencia de las superficies agrícolas del maguey, estas son propiedad familiar, aunque existe una definición de las superficies cultivadas, cuyo dueño administra y hace uso de las matas producidas, que en su mayoría se encuentran dentro de los terrenos familiares que el padre heredó a sus hijos (as) y, por lo tanto, es común que repartan el trabajo en el palenque y/o que compartan parte del agave con el que cuentan. Bajo estas tres formas de producir, podríamos agregar un cuarto método, el ancestral. La forma ancestral se asemeja demasiado a la forma artesanal, solo que, a diferencia de esta, las reglas de operar y las herramientas que se utilizan están más definidas y el proceso sigue reglas más estrictas. El modo ancestral tiene que ver con el uso de especies endémicas; con hornos cónicos de madera de encino o sabino, tinas de fermentación de sabino o de cueros de animales; machucado con maso de madera y doble destilación en olla de barro. También se añade la composición de los mezcales bajo los métodos de carrizo y jícomate, que implica no solo un método seguro, sino además refleja la experiencia y el conocimiento que poseen los palenqueros. La existencia de mezcales caseros también forma parte de los mezcales ancestrales, especialmente porque estos se han venido trabajando por generaciones, siendo del gusto de los consumidores locales.

Por otra parte, Bautista y Ramírez (2008) sugieren que la continuidad de los cultivos agrícolas (incluido el agave) depende de los recursos económicos que provienen de la emigración, además de que la demanda de agave y la falta de trabajo agrícola en las regiones de Oaxaca, han ocasionado un fenómeno de mecanización agrícola y de tecnificación de los procesos productivos del mezcal. Consideran que una de las problemáticas que ahora enfrenta la producción de mezcal es el alto costo de la materia prima, es decir, del agave, insumos y fuerza de trabajo (Bautista y Ramírez, 2008: 449).

En este tenor, Larson, Valenzuela e Illsey (2007), nos comparten su análisis sobre las amenazas que enfrenta la familia de las agaváceas desde una perspectiva biológica y las necesidades de conservación de su germoplasma. Para ellos la industrialización está provocando que en los ecosistemas se produzca el

> Desmonte para establecimiento de monocultivos, es decir, cambio de uso de suelo; efectos sobre polinizadores debido a la baja densidad de inflorescencias; erosión y combinación del suelo por plaguicidas y herbicidas; reducción de la captura de agua por perdida de cubierta vegetal. Especies: pérdida de magueyes silvestres y domesticados por sobreexplotación y mal manejo; sustitución por monocultivos de *A. angustifolia* y *A. tequilana*; pérdida de taxa infraespecíficos por exclusión de cerca de nueve variedades de A. tequilana de la NOM 006-SCFI-1994 y, recursos genéticos: erosión de la diversidad de monocultivos; abuso de la propagación vegetativa por hijuelos y bulbilos y, cultivo in vitro de especies con reproducción sexual, exclusivamente (Larson, Valenzuela e Illsey, 2007:221).

No debemos dejar de recalcar, el impacto que está teniendo la incursión de los industriales tequileros en la región de Sola de Vega, quienes están depredando las superficies agrícolas del agave mezcalero; repercutiendo no sólo en la capacidad productiva de la región, sino poniendo en peligro la riqueza genética de las especies endémicas y la correcta reproducción de las especies cultivadas.

Desde una perspectiva historiográfica contamos con el estudio de León Diguet (2015) [1907], un antropólogo francés que recorrió los territorios del norte y occidente del país a principios del siglo XIX. Diguet nos dejó un estudio sobre la importancia histórica del uso de agaves y magueyes, tanto en la producción de pulque, como del mezcal. Explica las formas de producción imperantes en este siglo, los métodos y las herramientas que eran utilizadas. Un aporte valioso radica en su reconocimiento de que el mezcal se puede producir con casi cualquier tipo de magueyes y en cualquier parte de la diversa geografía del país. El trabajo de este antropólogo destaca en el contexto de la época marcado por evidentes prejuicios sociales que consideraban esta bebida como bebida de las clases trabajadores, de la “peonada”; aborda temas

varios como la genética de las especies de agave y el proceso de destilación utilizado en diferentes regiones. El autor, comparte entre sus notas, la capacidad valorativa que tienen los indígenas del mezcal, el entrenamiento de sus gustos para distinguir y apreciar los sabores, aromas de distintos destilados elaborados con esta planta y sus tenores alcohólicos:

> El mezcal tiene un contenido de alcohol de 50 a 55 por ciento; es un líquido perfectamente transparente, con un olor y un sabor epireumáticos bastante pronunciados y casi solamente pueden apreciar los indígenas. La fabricación de mezcal es considerable en toda la extensión del territorio mexicano; por decirlo así, es prácticamente el único aguardiente que se consume (Diguet, 2015:20).

En lo que respecta a la vida local de los mezcales, Cornelio Pérez, principal impulsor de la Logia de los Mezcólatras[1], oaxaqueño de nacimiento y por supuesto un mezcólatra consumado, argumenta a favor de la existencia de un gusto histórico respecto a los mezcales tradicionales:

> El gusto histórico se define como el conjunto de saberes, practicas, reglas y tradiciones creadas colectivamente a través de la historia, en una región o población y que establecen claramente cómo deben ser las gastronomías locales y, dentro de sus productos, los mezcales. Se podría decir también que es la construcción colectiva de los gustos a lo largo del tiempo, de donde surgen reglas de cómo deben saber y oler los mezcales, cómo deben elaborarse y cuáles son las pruebas de calidad a que deben someterse para que, en su lugar de origen sean considerados legítimos, buenos y sabrosos (Pérez, 2007:57).

En esta definición del gusto histórico del mezcal vemos una clara alusión a la bebida como una herencia, donde su valor patrimonial se inserta o bien forma parte de una cultura gastronómica específica. Y es precisamente este gusto histórico el que da sentido a los discursos que refuerzan la tradición de una elaboración artesanal que puede entrar en los circuitos comerciales sin demérito de su calidad y en favor de los paladares especializados

[1] Es una organización que nace para dar difusión y hacer del conocimiento publico el mundo del mezcal, especialmente en contextos urbanos. Sus objetivos son, promover el consumo serio, responsable e informado; ayudar en la construcción de una cultura mezcalera, en el México urbano y, contribuir en la comercialización y la creación de mercados y circuitos de consumo para el mezcal tradicional.

Sin duda el reconocimiento de los gustos del mezcal es una pieza clave para afianzar los procesos de comercialización del mezcal para el caso de los palenques que comienzan a vender fuera de dicho mercado local. La seguridad que provee el contar con la aprobación de los consumidores habituales, anima a los comercializadores a centrar sus ojos en aquellos mezcales con una trayectoria y prestigio ya comprobado e intentar convencerlos de industrializar los procesos en aras de lograr vender en el mercado nacional e internacional. El gusto histórico es entonces parte de esta comercialización cultural presente en el mundo del mezcal.

Respecto al proceso de internacionalización del mezcal Alejandra Martínez-Gándara (2008), nos brinda un excelente análisis sobre las aportaciones de cultura mexicana y sus productos locales en el mundo. Para ella, la cultura global es posible gracias a la yuxtaposición de ciertos aspectos culturales que entrañan valores ligados a la originalidad, autenticidad y el exotismo. En esta nueva cultura global, el mezcal se ha convertido en un producto que es asociado con la cultura mexicana; al consumirlo en otras partes del mundo se le relaciona directamente con una mexicanidad arraigada en las cualidades estéticas del producto, esto a pesar de que el consumidor no conozca a profundidad su origen y/o su etapa productiva. Martínez-Gándara registra que para el 2005, el Consejo Mexicano Regulador del Mezcal, declaró la producción de 457,324 litros de mezcal; y aunque su producción no se compara con el tequila, la producción se ha incrementado en la misma medida que las regulaciones se han hecho más rígidas.

La investigación de José de Jesús Hernández (2011) debate los asuntos relativos al paisaje agavero -particularmente el tequilero-, el patrimonio y la ecología política que se encuentra por detrás de la construcción de discursos sobre lo tradicional, lo auténtico, lo original. En esto observa una serie de procesos de desplazamiento y reinvención de la tradición, pues en

un sentido se trata de construcciones identitarias amoldadas y en consonancia con atributos culturales, geográficos seleccionados y no por azar. Por ello, hace mención que la producción del tequila, ha capturado la atención de gubernamental, específicamente de las autoridades jaliscienses y de la iniciativa privada. No por nada ha sido creada toda una infraestructura turística para dar cabida a la Ruta del Tequila.

En otra de sus obras, Hernández (2013) discute sobre la lectura del paisaje cultural aplicándolo a los símbolos del paisaje agavero, como artificios portadores de mensajes. Me parece relevante su análisis atento a las ideologías que imperan en una región, las cuales se anidan en un modo de producción que funciona en diferentes direcciones y que sirven como justificación para los movimientos que se hacen y las alteraciones que sufren las técnicas de producción. Tanto en esta obra como en la anterior, el autor, discute los aspectos políticos y los intereses comerciales que gravitan en torno a las denominaciones de origen. Esta es una pugna que habilita competidores, que crea y recrea identidades y modifica los paisajes culturales y genera valoraciones específicas.:

> […] las denominaciones de origen son una estrategia para el posicionamiento de marcas (*trademarks*) y de productos en el mercado mundial […] "lo propio", "lo elaborado a la manera tradicional", además de otros discursos y alusiones nostálgicas forman un añadido simbólico interesante en la presentación de esos productos que conjugan fases del proceso rústico con tecnologías modernas para acceder a nichos de mercado en escala global (Hernández, 2013:251).

Son estos discursos de la autenticidad, de lo tradicional, los que han venido a dar un giro respecto a la nueva dinámica de producción, comercialización y consumo. Sin embargo, no solo basta con hacer uso de dichos discursos, existe toda una ingeniería del *marketing cultural*, que permite que estas mercancías se coloquen a un nivel de mercadeo global.

De tal modo, se establece una relación dependiente entre el consumo y el consumidor; un aparato técnico (en este caso del mezcal) que imprime el ritmo y el contenido del mercado; entre ellas la creación de la necesidad por un producto específico:

> La publicidad y el marketing son, pues, muy eficaces en sus esfuerzos de persuasión, y ello se debe también a que los consumidores están ahora tan lejos de la necesidad material, que ya no saben que quieren. […] El marketing y la publicidad desempeñan, en efecto, una decisiva función de conexión entre la producción y el consumo, y se caracterizan, en general, como un sistema altamente especializado, con sus normas y principios de funcionamiento, dedicado sobre todo a la elaboración simbólica y a la difusión de imágenes orientadas a conquistar la mayor cantidad posible de consumidores (Sassatelli, 2012: 112-113).

Como parte de la globalización cultural, debemos observar el papel del consumo cultural actual y la innegable realidad de que vivimos en una sociedad del consumo. Aquí hay que destacar la importancia del conocimiento en la creación del valor de las mercancías. La primacía del valor de cambio sobre el valor de uso; en la operación continua de crear necesidades al consumidor y de proporcionar el mercado idóneo para mover esas mercancías. El mezcal se volvió la mercancía ideal ya que, dentro de su nivel de alcance, propicia un retorno a los productos artesanales, aquellos de exclusividad y tradición, aquellos limitados pero deseados globalmente; aun en los lugares del planeta en los que hace apenas unos años, no tenían idea de que existía, ahí ha trabajado el marketing cultural, haciendo que el mezcal tenga cada vez mayor presencia en distintas partes del mundo.

Uno de los estudios que abona al tema es el de Rogelio Luna (2007), quien nos habla de la economía y la estética del mezcal. Para el autor la estética es un valor por excelencia en el mercado globalizado. Para el mezcal, dicha estética se refleja en las producciones limitadas y exclusivas, en las numeraciones de los lotes, en los datos geográficos de origen del mezcal, el nombre del productor y el tipo de especie utilizada, así como en el diseño de la botella. Luna,

aborda un momento del proceso de comercialización, del que pocas veces tomamos tiempo en analizar a detalle, pero que representa una de las fases más importantes para el éxito de una marca (no precisamente de la calidad de la mercancía ofertada). Para el autor, se emula la mercadotecnia de obras de arte como las serigrafías, lo que sin duda incentiva el consumo a un nivel de consumo cultural. Aunado a ello, debe existir un buen discurso por parte del comercializador, que evoque a la cultura local donde surge el mezcal, exaltado en la mayoría de los casos los significados locales de la bebida y construyendo así una narrativa particular de su mezcal.

Por otra parte, y bajo una mirada distinta, está el trabajo de Canizales Romo (2008), quien se enfoca en las haciendas y ranchos mezcaleros en Pinos, Zacatecas, durante el periodo de 1890-1930; resulta interesante por su modo de aproximarse a una actividad productiva a través de la dinámica socioeconómica de dichos espacios productores de mezcal. Además, detalla el análisis en las relaciones sociolaborales que permiten el funcionamiento de las haciendas, las cuales, a su vez, dependen de la producción del mezcal. Otro punto que debe resaltarse, es el interés de autor por la política fiscal durante el porfiriato, de la cual menciona: que para el año de 1892 establecía el cobro de una cuota por litro de alcohol producido, dependiendo de su graduación.

> El cobro por litro oscila entre dos y cuatro centavos. Esta disposición obliga al productor a rendir informes mensuales a la tesorería sobre los montos de la producción de cada fábrica y llevar una contabilidad rigurosa en la producción y venta. Tasar los impuestos con base en la cantidad de litros producidos era una medida poco ventajosa para los productores, puesto que implicaba un control más estricto y un aumento en las cuotas proporcional al incremento de la producción. Este sistema fue retomado después de la revolución (Canizales, 2008: 144).

La cita es pertinente, debido a la comparación que podemos hacer con la actualidad de la producción del mezcal. Para el caso de Sola de Vega, se registra un aumento en la producción del mezcal semi-industrial; no obstante, este no llega a representar una muestra significativa, debido a que de los 13 palenqueros (productores) que visité, solo tres forman o han formado parte del proceso de certificación de su mezcal. No obstante, este número presenta una oportunidad para explorar el crecimiento de los mezcales certificados y las repercusiones que estos tendrán en la economía local del mezcal; tanto en su calidad, en su mercado y en sus prácticas asociadas a la vida social de las comunidades en donde se produce. Respecto a los impuestos asociados a su producción, esto sólo aplica para los mezcales certificados, los cuales pagan impuestos por el valor y por la producción. De acuerdo con el Centro de Estudios de Finanzas Públicas (CEPF), las bebidas alcohólicas como el mezcal, deben pagar un Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS); se establece en el artículo 2°, Fracción 1, inciso A, que están obligados al pago del impuesto los actos o actividades relacionados a la enajenación de cervezas y bebidas alcohólicas, para el caso del mezcal: con graduación alcohólica de más de 20 G.L. un impuesto del 53 %.

Al respecto, Esperanza Cárdenas y Jorge Hernández-Díaz (2016) señalan: […] el mezcal fue añadido al artículo 2 de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, para obligar a liberalizar a las unidades domésticas productoras de mezcal, las cuales dejarían de fungir como dispositivos sociales para considerárseles núcleos económicos (DOF, 1980). De aquí es donde surge el inicio de la contribución al erario con el impuesto que he comentado anteriormente, del 53 %.

De igual forma, existe una afiliación y certificación del mezcal que produce el palenquero, el cual debe realizarse a través de Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal

(COMERCAM), dicha certificación tiene duración de un año, con la posibilidad de la renovación. Solo con la existencia este sello y el membrete del SAT, puede ser comercializado el mezcal embotellado; por lo regular es la empresa comercializadora la que se hace cargo de los gastos de certificación, ya que, de otra forma, sería casi imposible para los pequeños productores gestionar los gastos que esto implica. Respecto al cambio en el proceso productivo y a las ventajas o desventajas al tener un mezcal certificado, estas son amplias, pero tiene especial énfasis en lo que respecta a las etapas que deben cumplirse y en los pasos sistematizados a ejecutarse, entre los cuales están:

- Registro sobre los lotes de agave con los cuales cuanta el palenquero (número y nombre de especies);
- Fecha de corte, machucado; inicio y final del proceso de fermentación y destilación;
- Personal que trabaja en cada una de las etapas productivas;
- Números de tinas de fermentación y material de estas;
- Aunado a este punto, habrá de detallarse los materiales/herramientas utilizadas;
- El número de lotes que se obtuvieron;
- El rendimiento por tina de fermentación;
- Detallar el proceso de comercialización: venta a granel o embotellado;
- Además de precisar los datos de quien lo compra y para que mercado está destinado;
- Aunado a estos puntos, se requieren los sellos del SAT y del COMERCAM.

Si bien los requisitos no son sencillos, parece ser que cada vez irá aumentando el número de mezcales certificados, especialmente porque les da a los palenqueros la oportunidad de vender su mezcal embotellado; aumentando las ganancias y borrando de la ecuación a los intermediarios.

Abonando a la discusión, el texto*: Diagnóstico de la cadena de valor mezcal en las regiones de Oaxaca* (2016), realiza una interesante reflexión acerca de los problemas que presenta el sistema producto maguey/mezcal, del cual uno de los más influyentes es el de la desarticulación de sus eslabones en la cadena productiva, cada uno de ellos tiene una lógica de desarrollo propio sin conexión entre ellos. Para los autores, los productores de la materia prima y los palenqueros son los eslabones más vulnerables y menos atendidos por política pública. Estos eslabones necesitan precios de garantía, pagos por adelantado de sus cosechas y sus lotes, condiciones de seguridad laboral, insumos y herramientas para su producción. Además, necesitan de contratos claros y de precios de certificación más accesibles. Mientras que el eslabón de los comercializadores y vendedores necesitan que se les reduzca la carga fiscal y se les catalogue como industria que otorga un beneficio social al tener convenios y precios justos con magueyeros y palenqueros. Sin embargo, considero que al menos la sugerencia que proponen para este último eslabón, es un poco plana, ya que no considera que parte de estos comercializadores practican algo que no tiene nada que ver con el comercio justo. Además de que los ingresos que se reciben por la venta de los mezcales, nunca benefician de manera directa a los palenqueros ni a sus familias, como tampoco a las comunidades en donde surgen dichos mezcales.

La creación de marcas colectivas o de organizaciones de palenqueros, parece ser una solución que contribuiría a contrarrestar esta problemática. Sin embargo, el ejemplo de la cooperativa que opera en una comunidad de Sección Cuarta, ha demostrado que esta aparente solución tiene sus limitaciones si no se resuelve el asunto de la distribución y se establecen los medios y los canales adecuados para dar salida a los lotes locales que se producen.

Por otra parte, José Hernández, comprende una valoración a contracorriente de los procesos comerciales y que se destaca por su sentido social. Los alimentos y bebidas que forman

parte del patrimonio cultural de un pueblo, de una región pueden tornarse herramientas, instrumentos a favor y no contra ellos. En ese sentido las denominaciones de origen (DO) pueden formar parte de procesos vindicativos de conocimientos y prácticas que claman por su conservación y posibilidad de reproducción aun bajo las presiones que ejercen los mercados globales.

> En los últimos 10 años el fenómeno del mezcal ha atrapado la atención, porque comenzó a experimentar una interesante articulación en los mercados globales, pues si bien ha seguido los pasos del tequila, por otro lado, el olor a "rusticidad" y conexión con la matriz indígena, que significa una dimensión ritual, producción en pequeña escala, cuidado con la naturaleza, son un contraste que deja en la sombra al tequila ya de plano identificado con procesos industriales (Hernández, 2016: 4).

El hilo argumentativo del autor, puesto que no hay un origen claro y único del mezcal, todos los orígenes, relatos y procedencias son legítimos desde el punto de vista de la creatividad y la tradición, la cual se encuentra en diálogo y cambio permanente. Es la diversidad local, regional en los procesos de elaboración del mezcal y no la homogeneización, la que conviene destacar en esa tensión generada por los mercados, el turismo y los significados.

Otros autores que retoman la discusión del mezcal bajo el enfoque de la mercantilización son Worthen; Hernández-Diaz y Curiel (2016). Ellos prestan atención al diseño de las etiquetas empleadas en las botellas del mezcal, a partir de las cuales se introduce un elaborado discurso gráfico, visual y verbal o discursivo que tiende a crear un vínculo estrecho entre quienes producen y quienes consumen dicha bebida. Se trata, ante todo de la construcción de un valor social dirigido a un público fuera de las comunidades donde se produce (Worthen et al., 2016:27).

Tal reflexión es necesaria en el estudio del mezcal, ya que parte de lo que pretendo del análisis, es discutir sobre la autenticidad de una bebida nacional y sobre la construcción de dicha

autenticidad en su trayectoria como producto y en su trayecto dentro de cadenas de consumo. Worthen *et al*., señalan que dicha autenticidad se ve formulada a lo largo de la cadena de valor, en donde ocurre una transacción de atributos identitarios. Su propuesta retoma, aunque no de manera explícita, el planteamiento de Appadurai sobre la vida social de las cosas, pues la identidad es un juego de mediación inserto en los procesos de transacción mercantil.

La autenticidad asignada a los productos es una representación en buena medida negociada entre productores, intermediarios y consumidores. En esto, una parte importante del consumo energético se destina a la fabricación de la imagen; y no porque el producto en si no tenga condiciones de competir, sino porque ciertas condiciones y atributos son indispensables para poder competir en el mercado, (Worthen, et al., 2016: 27). Por ello es importante trazar una trayectoria del producto y como los agentes que participan de ella, van asignándole autenticidad y ratificando dichas cualidades en su comercialización y consumo. Worthen *et al* conciben su propuesta como una especie de revisión del contexto de producción y la historia del producto, lo cual le da sentido de pertenecía a quien produce y a quien consume; se habla, entonces, de identidades y narrativas que se decantan bajo el argumento del lazo de solidaridad intercultural. Si estuviéramos bajo el paraguas del análisis del discurso podríamos decir, que la interculturalidad, funge hasta cierto punto como marco discursivo central, pues el marketing no está dirigido a todo el público, sino que está destinado a capturar la atención de un público en especial (Guzmán, 2013).

Continúan en la misma veta, pero con otros matices Cárdenas y Hernández-Díaz (2016). En el título de su artículo *¡Ay mezcal, me volviste a dar! Experiencias hedonistas para el consumo de una bebida destilada del agave,* anuncian el despliegue de la bebida en tanto

mercancía-mundo que ya han hecho notar otros autores; ellos insisten, aun sin desarrollar del todo, lo que para mi estudio es una prioridad: seguir la trayectoria de vida del objeto-mezcal.

Hablar de una cultura del mezcal puede resultar un exceso, pero justo ahí donde un producto irrumpe el ciclo de reproducción seriada, los públicos mezcaleros se recrean e instituyen en un tipo de subcultura con sus valores y referencias cuasi mitológicas (Cárdenas y Hernández, 2016:179). Aquí los iniciados deben pasar por ciertos rituales de iniciación, recibir orientación de los sabios conocedores y quizás como yo mismo ir hasta la médula del consumo comunitario.

El consumo de mezcal puede asumir formas más o menos sacralizadas, más o menos profanas, pero ante todo el consumo viene en una trama narrativa que conduce a un reencantamiento o recuperación de la vida en el campo, de la vida perdida en las urbes. En ese sentido el consumo se realiza de forma mistificada; bebida que congrega un cúmulo de signos contradictorios (Baudrillard, 2009).

Incluso existen procesos de personalización en el mezcal que buscan incentivar su comercialización a través de la creación de ideas sobre su consumo, como parte de una identidad propia de consumidores informados y decididos: Los procesos de personalización se expresan a maneras de servicios concentrados en imágenes en tiempo real que desvinculan al mezcal de su efecto embriagador y de su referente viciado para formularlo como un goce legítimo (Cárdenas y Hernández, 2016: 181).

Por todo lo anterior, en este trabajo voy a trazar la trayectoria social del mezcal y su capacidad de agencia para influir sobre las relaciones sociales de las comunidades en donde se produce, para determinar la dinámica de su proceso de comercialización y entrecruzar las

trayectorias de vida de los propios palenqueros (productores). De tal manera, el mezcal ha adquirido nuevos significados que sirven de retórica en el proceso de su comercialización. Es así como el tema principal de esta tesis es demostrar que a pesar del proceso de comercialización cultural que experimenta el mezcal solteco, su auge global y los esfuerzos de comercializadores y autoridades por industrializar su proceso, el valor de uso que tiene el mezcal sigue siendo mayor que su valor de cambio, rompiendo con toda lógica comercial, se sigue consumiendo socialmente y su importancia local subyace a la comercial.

Entiendo que las narrativas de tradición y resistencia han sido hasta cierto punto drenadas por las lógicas de diferenciación consciente que van de la mano de su conversión a mercancía, lo que favoreció no sólo una distinción tácita con el tequila, sino la potencialización de sus transacciones comerciales, al convertir los atributos simbólicos de la tradición y la resistencia en atributos consumibles (Cárdenas y Hernández 2016: 198). De tal modo, se ha venido conformando una contracultura que busca instaurar arenas de consumo basadas en la exclusividad. Cada día, el mezcal solteco tiene mayor consumo en el mercado nacional y poco a poco ha ganado terreno en el mercado internacional. No obstante, en la mayoría de los casos, esta dimensión escapa, pasa desapercibida o simplemente es desconectada en la labor cotidiana de los palenqueros, quienes producen según la *tradición* y todo el tiempo tratan de eludir las reglas de los comercializadores.

> […] estamos ante una reformulación ideológica basada en la economía de las cualidades que, a través de generar apegos simbólicos con el consumidor, simula una conciliación entre las desigualdades sociales y trata de evitar, en la medida de lo posible, que se anule el hedonismo como base de las transacciones comerciales. La cultura del mezcal descubre sólo una de sus aristas, aquella que argumenta que la asignación de sentido se realiza únicamente por medio del consumo, ya que su principio hedonista de realización personal funge como principio de libertad, en la medida en que se entiende que se es libre para elegir dentro de la gama de producciones que participa en el mercado (Worthen et al., 2016: 217).

Ya casi en la última fase de redacción de la presente tesis, mi director puso a mi disposición el breve pero interesante estudio: *La raicilla. Herencia y patrimonio cultural de Jalisco* (2015), cuyos artículos sugieren el estudio de una bebida emblemática, a través del conocimiento de su origen; su análisis histórico como actividad productiva; sus procesos históricos y culturales en torno a este agave singular y el estudio y mantenimiento de una tradición. Dentro de la obra el texto de Angelica Navarro Ochoa: "Representaciones sociales de un oficio. Raicilleros de la región Sierra Occidental en Jalisco", llamó mi atención dado su interés por entender las representaciones sociales del oficio, la producción de mezcal raicilla (*Agave Maximiliana Bake*), bebida opacada pero bien valorada en la Sierra Madre Occidental. La autora, como es mi caso, presta atención al oficio palenquero y con ello logra entender la relación de dicha bebida con las fiestas, el gozo y la tradición. Aunque no se llega a la misma función social comunitaria que yo observo en Sola de Vega, en este caso también hay una función social que se han mantenido a lo largo de varias generaciones, formando parte de su patrimonio biocultural.

Las discusiones sobre el mezcal encuentran un punto máximo de tensión en torno a las implicaciones asociadas a la obtención de las denominaciones de origen. Las DO pueden, en un sentido positivo, facultar a las comunidades en la gestión de sus creaciones originales, poner cierto límite a los procesos de copia, piratería, clonación, puede incluso ser una herramienta que fortalezca las estrategias de reproducción y sobrevivencia de diferentes sectores rurales en México y todo el mundo (Navarro, 2015: 140). Sin embargo, no hay nada que impida el control de las DO por parte de los sectores empresariales. Hoy podemos decir irónicamente que el tequila es británico, pues una de las marcas comerciales más famosas de tequila, Don Julio, es

parte del consorcio Diageo, una de las empresas trasnacionales más importantes en el mercado de bebidas embriagantes.

Qué duda cabe respecto a los favores comerciales otorgados a una droga (el alcohol) que ya pasó las pruebas del prohibicionismo y ahora se decanta y distribuye mejor que el petróleo por los oleoductos del planeta tierra. La droga alcohol puede servir en una historia colonial, decolonial y neocolonial (Quijano, 2004). Los antecedentes todos los conocemos, son familiares, barriales, de clanes, linajes; ocupan regiones y urgen reflexiones cuando se asocian a la violencia endémica que socava los horizontes cuando la esperanza aun es lo que queda.

Voy cerrando esta revisión de lecturas que han acompañado mi itinerario desde que interpreté que el mezcal es bueno para pensar, como Marvin Harris (2011) diría de la comida. Quisiera entender la condición obligada en la reflexión académica para seguir ciertas formulaciones y líneas de discusión. Pensar en el mezcal es una consecuencia de su circulación social como mercancía, símbolo, imagen, discurso y *agua de fuego* que fenomenológicamente atrapa y hace decir, saca a relucir, conecta y comunica a las personas con ellas mismas y a ellas con su medio ambiente, los no humanos -insistencia de mi director que incorporo a medias.

Pocos investigadores se han comprometido en estudios de largo plazo o que en el corto hayan querido deducir las implicaciones culturales, históricas del consumo de una bebida alcohólica conocida como mezcal. La discusión actual lleva dos sesgos, uno es cultural y el otro ecológico. En el terreno cultural, lo que me interesa es la certidumbre de los palenqueros, mis informantes principales – diría amigos por la confianza mutua- para realizar su oficio a pesar de los ruidos del ambiente "externo", las modas y fluctuaciones del mercado. Ellos me explicaron hasta que entendí: se deben a su oficio y no al mercado. Respecto a lo ecológico, entendí la conservación de la biodiversidad como reproducción y cultivo de los gustos. Y los gustos como

simetría y acompañamiento de la diversidad de especies de agaves. Este es mi tema. La experimentación se realiza en el laboratorio local, el palenque es el laboratorio local de los gustos y sabores. Estos laboratorios se juzgan y legitiman bajo los principios del paladar. El paladar, un órgano que se entrena y ajusta al ritmo y a las historias demuestra su capacidad intuitiva, heterotópica -sueños y realidades que superan lo normativo-, para destapar y hacer visibles, viables formas de reencuentro social. El *marketing* se apropia de algo, pero no del todo, no de la semilla, no de lo que contiene el sentido comunitario.

La revisión bibliográfica que he presentado nos lleva a considerar ciertos sesgos y limitaciones. Es importante y necesario reconocer la economía del mezcal dentro de los canales de comercialización, su ecología presionada por las exigencias del mercado, así como las fuerzas que contribuyen para su producción y domesticación, es decir, su entrada "triunfal" en el mundo de las bebidas alcohólicas, en el segmento de bebidas exóticas (Hernández, 2016).

El texto de Mauricio Guzmán (2014), nos recuerda el carácter histórico de las regiones mezcaleras en el norte del país, específicamente en San Luis Potosí, y su reactivación en el contexto de la mezcolatría (la moda por el mezcal). Aunque no muy reconocido, el sistema latifundiario de las haciendas potosinas gozó y aprovechó las excelentes condiciones climáticas para sostener hasta principios del siglo XX una producción semi-industrial, que luego entró en crisis con los cambios socio culturales acarreados por la reforma agraria. Esta condición semi-industrial o francamente industrial en la producción de mezcal, opaca y tiende a ocultar los repuntes y las valoraciones sociales, locales sobre la bebida (Guzmán, 2014:190).

El mezcal está presente en diversas regiones del país y aunque su estudio se ha concentrado sólo en ciertas regiones, esto comienza a cambiar. La tesis de Rafael Damián (2009) titulada: Atiztatzin. *El mezcal en la cultura popular de la Región Centro de Guerrero: consumo*

y producción cultural, es una interesante propuesta de situar al mezcal guerrerense como parte de una cultura popular, que se contrapone cotidianamente con una cultura oficial, la cual se ha impuesto sobre la primera. La investigación de Damián es valiosa porque centra su interés sobre procesos que tiene que ver con la sociabilidad de la bebida y con su aspecto cultural; la construcción de una cultura del mezcal. Para Damián, el mezcal está ligado cotidianamente a las condiciones de la vida material, a las fiestas, al espacio doméstico y a las prácticas curativas y rituales que ahí se practican. Para el autor, el mezcal forma parte de la identidad cultural de los guerrerenses. Entre sus conclusiones más notables destaco, el carácter heurístico, de la bebida cuyas raíces en la tradición pueden ser apropiadas y usadas para nutrir discursos de una supuesta identidad regional.

Al igual que en mi tesis, Damián es testigo del nivel de mediación que juegan los agentes del mezcal, respecto a sus formas habituales de consumo y comercialización y el creciente interés privado y gubernamental por reavivar su producción y encontrar en ella una herramienta política de promoción y difusión cultural. La investigación de Damián es muy pertinente y en buena medida corre paralela a las cuestiones que he planteado en el presente trabajo de tesis. Sin embargo, algo que puede opacar la reflexión es el titubeante dilema entre lo tradicional y lo moderno, en especial si no se concede atención a los aspectos culturales que definen la frontera desde una serie de valoraciones fuera de las especulaciones mercantiles. En términos generales, la producción y consumo del mezcal experimental un proceso de expansión. De acuerdo al COMERCAM, México cuenta con cerca de 330,000 hectáreas de agave en explotación, propiedad de 9,000 productores. Para el año 2014 el número de marcas registradas ascendió de 130 (2006) a 362, con una producción de mezcal que aumentó un 48 % en los últimos tres años. Según las estadísticas dadas a conocer por este organismo, para el año 2015, existían 526

asociados al Consejo; 494 productores de mezcal y 301 productores de agave. De acuerdo a este promedio, Oaxaca es el estado con mayor producción, 93.7 % del total nacional. Del 2005 al 2014, ocurrió un aumento sustancial de la producción del mezcal, con un 242 %, siendo un total de 924,686 litros de mezcal; esto sin contabilizar los mezcales y palenques que no están registrados, lo cual nos anima a suponer una cifra superior (Pérez et al., 2016). De acuerdo al Consejo Regulador del Mezcal, para el año de 2019 la producción de mezcal fue de aproximadamente 7.4 millones de litros, que significó un aumento de 30 % respecto al año anterior. Sin embargo, dicha cantidad en su mayoría fue para exportación, ya que el 63.17 % salió del país con un valor de mercado de 5,433 millones de pesos, mientras que el mezcal que se comercializó en el mercado nacional, representó el 36.82 %.

La revisión de estos trabajos me ha permitido realizar un mapeo de las problemáticas del mezcal que más han interesado a los investigadores principalmente de las ciencias sociales, aunque es notoria también una preocupación en términos de conflictos y ecológicos. A partir de estos estudios encuentro reiteraciones y preocupaciones comunes. La constante parece ser las presiones que ejerce el mercado para resaltar la importancia de su valor de uso por su valor de cambio. Los debates se mueven entre lo que se puede considerar una economía política y una ecología política de la bebida mezcal; una manera de sintetizar esto nos llevaría a entender y problematizar los procesos de concentración de la producción, el desplazamiento de ciertas especies de agave de acuerdo a criterios mercantiles, la concentración de beneficios y la insoluble contradicción entre métodos tradicionales e industriales de producción de la bebida mezcal.

La existencia de este producto en un lugar como Sola de Vega, Oaxaca, no sólo demuestra parte de una herencia arraigada en el colectivo social de una comunidad; la

producción, consumo y comercialización del mezcal es el eje económico de cientos de familias de la región y aun de acuerdo con esta preponderancia su significado no se agota en lo económico, pues alrededor del mezcal se tejen las interacciones sociales que parecen dar sentido cultural pleno a la comunidad.

Las especies de agave que se utilizan para la elaboración del mezcal cuentan con ritmos propios de maduración, lo que determina la trayectoria social del mezcal, de quienes lo producen y de quienes lo compran y consumen. De tal modo, tenemos el reto de demostrar la capacidad de agencia por parte del mezcal, como actante dentro del entramado de las relaciones sociales y comerciales. Habré de ser cuidadoso en trazar una trayectoria propia de la bebida como un objeto, pero además mostrar las contradicciones que subyacen entre el estatus de lo artesanal y lo industrial.

Planteamiento del problema

Debería admitir los ángulos y linderos de mi investigación a partir de las temáticas enunciadas en los trabajos citados en mi estado del arte. Creo que mis preocupaciones aun cuando derivan directamente de la experiencia en campo -de la experiencia de la observación etnográfica-, no se alejan mucho del planteamiento de los autores que me anteceden y que son mi referencia e inspiración. Villa Sola de Vega, Oaxaca, es la región elegida para llevar a cabo esta investigación, debido a que representa una de las regiones mezcaleras más importantes del país donde aún podemos encontrar productores (palenqueros) que sigan trabajando el mezcal bajo la etiqueta de lo ancestral, razón de que sea uno de los espacios con mayor proyección de

crecimiento económico y mayores posibilidades de expansión de su actividad productiva mezcalera; aumentando el número de sus palenques y con esto, los lotes producidos.

No pretendo centrar mi análisis, en el consumo hedonista del mezcal, sino en la capacidad de este de desenvolverse en distintos espacios y orientarse en diversos tipos de mercados; analizando su trayectoria de vida podremos comprender no solo su proceso productivo, sino el universo de su mercado y el papel que juegan los palenqueros (productores) dentro del entramado de relaciones de comercialización y consumo.

Mi propuesta se sitúa, reconoce los nuevos requerimientos y presiones del mercado global y el inminente cambio de los procesos productivos; los palenqueros y las comunidades productoras se han visto obligadas a tomar posición frente a dos maneras de comprender la realidad de una actividad productiva. En esta tesitura y de acuerdo con este contexto me interesa entender: la visión de la comunidad y el palenquero más apegada a la importancia del valor de uso del mezcal y su acción social en las comunidades y la región solteca; la de intermediarios y comercializadores, que destacan su valor de cambio por encima de su economía moral y ven en la producción del mezcal un negocio altamente rentable, buscando así explotar sus cualidades culturales y su identidad particular, para propiciar un consumo cultural. En los lugares donde funcionan los palenques parece haber una fuga o una obcecada forma de eludir la penetración del capital. No obstante, la decisión para mudar el perfil productivo del negocio está permanentemente asolando la conciencia de los soltecos. Mi pregunta de investigación, entonces, se centra en los cambios y las resistencias:

¿De qué manera los procesos de comercialización y consumo cultural, han venido a (re)configurar la economía moral del mezcal solteco?

Para dar respuesta a dicha pregunta de investigación, he formulado otros objetivos específicos, que buscarán servir de vehículo para llegar al camino de la respuesta general que busca esta investigación:

- Analizar y definir a la región mezcalera solteca.
- Describir y analizar el proceso productivo del mezcal.
- Comprender el conjunto de conocimientos relacionados con la producción del mezcal.
- Definir y analizar la comercialización y consumo cultural del mezcal solteco.
- Describir las trayectorias de vida de los palenqueros y trazar la vida social del mezcal solteco.
- Definir y profundizar sobre la economía moral del mezcal solteco y sobre su capacidad de agencia
- Debatir sobre el valor de uso y el valor de cambio en el mezcal y,
- Analizar el papel mediador de los palenqueros, frente a la conservación de la tradición y embate de la transformación de la actividad con miras a su industrialización.

¿Por qué y para qué hacerlo?

En principio porque lo considero un tema relevante para la antropología, ya que pretende conjuntar distintos niveles de análisis implicados: lo económico, lo social, lo cultural y lo político, a través de la metodología del trabajo etnográfico y de las experiencias recabadas durante el campo, pero, además, en la abstracción de los conceptos teóricos que forman parte de esta investigación.

Hasta el momento, la región solteca no ha sido estudiada desde la mirada antropológica, ningún trabajo se ha preocupado por la comprensión de los procesos sociales que acompañan a una actividad productiva artesanal, tampoco por el conocimiento de la vida social de una mercancía, ni por sus implicaciones sociales al interior de sus comunidades productoras y en la región en donde surge y se consume. De igual forma, también existe una ausencia sobre investigaciones que centren su objetivo en el análisis del papel de los palenqueros en la producción y comercialización tanto del mezcal artesanal, como de aquel que se elabora mediante métodos ancestrales, -planteado en esta investigación-, a través de su papel mediador entre dos discursos; el de las *mercancías sociales* y artesanales y el de la industrialización de los procesos y, en la comercialización cultural de las mercancías locales.

No obstante, el lector encontrará en esta tesis una maleabilidad respecto a la elección del sujeto de estudio, ya que a pesar de que el mezcal es el objeto principal de investigación, no es el único, sino que también están los palenqueros (productores) y las comunidades en donde este se produce. Mi objetivo es lograr conjuntar el análisis de estos tres factores de manera que podamos situar al mezcal en su justa dimensión: como un objeto mercantilizado, como un producto local, como un destilado nacional, como un "actante" en las relaciones sociales soltecas, como una mercancía cultural en flujo constante de comercialización y, como un producto en transformación respecto a sus características y su proceso productivo. En términos generales, el mezcal solteco es un producto identitario, no se trata solo de la vocación productiva de una región como atributo exógeno, impuesto por actores ajenos. El mezcal forma parte del tejido social de Sola de Vega. Este es un hallazgo que vale la pena estudiar. Siempre como en el cuento de B. Traven, el oficio y la transacción que no se reduce a lo económico cuentan más por sus funciones en tanto dispositivos necesarios para la reproducción cultural. Esta condición

es asumida y plenamente ejercitada por los palenqueros y soltecos que cotidianamente resuelven las presiones del mercado.

Al ser un objeto de carácter y perfil mercantil, esta irrevocablemente ligado a un mercado específico, como un producto que emana de una cultura identificada con su existencia. En el marco de su identidad, el oficio de elaborar mezcal tiene en sus códigos morales y sus procedimientos que van mas allá de la técnica y la productividad. Así como en la región solteca, el mezcal ha venido construyendo y reforzando su propia economía; afianzando la misión de salvaguardar las tradiciones y ponderar el cumulo de conocimientos ancestrales.

La agresiva comercialización global del mezcal y la conservadora economía moral del mezcal, han aprendido a convivir con cierta independencia, sorteando las dificultades y las contradicciones que se plantean entre sí. El papel de los palenqueros ha mediado las trayectorias del mezcal y el actuar de dicha mercancía en las arenas sociohumanas donde se desempeña.

El enfoque analítico que propongo en esta tesis, es consciente y flexible en la asignación del objeto de estudio. Mas que interesarnos por cosas, estoy preocupado por comprender el desenvolvimiento del mezcal y sus agentes en las arenas de decisión política y en los mercados donde tiene participación. Aunado a ello, las disputas territoriales y las fricciones inherentes han favorecido la creación y consolidación de una identidad regional que ha dato notoriedad a las fronteras interiores, permitiendo que el conocimiento se mantenga a salvo, de la prelación del mercado global.

Capítulo 1

Región mezcalera, Villa Sola de Vega.

Contexto etnográfico

Este capítulo tiene el objetivo de introducir al tema del mezcal solteco y caracterizar a la población de estudio. El interés principal es lograr explicar la situación actual del mezcal en México, a través de un estudio de caso en el municipio Villa Sola de Vega, Oaxaca; la región ejemplifica la situación actual del mundo del mezcal y las nuevas dinámicas respecto a su producción, comercialización y consumo. De igual manera, caracterizar a la población de estudio, me permitirá mostrar los orígenes de una bebida como el mezcal y resaltar su importancia, no sólo como una mercancía comercial, sino como parte de todo un entramado de relaciones sociales y como actante de la vida comunitaria solteca. Su nivel de interferencia.

Villa Sola de Vega, cabecera distrital de 16 municipios del estado de Oaxaca, se encuentra en la sierra sur del estado. Cuenta con una superficie de 978.50 km2 a una altitud de 1,440 msnm. Con coordenadas: 16° 30’ latitud norte y 97° 59’ longitud oeste. El distrito se encuentra a 98 kilómetros de distancia de la ciudad de Oaxaca, con dirección al sur por la carretera federal Oaxaca-Puerto Escondido. Sola de Vega es además municipio del estado, haciendo colindancia con los municipios de San Francisco Sola, San Idelfonso Sola y Santa María Sola.

Su principal actividad económica es la agricultura de pequeña escala, aunque también existen familias dedicada a la cría de ganado bovino y caprino y, otras tantas al comercio de alimentos y de ropa; principalmente en la cabecera municipal. Además de los ingresos por

agricultura y por ganadería, las personas pertenecientes al distrito, reciben gran parte de sus entradas de las remesas que ingresan por parte de sus familias que residen en los EUA. Otra actividad para el flujo de ingresos es la siembra de marihuana y amapola, especialmente en la zona serreña del distrito: principalmente Sección Cuarta. Complementaria a dichas actividades, existe la producción y comercialización del mezcal artesanal, que, si bien en la actualidad no representa el principal ingreso económico de la región, si cuenta con el potencial para convertirse en la principal actividad económica de Sola de Vega; especialmente por el aumento mundial en el mercado por bebidas artesanales con características ancestrales.

Las familias campesinas dedicadas a la producción del mezcal encuentran en la realización de la actividad, una alternativa a sus economías familiares, especialmente porque se le considera un ingreso extra y, un trabajo que implica horas de servicio flexibles, dependiendo de sus otras obligaciones y compromisos adquiridos. En consecuencia, la producción del mezcal no se percibe como un "trabajo" en el sentido de la sistematización, la rutina y la entrega de objetivos y/o productos determinados, sino como una actividad donde se despliegan una serie de conocimientos transmitidos y transformados, en beneficio de la familia y de la comunidad a la que se pertenece. Además de ello, el palenquero recibirá una ganancia monetaria por la actividad desempeñada, lo que implica un ingreso extra a la venta de sus productos agrícolas, siendo esta una actividad que no lo compromete en horarios ni fechas para trabajar.

La pregunta que el lector verá reflejada en cada una de las reflexiones de esta tesis, es sobre si los objetivos de producción que tienen los palenqueros están cambiando y por cuáles están siendo remplazados. Es notorio, que la dinámica de producción y consumo se ha visto transformada, por la demanda global por los mezcales artesanales, acá la pregunta de fondo sería descubrir si las percepciones y los objetivos de los palenqueros también han ido cambiando.

Hacía que rumbo se han planteado el desempeño de su actividad, cuáles sus anhelos y hasta qué punto de desarrollo de la actividad quieren llegar, sin menoscabar sus características únicas.

Al iniciar el proyecto de investigación, no tenía ninguna referencia concreta de Villa Sola de Vega; existía un desconocimiento de las principales características poblacionales y económicas de la región. El primer acercamiento al lugar fue con el objetivo de descubrir la región y lograr identificar las comunidades productoras de mezcal. Al mismo tiempo, fui aprendiendo de las características socioeconómicas del lugar y asimilando la dinámica comunitaria presente, tanto en los propios habitantes y sus relaciones interpersonales, como en las relaciones y la interacción que se producía cuando un sujeto ajeno a su entorno empezó a formar parte de su vida cotidiana -empezó a preguntar por todo lo que ellos habían normalizado- creando así una reflexividad paralela.

En este sentido, esta investigación supuso un proceso continuo de construcción del sujeto de estudio; si bien mi objetivo principal es analizar la vida y trayectoria del mezcal, en el trabajo etnográfico se hizo evidente que no podía ignorar los factores que determinan la vida y existencia del mezcal. De ahí partí para estar reinterpretando mis objetos de estudio y estar (re) problematizando mi problemática; conforme acudía a la región y visitaba más palenques y convivía más con sus habitantes, nuevas preguntas se iban gestando, nuevas inquietudes sacudían mi cabeza, haciéndome replantear y en su caso, afianzar mis objetivos de investigación.

Ligado al objetivo de caracterización de la población de estudio, está el lograr explicar cuáles son los parámetros y las características que me permiten llamar al lugar, "Región mezcalera" es decir, definir en términos específicos cuales son las cualidades que le atribuyo al lugar para considerarle una región dedicada al mezcal y cuál es su importancia respecto a otras

regiones productoras. En este sentido, este capítulo no solo es contextual, sino que además busca profundizar sobre los orígenes de una actividad productiva y sobre el origen de una bebida como el mezcal, detallando cada una de sus etapas productivas.

Mi actitud en todo momento fue abierta; bajo los preceptos de Nancy Scheper-Hughes, fue ocurriendo un extrañamiento antropológico, es decir, un replanteamiento continuo de los conceptos que como investigador fui utilizando, teniendo una actitud vigilante entre las categorías descriptivas y analíticas que tenía ya concebidas, contrastándolas con lo observado en lo cotidiano; entender, interpretar y analizar la realidad.

Villa Sola de Vega

El municipio de Sola de Vega es uno de los más importantes de la sierra sur del estado de Oaxaca. Su ubicación geográfica, le otorga una ventaja estratégica, al estar en el paso de dos de los destinos turísticos más importantes del estado: la virgen de Juquila, con sus peregrinaciones anuales y su devoción católica y las playas del pacifico mexicano: Mazunte, Puerto Escondido y Zipolite, de amplia fama por su gastronomía única y por sus playas ideales para el *surf*. Por tal motivo, la afluencia vehicular y el movimiento de personas como de mercancías es una constante en el pueblo, activando gran parte de la economía regional.

La actividad principal del municipio es la agricultura de temporal en el rango de la pequeña escala. Son pocos los agricultores que usan sistema de riego, este se restringe al uso en invernaderos de tomates, pero no están presentes en todas las comunidades. Los cultivos son maíz, frijol, calabaza, garbanzo, coliflor, entre otros. Dichos cultivos son de autoconsumo, pocas veces hay un excedente para venderlo localmente. En el caso de que faltase, lo común es que en

las comunidades exista una tienda de CONASUPO[2], hoy llamada DICONSA, las personas surten maíz y frijol en dicha tienda, en caso de que no hayan cultivado el suficiente. Por lo tanto, su dieta básica consiste en el maíz y el frijol, aunque podemos hablar que en las festividades o en celebraciones se acostumbra consumir "chicharrones de cerdo", "barbacoa de chivo o mole de guajolote y/o gallina de patio; aunque esto no forma parte de la dieta diaria de los soltecos La ganadería es una actividad que también tiene presencia en la región. Sin embargo, ésta no tiene el mismo nivel de operación en Sola de Vega. En primer lugar, debido a que el número de cabezas que posee cada agricultor puede ser muy dispar. Algunos cuentan con apenas tres o cinco reses, mientras que puede haber los que tengan de 50 a 100. Los que cuentan con pocas cabezas de ganado bovino generalmente las necesitan para vender su carne en algún evento inesperado o que en alguna fiesta puedan contar con carne para preparar una barbacoa. Los que ya tienen un mayor número de cabezas, generalmente venden carne para el mercado local; en el pueblo hay suficientes carnicerías (entre ocho y diez) para proveer el alimento al total de la población y a los turistas que visitan el pueblo.

En este sentido, es peculiar el hecho de que por las mañanas y a través de las bocinas del pueblo, se pueden escuchar una serie de anuncios (comerciales) de las carnicerías donde ofrecen sus productos: carne de res, de puerco, de pollo y de chivo. Comúnmente estos se incrementan los días lunes de cada semana, lo que da cuenta de que cada inicio de semana las carnicerías ofrecen carne fresca, por lo tanto, los domingos son días de matanza: "día de chicharrones".

[2] Compañía Nacional de Subsistencias Populares; empresa paraestatal creada en el año de 1961, con el objetivo de garantizar la compra y regulación de precios de la canasta básica, especialmente el maíz. Desapareció en el año 1999, como parte de las políticas neoliberales de abandono del asistencialismo estatal, fue sustituida por DICONSA, quien en la actualidad cuenta con 27 almacenes rurales y 7 almacenes centrales en el país.

La actividad económica de la ganadería se ve reflejada en la infraestructura doméstica de los ganaderos de la región, quienes cuentan con una mayor infraestructura respecto a sus viviendas y a los medios tecnológicos utilizados para llevar a cabo sus actividades, en contra parte con quienes se dedican exclusivamente a la agricultura de subsistencia y/o a la producción artesanal de mezcal. Los ganaderos por lo general cuentan con vehículos de carga para movilizar sus animales de sus corrales a los rastros o a los pueblos en donde habrán de negociarlos. Mientras tanto, los campesinos por lo regular se trasladan por medio de los mototaxis que hay en los pueblos o a través de las camionetas "pasajeras" que tienen rutas definidas por las principales comunidades. Otros siguen usando los animales de carga como mulas o caballos para trasladarse al pueblo o entre las comunidades, aunque estos casos sean más comunes para quienes viven en algunas zonas de la sierra sur.

Ligado a esta actividad, está la industria de la alimentación. Al estar en una vía de transito constante, el pueblo es el espacio ideal para que operen negocios dedicados a la industria alimenticia y hotelera. Los negocios gozan de buena rentabilidad debido al flujo constante de personas durante gran parte del año; especialmente durante la temporada alta. Ya sea que vacacionistas que viajan en sus coches se detengan a comer en alguno de estos negocios, o que los choferes de las camionetas públicas (urvans) se detengan en alguno de los locales, propiciando que los usuarios consuman en los establecimientos.

La comida típica del pueblo es el tasajo (carne de res frita y acompañada con ensalada de lechuga y una porción de arroz) y la cecina enchilada, que puede ser servida junto con un plato de frijoles negros. Otro platillo típico es el *coloradito*; mole rojo de pollo o guajolote, o el amarillo; variedad de mole que permite una serie de combinaciones en el tipo de carne con que se prepara: puede ser pollo, carne de puerco, guajolote e incluso se puede preparar con carne de

venado (esto especialmente en alguna de las comunidades más cercanas a la sierra). También se acostumbra

No obstante, lo que da sustento (al menos en la fama de la cual goza) a la economía de las comunidades soltecas, es la elaboración del mezcal; debido a que representa una actividad económica y social sumamente importante en la región, sobre la cual está conformada parte de la identidad del pueblo solteco. Es cierto que no es la principal economía local, sin embargo, los datos sugieren que existen posibilidades a corto plazo de que vaya adquiriendo mayor relevancia económica respecto a las otras economías presentes. Es de "contenido social", debido a que no responde exclusivamente a parámetros de mercado, si bien se vende y se obtienen ganancias por ello, muchas de estas veces las ganancias sociales pueden ser más apreciadas por los productores y por quienes lo consumen.

Una vez que arribé a la región, era momento de delimitar con precisión las comunidades en donde trabajaría y los hombres productores con los cuales interactuar. Sin embargo, la decisión no fue sencilla, debido a la gran cantidad tanto de productores como de comunidades productoras. Si el reto de mi trabajo de campo hubiese sido cubrir la totalidad del mundo del mezcal solteco, difícilmente estaría en estos momentos en condiciones de terminar la investigación. Por ello, realicé una delimitación conforme a los siguientes criterios: en primer lugar, buscando el contraste entre los dos métodos de destilación, olla de barro y alambique de acero inoxidable; la cercanía de las comunidades y su fácil acceso; rangos de edad variados; disponibilidad para la participación y la empatía generada con los productores y sus familias, que me permitiese llevar a cabo la investigación. Posteriormente y con la primera revisión de los datos obtenidos, me centré en aquellos hombres que proporcionaron mayor información;

más acordé a las dudas y los fenómenos que pude observar en el trabajo etnográfico. De tal modo que la investigación indaga y profundiza en la experiencia de 13 palenqueros.

En el armado del anteproyecto, nombré a los productores como *maestros mezcalilleros*[3], así quedó hasta que, en el primer periodo de campo (junio-agosto 2016), pude percatarme de que ellos no hacen uso de dicha etiqueta; la cual es una expresión creada por los estudiosos del mezcal, para nombrar a los productores. El nombre que se usa localmente es el de "palenquero"; el que produce mezcal en el palenque[4]. Si bien no hay certeza respecto a la definición exacta del término *palenque*, los productores hacen referencia a la expresión como una forma de invitar a los compañeros a beber del mezcal que se está produciendo en el lugar, lo que a su vez fortalece los lazos de amistad y compadrazgo, asegurando una ayuda futura para trabajar el palenque o para otra actividad futura. Se ha indagado entre los palenqueros y las personas de las comunidades respecto a una definición precisa y común de palenque, pero hasta ahora no se he encontrado respuestas a tal cuestión. De aquí en adelante cuando hable de los productores de mezcal, me referiré a ellos solo como *palenqueros*.

En lo referente a las comunidades seleccionadas:

1. Cabecera municipal de Villa Sola de Vega
2. Gulera (agencia municipal)

[3] Se les nombra maestros mezcalilleros a los productores del mezcal, pero dicho termino tiene mayor uso en el ámbito académico o de los centros de consumo urbanos. Para el caso de Sola de Vega, estos se conocen como palenqueros.

[4] Nombre que se le da en Sola de Vega, al taller-fabrica en donde se produce mezcal. No se tiene una definición exacta del uso del término, pero los palenqueros y consumidores locales hacen referencia a que es una forma de hacer palenque; hacer comunidad y estrechar los lazos de amistad y compadrazgo. El beber mezcal se convierte en una actividad social al fortalecer las relaciones comunitarias y generar compromiso social entre quienes lo producen y aquellos que lo consumen. La RAE lo define así: Construcción techada y sin paredes que antes fue habitación de indígenas y, por ext., construcción similar que se usa para fiestas.

3. El Velatobe (comunidad de Sección Cuarta)
4. Sección Cuarta (agencia municipal)
5. El común (comunidad de sección cuarta)
6. Barrio Arriba (comunidad de sección cuarta)
7. Quialela (comunidad del municipio San Francisco Sola)
8. Barrio Santa Anita (cabecera municipal)
9. Chicueca (comunidad de agencia municipal San Juan Bautista)
10. Llano del León (comunidad de San Juan Bautista).

En dichos espacios trabajé en la experiencia de los dos modos de destilación; visité los palenques para observar la particularidad de los espacios en donde se produce el mezcal. Los palenqueros en todo momento estuvieron dispuestos a compartir su conocimiento; algunos incluso eran gráficos al momento de explicar las etapas que componen la producción. Cada uno de ellos (sin excepción) me invitaron a probar el mezcal que producen (en mayor o menor cantidad). De tal modo, pude apreciar las características particulares de dicho destilado y las diferencias que existen en el proceso respecto a cada palenquero; las diferencias más significativas tienen que ver con las características organolépticas de cada destilado: aroma, cuerpo, sabor, etc. Debido a que el número de comunidades productoras es amplio, fue necesario establecer una muestra de palenqueros con los que se desarrollará el análisis a lo largo de los capítulos. Como prioridad regionalicé mi muestra principalmente por la importancia local de las comunidades a las cuales pertenecen los palenques, además de mostrar una imagen nítida de las diferencias que existen entre los palenques, los productores, el proceso de producción y las características comunitarias en donde se encuentran. Mi muestra comprendió un total de 23

palenqueros, pero de acuerdo a mis criterios metodológicos ésta se redujo a 13, un universo que se reduce, pero que gana en la fidelidad de la información:

PALENQUERO	**EDAD**	**COMUNIDAD/AGENCIA**	**TIPO DE DESTILACIÓN**
Tomás Cruz Méndez	45 años	Gulera	Olla de barro
Gabriel Damián Jiménez	40 años	Gulera	Olla de barro
Juan Miguel Damián Jiménez	44 años	Gulera	Olla de barro
Alberto Cruz Avendaño	75 años	Gulera	Olla de barro
Salomón Rey Rodríguez	55 años	Gulera	Olla de barro (mezcal certificado)
Tomás Jaime González	46 años	Quialela	Olla de barro (mezcal certificado)
Simeone García Cruz	52 años	El común	Tambo de acero
Francisco Fructuoso	40 años	Quialela	Olla de barro
Carlos Morales Figueroa	43 años	Barrio Arriba	Alambique de acero inoxidable (miembro de cooperativa de palenqueros)
Felipe Rodríguez	47 años	El Velatobe	Olla de barro

Noe García Olivera	67 años	Llano del León	Alambique de acero inoxidable (mezcal certificado)
Leobardo Cruz	63 años	Chicueca	Olla de barro
Luis Méndez Hernández	55 años	Barrio Santa Anita, Sola de Vega	Promotor del mezcal y de la plantación de agave

¿Por qué es relevante esta región frente a una amplia gama de regiones mezcaleras?

Sola de Vega, se caracteriza por ser uno de los municipios en la región mezcalera de Oaxaca que conserva los métodos artesanales de producción, estos métodos están anclados en un sistema de conocimiento que se ha heredado de generación en generación. Además, algo que no es un orgullo menor en el mundo mezcalero, es que Sola de Vega se ostenta como la región origen del mezcal tobalá. La región ha mantenido la tradición de producción de los mezcales artesanales, lo que le ha otorgado fama frente a otras regiones del estado que ya han industrializado sus procesos. Asociado a ello, ocurre que se respira y se transpira una cultura del mezcal y no sólo por sus festividades como su feria anual o la presencia del mezcal en todas las celebraciones cívico-religiosas, sino además por su fama nacional y por la cada vez mayor exposición de sus comunidades y de sus mezcales que ahí se producen.

La región posee una de las mayores variedades de agaves mezcaleros; alguno de ellos endémicos, otros trasladados de otras regiones del estado. Entre los más utilizados para la elaboración del mezcal, están los siguientes:

Nombre científico	Nombre popular/común
Agave Angustifolia Haw	Espadín (azul)
Agave Americana L.	Coyote
Agave Rodhacantha Trel.	Mexicano amarillo (mexicanito)
Potatorum Zucc	Tobalá (tumbalá)
Agave Macracontha	Barril
Agave Americana var. americana. Linneo	Arroqueño
Agave Americana L. var. Oaxacensis Gentry	Sierra Negra (sierrudo)
Agave sp.	Mexicano penca larga (verde)
Agave Angustifolia Haw	Pelón o Liso
Agave Karwinskii Zucc.	Tobasiche
Agave sp.	Pita
Agave Convallis Trel.	Jabalí (cuishe)
Agave Marmorata Roezl	Tepeztate

Actualmente, el agave espadín es la especie con mayor presencia en la región[5]; este es un agave que fue introducido a la región hace aproximadamente 40 años[6] (de acuerdo a los testimonios de los palenqueros) el cual ha tenido gran índice de aceptación debido a que es uno de los agaves que tienen un periodo de maduración muy corto de cuatro a cinco años, máximo de nueve años, dependiendo del tipo de superficie sobre la que se encuentre y las condiciones

[5] Tiene una roseta de 3 metros de ancho, aproximadamente por 2 metros de alto; hojas lanceoladas, con tonos verdes y blancuzcos; espinas cortas y con tonalidad grisácea, azul; su inflorescencia ramificada, hasta 9 metros de alto; su etapa de floración de mayo a septiembre y, su reproducción mediante semilla e hijuelos.

[6]

climatológicas en las que se desarrolle. Sin embargo, su ascenso en los paisajes agaveros, ha tomado mayor fuerza a partir del año 2000, fecha a partir de la cual ha logrado ser la principal especie en la región y en todo el estado de Oaxaca. El espadín produce el mayor número de hijuelos, lo que le asegura una sencilla propagación vegetativa. Caso contrario, el agave arroqueño, uno de los agaves con menor presencia en la región y, por tanto, de menor utilización para la elaboración del mezcal (originario de Sola de Vega), se caracteriza por un promedio de maduración alto (de 8 a 15 años) y por una baja producción de hijuelos: de uno a tres por planta madre, mientras que el espadín puede llegar a tener hasta 20 hijuelos por cada planta madre. No obstante, la sobreexplotación de la especie espadín, no solo ha menguado su contenido genético, sino además ha repercutido en los ecosistemas del agave oaxaqueño, al buscar implementarse como el monocultivo imperante en la región, en menoscabo de las especies silvestres y domesticadas de otras especies, lo que implica un problema a futuro en el desarrollo de las demás especies agaveras y en la propia actividad productiva de elaboración del mezcal artesanal.

La región del mezcal en Oaxaca es amplia y presenta una variedad de ecosistemas que permiten la reproducción y el uso de las especies antes mencionadas. Está conformada por siete distritos, con sus municipios productores: Zimatlán, con 13 municipios; Ocotlán con 20; Tlacolula, 25; Ejutla, 13; Sola de Vega, 16; Miahuatlán, 32 y Yautepec, 12. A su vez, el distrito que conforma esta investigación (Sola de Vega) está integrado por los municipios de: San Francisco Cahuacua; Zapotitlán del Río; Villa Sola de Vega; Santa María Lachixio; San Vicente Lachixio; Santiago Textitlán; Santa María Zaniza; Santiago Amoltepec; Santa Cruz Zenzontepec; San Jacinto Tlacotepec; Santo Domingo Teojomulco; San Lorenzo Texmelucan; Santa María Sola; San Ildefonso Sola; San Francisco Sola y Santiago Minas.

Por cuestiones metodológicas y ante mi incapacidad para cubrir los 16 municipios, he focalizado mi investigación en Villa Sola de Vega (Municipio y cabecera distrital); Santa María Sola y San Francisco Sola, con sus respectivas comunidades/agencias. Del municipio de San Ildefonso Sola, tengo algunos testimonios e interacciones con palenqueros y pobladores, aunque nunca tuve la oportunidad de visitar el municipio o los palenques que ahí existen. En la cabecera municipal, el billar *El Flamingo Azul* fue vital para recabar información sin el sesgo que produce la formalidad de una entrevista preestablecida; mediante platicas informales e interacciones con los clientes, pude conocer detalles de la dinámica del mezcal y la importancia social que tiene para los soltecos el consumo y goce del destilado. De igual forma, observé y estuve en los negocios a pie de carretera que se dedican a la reventa del mezcal solteco; en su mayoría lo compran a las comunidades más cercanas, en otras ocasiones son los propios palenqueros quienes van a ofrecerlo a dichos negocios. Es evidente como ocurre un "primer momento" en la mercantilización de la "espirituosa"; ya que se ofrece al consumidor desde otra estética: ya no a granel, sino embotellada en vidrio (750 ml por lo regular); una etiqueta con el nombre del agave o incluso una marca propia del negocio en donde se vende; y claro, un precio superior al que los comerciantes compran al productor. No obstante, no encaminaré el análisis bajo la idea romántica pero irreal, de que los productores producen el mezcal solo para fines sociales, ya que es evidente que las ganancias económicas que genera su comercialización y su conversión en un producto mercantilizado les proveen de dinero por una actividad productiva que realizan, lo que da sustento y seguridad a su economía familiar, asegurando así la continuación de la tradición.

El mezcal es una mercancía que tiene un valor de uso, que puede intercambiarse por una contraparte, por un valor de cambio, por ello es parte de una actividad económica mayor, de la que dependen cientos de familias soltecas.

En Santa María Sola existe una mezcalería/fabrica, que rompe con la imagen de los palenques que existen en las comunidades aledañas. La marca que tienen se llama "Mezcal Marillero", el cual exportan principalmente a lo EUA, aunque también tiene su mercado en el país. El mezcal se vende bajo la etiqueta de artesanal, elaborado mediante olla de barro, pero lo cierto es que éste es producido mediante alambique; pero su ubicación geográfica le permite colocarse dentro del mercado de los mezcales artesanales. Pude constatar como el dueño de la mezcalería acudía a algunas comunidades de la agencia Sección Cuarta, a comprar el mezcal producido en alambique y llevarlo a Santa María, para ahí mezclarlo con otros destilados de distintas comunidades y producir una propio, para así comercializarlo.

En el municipio de San Francisco Sola, estuve trabajando principalmente en la comunidad de Quialela, de donde analicé casos de palenqueros con una producción muy local, siguiendo el método artesanal y otros que empiezan a crecer sus palenques, con el propósito de industrializar los procesos y comercializar su producto bajo otras dinámicas mayormente industrializadas y homogéneas.

En cuanto al municipio de Villa Sola de Vega, la agencia de Gulera fue donde realicé una mayor interacción tanto con productores como pobladores, de modo que es la comunidad principal del análisis de esta tesis. La agencia (según la administración sociopolítica) del municipio, es uno de los lugares más interesantes para estudiar el caso de los mezcales ancestrales; es decir, aquellos que se siguen elaborando de acuerdo a la tradición y los procedimientos que practicaban los antecesores. En la totalidad de la agencia, los palenqueros

siguen elaborando el mezcal de manera artesanal, hay otros pocos que lo siguen haciendo de manera ancestral: fermentando en tinas de madera y machucando con mazos. Solo dos palenqueros de toda la agencia, tienen certificado su palenque y producen para una empresa comercializadora, que envasa y vende su producto en el extranjero; no obstante, y a pesar de eso, lo siguen elaborando con olla de barro, aunque evidentemente han aumentado el tamaño de su palenque: ollas, tinas, un horno más grande y han tenido que comprar su materia prima en otras regiones del estado, para poder abastecer la demanda que sus contratos les exigen.

Caso similar, ocurre en la comunidad de Quialela, perteneciente al municipio de San Francisco. Ahí conviven de manera más abierta los dos modos de concebir a la actividad productiva: el seguir produciendo de manera artesanal o el entrar a un proceso de expansión/industrialización. Ya profundizaré en cada uno de los casos, cuando llegue al tema de los palenqueros y sus trayectorias de vida.

Especies de agave mezcalero

En las comunidades donde desarrollé mi trabajo de campo, registré un total de 13 especies de agave que son utilizadas para la elaboración del mezcal. No obstante, tal variedad en las especies propicia una relación de beneficio-problema. Ello se debe a que, al tener un gran número de especies se promueve el enriquecimiento en el acervo genético del agave, lo que tiene como efecto el que se pueda contar con una gran variedad de sabores y de mezclas en los destilados; lo que sin lugar a duda favorece la etapa de mercadeo del mezcal. Sin embargo, los problemas surgen respecto al espacio necesario para cultivar dicha variedad de especies. Otro problema deriva a partir del éxito del agave espadín; fácil de manejar, de reproducir y con un “buen sabor”

en el mezcal. Su sobre plantación ha provocado que se expanda aceleradamente, muy por encima del promedio de cualquier otra especie; lo que facilita la implantación de dicho monocultivo en detrimento de las demás especies. Dicho fenómeno forma parte de otro más grande; la expansión de monocultivos. Sin embargo, las especies domesticas se han venido adaptando a los cambios que han ocurrido a lo largo de generaciones, no obstante, los ritmos de sobreexplotación los ponen en peligro de desaparecer, en especial porque son pocos los productores que tienen un programa definido de reforestación de especies.

Al respecto, se entiende la expansión de monocultivos como un proceso de transformación de los sistemas agrícolas tradicionales por dinámicas que respondan a las nuevas exigencias del mercado que ahora se dice neoliberal; la instauración de monocultivos permite estandarizar los procesos productivos de los principales cultivos en el mundo, además de propiciar la regionalización de dichos productos en regiones que provean las exigencias que las grandes corporaciones transnacionales se han trazado.

Humberto González (2013), antropólogo, investigador especializado en los procesos de cambio en el sector agroindustrial en México señala que la tendencia en las últimas décadas ha favorecido la creación de regiones especializadas en monocultivos, las cuales se vinculan estrechamente con las áreas consumidoras metropolitanas. De este modo, podemos ser testigos del paisaje agavero en el municipio de Santiago Matatlán, que provee de materia prima a las principales regiones mezcaleras del estado, entre ellas Sola de Vega. Para el autor, dichas regiones son impulsadas y financiadas por las empresas productoras y comercializadoras. El desarrollo de estos monocultivos vulnera agrícola y alimentariamente a la población de las regiones y de los países agroexportadores, y en especial a las de menores ingresos (González,

2013: 22). Es decir, para González, la popularidad comercial de un cultivo, puede ser la causa de los desequilibrios en materia de seguridad o autosuficiencia alimentaria.

Para el caso solteco, se está vulnerando la riqueza genética del agave en la región, y aunque este no forma parte de la seguridad alimentaria del pueblo, sí implica un riesgo para las especies originarias del lugar, al implantarse un monocultivo como lo es el agave espadín. No obstante, hay cosas que pueden rescatarse, como lo ha sido el efecto de la organización social de los habitantes del lugar como respuesta ante tal implementación, propiciando la autodeterminación de los productores y la capacidad de respuesta para el rechazo de dicho proceso. Palenqueros como Tomás Cruz, Luis Méndez y Felipe Rodríguez, realizan dos replantaciones de agave por año, utilizando en gran medida especies endémicas, combinadas con el agave espadín; ya que es de fácil acceso y cuidado. Al no estar certificados ni tener ningún compromiso de entrega, su trabajo es más equilibrado con el medio ambiente, por lo que estamos hablando de cuatro "palenquedas" por año en promedio, casi siempre con matas -ejemplares propios- es decir, material genético local.

El caso del maguey mezcalero resulta por demás interesante, ya que forma parte de otra cadena del mercadeo neoliberal, el de los licores. Si bien, una de las principales características de dicho destilado es la utilización de materia prima orgánica, con una gran variedad en cuanto a las especies utilizadas y referente a sus procesos de elaboración tradicionales, lo cierto es que en cuanto se expande su mercado de comercialización las exigencias de homogeneización y de estandarización de los procesos son cada vez mayores. Visualizado a través del ejemplo del tequila en México, cuyo caso muestra la trayectoria de una bebida local, en una de consumo mundial; y de la cual su materia prima (*Agave Tequilania Weber*) fue transformada genéticamente y convertida en un monocultivo, lo que no sólo hizo posible su expansión y el

crecimiento del mercado de importaciones, sino que además creo una industria entera dedicada a la agroindustria del agave tequilero, estableciendo grandes extensiones de este cultivo a lo largo y ancho del país, incluso en regiones en las que esta variedad no era nativa.

En lo que se refiere al uso que se le da a cada agave, podemos encontrar algunas variaciones respecto a la lista de palenques que visité. Como ya lo he mencionado, se tiene registro de que el agave espadín, es la especie que más se cultiva y se trabaja en la región. No obstante, el agave tobalá posee un papel vital en la región, al ser originario del lugar y portador de la fama que le ha dado prestigio a Sola de Vega. Por su naturaleza de especie silvestre, atraviesa por un periodo de escasez, que trata de ser mitigado a través de su domesticación. Al momento, parece ser una solución correcta ya que cada vez es mayor el número de comunidades donde se planta y/o replanta este agave; lo que parece asegurar su reproducción a larga plazo y su utilización para la elaboración del mezcal. No obstante, el precio del mezcal que utiliza tobalá sigue siendo el doble o triple del que cuesta cualquier mezcal hecho con el resto de las variedades, lo que por evidentes razones limita la capacidad productiva utilizando esta especie, y fomenta que, con el objetivo de seguir vendiéndolo, algunos productores lo mezclen con otras especies de agave, lo que va en detrimento de la calidad del destilado y de su riqueza organoléptica.

El separar las especies de agave, produciendo mezcal con solo una de ellas, es un fenómeno nuevo para los palenqueros con mayor experiencia. Esto se ha venido fomentando a partir del aumento en la demanda por parte de las empresas comercializadoras, quienes han privilegiado este tipo de producción, ya que les permite ofrecer un mezcal que cumpla con los requerimientos de un producto con mayor “estética mercantil”, lo que viabiliza la comercialización a mayor escala, que la que se obtiene para el mercado local, entre otras cosas,

porque se puede enfocar en la compra o en la siembra de una sola especie de agave. Con ello se pretende señalar que gran parte del éxito de las actuales marcas de mezcal, depende de la creación de toda una estética para el producto; una botella llamativa y única, etiquetas originales, las cuales incluyen nombre y firma del palenquero, nombre de comunidad donde se elaboró el mezcal, especie de agave, tipo de destilación, tipo de molienda, concentración de volumen alcohol, entre otras.

Por su parte, en las comunidades soltecas, habitualmente se ha consumido un tipo de destilado que ellos llaman: *mezcal casero;* el cual se elabora con la combinación de cualquier variedad de agave. Entre las más comunes están: mexicano amarillo, coyote y espadín, arroqueño con coyote, tobalá con jabalí, espadita, coyote y espadín, entre otras más. De acuerdo con los testimonios tanto de palenqueros como de consumidores locales, dichas combinaciones en la mayoría de los casos favorecen el sabor del mezcal, proporcionándole atributos aromáticos y gustativos, superiores al que se pudiese obtener de un solo agave. Además, que, en términos prácticos permite que los palenqueros puedan trabajar el palenque con mayor frecuencia, ya que puede resultar una tarea complicada el conseguir matas de una sola especie, especialmente para aquellos palenques que no están certificados y cuyo mercado de su producto es ciento por ciento local.

En contraparte, uno de los agaves con menor producción es el jabalí, debido a que al igual que el tobalá, es una especie silvestre de producción limitada. Cuya utilización para la elaboración del mezcal supone un trabajo extra, debido a que al momento de atizar las ollas de barro con la mezcla del maguey fermentada (guarape), hay que tener un cuidado especial para

que no se levante y genere espuma[7] que se desborde de las ollas, lo cual se consigue a través del cuidado constante de la intensidad del fuego que alimenta a la olla. De desbordarse la mezcla, supondría una perdida al rendimiento final del mezcal. Por ello, resulta una suerte poder encontrar en la región, el mezcal trabajado con dicha especie, su sabor es incomparable con cualquier otro, de modo que destaca sobre el resto de los destilados de las demás especies. Da testimonio el palenquero Leobardo Cruz: *"Es una cosa sabrosa, deja un mentol en la boca".*

El rendimiento que se obtiene depende del modo de destilación que se utilice. En olla de barro al pasar por el proceso de dos destilaciones, el rendimiento de mezcal suele ser el más bajo. Mientras que en alambique dicha cantidad puede duplicarse e incluso triplicarse, siempre y cuando las condiciones sean las óptimas; es decir, buena combustión y que el agave fermentado tenga la suficiente concentración de azucares. De acuerdo a SEMARNAT, hay tres tipos de rendimiento, que se clasifican de la siguiente manera: cuando el mezcal se procesa con tecnificación avanzada, se utilizan 5 kilogramos de agave para producir un litro; cuando ocurren procesos artesanales, la relación es de 10 kilogramos por litro y, cuando se hace con procesos ancestrales, se necesitan 30 kilogramos por cada litro. El caso de los productores de Sola de Vega se aproxima más a estos dos últimos rendimientos; dependerá del palenque, del agave, de la cantidad de azucares que contengan las matas y, por su puesto, del proceso de fermentación y destilación que se lleve a cabo.

[7] En la tesis doctoral de Alcázar Valle, Elba Montserrat, intitulada: *Caracterización de saponinas de Agave durangensis y salmiana, y su efecto en la pared y membrana celular de Kluyveromyces marxianus y Saccharomyces cerevisias.* Se menciona a las saponinas esteroidales como metabolitos secundarios involucrados en los mecanismos de defensa de las plantas de ataques de hongos, bacterias, levaduras y algunos insectos. En la fermentación de bebidas de agave, inhibe el crecimiento de levaduras, ocasionando una reducción en los rendimientos de producción. Alcázar señala que anteriormente las saponinas se empleaban como detergentes, gracias a su naturaleza amfifilica con la presencia de una aglicona (sapogenina) lipo-soluble y cadenas de azucares solubles en agua. Aquí encontramos una explicación científica y comprobable a la generación de espuma excesiva al momento en que los palenqueros efectúan la destilación.

De esta manera, las comunidades seleccionadas cumplen con los criterios asociados al parámetro de calidad definida en términos locales; he buscado que sean representativas de la actualidad del mezcal, en cuanto a la actividad productiva, la tradición de dicha actividad, el uso social del mezcal y la combinación de dos modos de percibir su elaboración. Describiré cada una de ellas: La primera de ellas, la de mayor profundidad en esta investigación, es la agencia Gulera perteneciente al municipio de Villa Sola de Vega, está ubicada a una distancia de 3.8 kilómetros de la presidencia municipal, a un tiempo de 15 minutos en vehículo o, en mototaxi (el medio de transporte más común en el distrito). Su elección se debe a que cumple las características más representativas de las comunidades productoras, de las 40 familias que viven en el lugar, 25 están involucradas de una u otra forma en el mundo del mezcal, ya sea como productores, como vendedores de agave o como trabajadores en alguno de los palenques. No obstante, no podemos descartar al resto de familias, ya que parte del sustento de esta tesis es que el mezcal tiene vida social, por lo tanto, habré de señalar que todos los habitantes de la agencia participan del mundo del mezcal. Otro factor importante, es que en Gulera, se sigue elaborando el mezcal de la manera ancestral, a diferencia de otras comunidades donde los procesos se han semi-industrializado.

Para llegar a la agencia, partiendo desde la cabecera municipal. Hay que tomar un camino que se encuentra asfaltado y nos lleva por abajo del puente que cruza el rio, de ahí a la agencia el camino es de terracería; en el trayecto, antes de la agencia se encuentran algunas casas, especialmente del costado izquierdo. Lo primero que encontramos al arribar al lugar es la cancha de usos múltiples y atrás de esta, la agencia municipal y el salón de usos. Del lado derecho y cruzando el camino principal está el templo de Gulera; si nos situamos entre el templo y la agencia, justo al centro del camino principal, podemos apreciar que existen tres caminos a seguir

para recorrer el resto de la agencia, sobre estos están el total de casas, las parcelas y las superficies plantadas de agave. El modelo común de las casas en Gulera está construido con piso asfaltico, muros de block y techo de lámina galvanizada, aunque existen sus excepciones de casas construidas en su totalidad con ladrillo y losas de concreto. Las cocinas por lo regular están separadas del resto de la casa, construidas con paredes de carrizos y techos de lámina. El artefacto para la cocción de los alimentos es el fogón tradicional.

En Gulera, la actividad principal es la elaboración del mezcal, pero esta se ve complementada con otras actividades agrícolas como la siembra de maíz, frijol, calabaza y, en algunos casos de invernaderos de jitomate. De igual forma, algunos habitantes cuentan con ganado bovino, porcino y caprino, que no solo satisface sus necesidades de proteínas animales, sino que además sirven para comercializarse en la región; ya sea que vayan a otros pueblos (incluido la cabecera municipal) a ofrecer sus animales, o sean los propios compradores quienes acudan a la comunidad en busca del ganado.

Su fiesta patronal se realiza en el mes de junio en honor a la Santísima Trinidad, el día va cambiando año tras año, de acuerdo al calendario litúrgico. Es interesante, como toda la comunidad forma parte de las celebraciones; desde los preparativos para la fiesta religiosa, la elaboración de los alimentos y bebidas, así como la organización de la celebración religiosa. En este sentido, el mezcal es un invitado más en las festividades, incluso, podríamos decir que uno de los invitados principales, ya que su elaboración comunitaria es una regla implícita dentro de la propia dinámica comunitaria.

Una semana antes de que llegue el día de la Santísima Trinidad la fiesta ha comenzado, el comité de la iglesia ha organizado los preparativos para las ceremonias religiosas y, desde un

año atrás ya se ha definido quiénes se harán cargo de la elaboración del mezcal que consumirá durante la fiesta. Esto implica las siguientes actividades:

- Asignar a un grupo de 10 a 15 palenqueros, encargados de la elaboración.
- Designar un palenque donde se producirá el mezcal.
- Crear un mapeo de los agaves que estarán listos para las fechas de las festividades, al tiempo en que realizan un cálculo de las piñas que se utilizarán, así como las especies con que contarán.
- En este sentido, se levanta una lista de que familias van a cooperar con agaves para la producción y cuales otras cooperan por medio de litros de mezcal; ya sea que lo tengan guardado o que tengan que comprarlo con alguno de los palenqueros.
- De este modo, se estipula el compromiso de que todas las familias cooperen de una u otra forma para fabricar y/o proporcionar el mezcal que habrá de ofrecerse durante las celebraciones.
- Finalmente, una vez establecido el palenque y los palenqueros que trabajarán, se designa a las personas que se encargarán de repartir el mezcal durante los días que dure la celebración. Aunque esto también se puede hacer ya llegada la fiesta, de acuerdo a las necesidades que se presenten y el tamaño de la misma.

Ya durante las celebraciones, el mezcal cobra ese papel principal que he venido señalando; es un actor que interactúa dentro de las relaciones sociales que establecen los miembros de la comunidad y de los invitados que vienen de otras comunidades. Todos los testimonios que he recolectado señalan lo vital que es contar con la presencia del mezcal durante

las celebraciones; ya que es una bebida de la cual todos pueden beber, incluso los más jóvenes o las mujeres; quienes en condiciones cotidianas no beberían al "ritmo" de los hombres, pero que en fechas como las descritas, pueden llegar a hacerlo de igual forma que el resto de invitados, sin importar su género, condición, ni su procedencia. Es cuando el mezcal pierde sus efectos embriagadores y se convierte en un actante -en un invitado- especial de las celebraciones.

Después se encuentra la comunidad de Quialela, perteneciente al municipio de San Francisco Sola, cercana a Gulera (seis kilómetros); dividida por una carretera y un rio, a la falda del cerro se encuentra dicha comunidad; parte importante de la producción mezcalera solteca. Su importancia está en que es origen de gran parte de los palenqueros con mayor experiencia en la región, quienes, a su vez han sido maestros de gran cantidad de los jóvenes productores actuales.

La forma más sencilla para llegar es mediante mototaxi, el cual cobra entre $20 y $30 pesos por viaje (saliendo de la cabecera distrital), dependiendo del operador de la moto. Otra forma de llegar es caminar rumbo a Gulera, cruzar el rio y continuar por alrededor de 30 minutos hasta llegar a Quialela. Si bien la comunidad pertenece a otro municipio, la proximidad con la cabecera municipal propicia que los habitantes del lugar transiten entre dichos espacios, teniendo actividades en uno u otro entorno y familiares o conocidos en las dos comunidades. Asimismo, es común que las festividades de cada comunidad (incluyendo la cabecera) se ven concurridas por personas de dichos sitios, ya sea como meros participantes o como organizadores comprometidos.

En Quialela subsisten palenqueros que continúan trabajando bajo el modo tradicional; no obstante, ninguno de los siete productores que trabajan en la comunidad, machucan el

maguey de la manera ancestral; es decir, mediante mazo de madera. Aunque ha quedado claro que cuentan con él y que de ser necesario lo usarán para demostrar que siguen respetando cada una de las etapas que convierte a sus mezcales en ancestrales. Son conscientes de la importancia de escenificar y cumplir con reglas que pueden repórtales beneficios. En realidad, la molienda la hacen con maquina a gasolina (hebradora de agave); lo que para los palenqueros más "puristas" significa un detrimento en la calidad del mezcal. Miguel Damián (Gulera), señala que es necesario que en la tina de fermentación del agave cocido se encuentren varios "bilolos"; los cuales resultan del proceso de machucado del maguey mediante mazo de madera; son piezas de maguey cocido más grandes que el resto del maguey machucado, lo que, de acuerdo con algún sector de palenqueros, proporcionan un suministro constante de azucares naturales durante la etapa de fermentación. Ello no solo significa un mayor rendimiento durante la etapa de destilación, sino que además significan un factor que condiciona las características organolépticas del mezcal, otorgándole "fuerza".

Al igual que en Gulera, se sigue destilando mediante olla de barro (doble destilación). Aunque la etapa de machucado que he descrito anteriormente es casi inexistente en dicha comunidad, debido a que todos los palenqueros hacen uso de una hebradora de agave que van rolándose entre sí, según sus ritmos de trabajo. Lo interesante de ello, está en que siguen vendiendo el concepto de la *producción ancestral*, motivados por el propio proceso de comercialización que experimenta el mezcal, así como por las empresas que tienen actividad en la región, pero, además por la propia magnitud del fenómeno de la comercialización cultural que atraviesa el mezcal oaxaqueño. Es decir, por la importancia de vender el discurso de una bebida exclusiva y auténtica, que es efecto de amplias tradiciones de largo recorrido histórico,

que ofrecen productos culturales, proporcionando al consumidor un goce legítimo y una distinción sobre el resto de los consumidores de bebidas "con mayor grado" de industrialización.

Los campos sociales del mezcal

¿Cómo se produce el mezcal? ¿Qué lo hace distinto a otros destilados?

El proceso de creación del mezcal involucra más que el trabajo propio de una actividad productiva, ya que involucra el uso de un amplio sistema de conocimientos y de la participación tanto de los grupos domésticos, como de sus comunidades productoras. El primer paso para hacerlo posible es la plantación del agave[8] mezcalero; del cual ya he nombrado las especies empleadas. Cuando el maguey está listo el palenquero toma la decisión de cortarle el quiote, que es la parte central de la mata y de donde salen las semillas que permiten la reproducción sexual. Es primordial realizar el corte, debido a que, si se pasa de tiempo y éste llega a crecer, la mata ya no servirá para la elaboración del mezcal. Los palenqueros señalan que el momento de hacerlo es cuando las hojas del maguey que están circundantes al quiote se juntan formando una sola, la cual tiene mayor rigidez respecto del resto. En ese momento la mata pasa a la condición de "aguanosa"; si bien ya puede trabajarse, comúnmente se esperan de dos a cuatro meses para desprenderla de la tierra, a razón de que la planta puede tener grandes concentraciones de agua y azucares bajos, lo que daría como resultado un bajo rendimiento durante la etapa de destilación.

[8] Por cuestiones de redacción, he usado indistintamente los términos de agave y maguey para referirme a las especies utilizadas en el proceso de elaboración del mezcal; únicamente he hecho la distinción de "matas" cuando estas han sido cortadas y están en su etapa de cocción o fermentación.

Una vez transcurridos dichos meses, el palenquero irá a cortar las matas que previamente ha seleccionado. El trabajo comienza a temprana hora del día, entre 7:00 y 9:00 horas, para así evitar al sol en su punto más alto, que junto con el ardor que provoca el maguey al ser cortado, ocasionaría que el trabajo se vuelva más agobiante de lo que demanda el propio esfuerzo físico de la tarea. El palenquero por lo regular se hace acompañar de sus hijos o de algún familiar cercano, como tíos, hermanos o cuñados. El trabajo completo de cortar y acarrear requiere entre tres y seis hombres, dependiendo de la cantidad de agave que ha de trabajarse.

Con un hacha o un marro se desprende el maguey de la tierra y con un machete se rasura, hasta dejarlo completamente limpio. Si el camino lo permite, se sube una camioneta hasta donde estén y se cargan las piñas, de 500 hasta 4,000 kilogramos; dependiendo la capacidad de carga de la camioneta (o camión) Si el camino no está en condiciones transitables, el trabajo lo tendrán que hacer mulas o burros, a los cuales se les cargan 100 kilos por viaje. Estos llevan la carga hasta el palenque. Ahí se coloca sobre una plancha de concreto (si se tiene) o sobre una lona plástica; con el fin de evitar que las piñas de maguey entren en contacto directo con la tierra.

El número de viajes que habrán de realizarse depende de la cantidad de maguey que se haya rasurado. Esté puede estar almacenado en el palenque hasta un máximo de dos días, mientras se recolecta todo el maguey que se habrá de trabajar. Es importante cuidar que las piñas no reciban directamente la luz del sol, ya que esto podría alterar el sabor del mezcal.

Una vez que está concentrado la totalidad del maguey, se define la mañana siguiente para encender el horno y comenzar con la etapa de cocción. Regularmente se inicia entre las 6:00 y las 7:00 horas. Dentro de 5 o 6 horas estará cocido. El horno es de tipo cónico; los que encontré tienen capacidad de dos a cinco toneladas. Se coloca la leña al fondo del horno, se enciende y sobre ella se colocan piedras lo suficientemente sólidas para soportar el calor sin

fracturarse (piedra volcánica); una vez que se ha alcanzado la temperatura deseada se procede a colocar las piñas de maguey, las cuales se han partido por mitades o en cuartos para facilitar su acomodo en el horno y asegurar una cocción más eficiente. Esto se puede hacer directamente sobre las piedras o colocando una capa de hojas secas de platanal, para así evitar que el maguey entre en contacto directo con las piedras y la ceniza que se produce durante la combustión de la leña; esto es total decisión del palenquero y puede variar dependiendo del maguey y del calor que haya alcanzado el horno. Finalmente, se tapa el maguey con una lona o con costales de nylon y se procede a cubrirlo con la tierra disponible alrededor del horno. Esta etapa requiere de gran resistencia física y velocidad por parte de los hombres que están ayudando, ya que se debe tapar el horno lo más pronto posible, para así evitar que el calor escape o que el humo que produce la leña llegue a impregnarse en exceso en las piñas. Al terminar de taparlo se coloca en la cúspide una cruz. Se tiene la creencia de que con la cruz la cocción se hará correctamente y el rendimiento será mayor. No obstante, cuando le pregunte al joven palenquero Javier Cruz (San Juan Bautista), sobre la eficacia de dicha protección, la desestimó, no considerándola determinante para la cocción. No obstante, hizo énfasis en la voluntad de los jóvenes palenqueros por perpetuar la tradición de la cruz, sin importar su percepción sobre la eficacia de dicha protección. Esta etapa tiene una duración de cinco a seis horas. Cuando ya está listo el maguey, es momento de destaparlo y de continuar con la siguiente etapa: la molienda del maguey cocido.

Posiblemente, esta etapa del proceso de elaboración sea la que presente las mayores variaciones según sea la zona. Ya sea que se prefiera hacerlo mediante la molienda en tahona jalada por una yunta de bueyes o mulas; como se acostumbra principalmente en el altiplano potosino y parte de los valles centrales de Oaxaca, o se realice con máquinas hebradoras a

gasolina, con trapiches de madera, o de forma manual mediante el machucado con mazos de madera. Lo cierto es que dicha etapa constituye uno de los puntos más controversiales respecto a la transformación de la tradición y a la apreciación en la calidad del mezcal. Como lo he mencionado, en Sola de Vega existen palenqueros que siguen machucando el maguey de la forma "ancestral", es decir, colocando las piñas sobre una canoa de madera y machucándolas con un mazo que es empleado por el propio palenquero. El resto utiliza maquinas hebradoras de agave, que funcionan con motor a gasolina y/o energía eléctrica. La forma ancestral proviene de un sistema de conocimiento muy definido en la región, promovido por los palenqueros con mayor experiencia; por unas cuantas empresas comercializadoras y por los estudiosos "puristas" del mezcal.

Mediante dicha técnica, la tarea puede tomar la tarde entera e incluso dos o tres días (dependiendo la cantidad de maguey a machucar). Para quienes utilizan máquinas hebradoras, la tarea puede realizarse en un periodo de dos a cuatro horas. Es obvio que la diferencia en tiempo es abismal, y claro, el esfuerzo requerido es mucho menor con la máquina que al hacerlo manualmente. Debido a ello, cada vez es mayor el número de palenqueros que están dejando de emplear la molienda con mazo de madera. Consecuentemente, dicha decisión repercute directamente sobre la riqueza histórica del mezcal solteco y en la valoración que se hace de la calidad y gusto por la bebida. En cuanto a su mercado local, existen características gustativas que señalan que aquellos mezcales cuyos magueyes son machucados mediante la técnica del mazo de madera, poseen mayores cualidades de aroma y sabor respecto a aquellos cuya etapa del proceso, haya sido mediante molienda en maquina hebradora.

La siguiente etapa, consiste en el llenado de las tinas de fermentación con el maguey que previamente ha pasado por la molienda. Se utilizan tinas de madera de sabino u ocote, aunque

en la actualidad es común encontrar tinacos *Rotoplas* u otros polímeros plásticos. Ahí se introduce únicamente el bagazo, no se agrega agua ni otras sustancias acelerantes. Se deja por varias horas o par de días hasta que "agarre calor". El palenquero estará al pendiente de la tina; cada prueba consistirá en meter la mano a la tina y verificar su temperatura, cuando esta tenga el calor indicado, será señal para efectuar el próximo paso: formular.

Formular significa agregar agua a las tinas, con el objetivo de activar el proceso de fermentación. Llenan las tinas con agua de pozo o manantial[9] (casi hasta el borde), se tapan con una lona plástica amarrada con un mecate alrededor y se dejan "trabajar" para que se produzca la fermentación. Esto puede tardar de dos a diez días, dependiendo de la fuerza y concentración de azucares con los que cuente el bagazo y también de la temperatura ambiental: a mayor calor, menor periodo de fermentación. Durante este tiempo, el maestro habrá de revolver la mezcla, con la finalidad de que le proceso sea homogéneo. El palenquero posee el conocimiento empírico para saber detectar el momento adecuado de fermentación del mosto en la tina. Esto ocurre cuando la tina deja de burbujear, entonces "*está lista para trabajarse"*. El siguiente y último paso es la destilación, de la cual se presentan dos modalidades; mediante alambique de acero inoxidable o mediante olla de barro.

El método de alambique simplifica el proceso, optimiza los tiempos de destilación y maximiza los rendimientos. Aunque este método es característico de los palenques y fábricas de los valles centrales de Oaxaca, en la región solteca este modo de destilación está asociado a

[9] El tipo de agua determina y altera el resultado final del destilado. Los palenqueros prefieren usar agua de manantial o de rio, pocos utilizan agua de "uso normal", de la llave ya que está clorada y eso altera definitivamente todo el proceso.

una mala calidad del mezcal cuyo origen más importante está en los palenqueros de la agencia Sección Cuarta.

Todo comienza al sacar el maguey cocido de las tinas de fermentación. A la mezcla de agua, jugos y maguey cocido le llaman guarape[10]. Se coloca en las tinas de acero, se agrega agua fría en la pila central y el alambique hace el proceso de condensación. Este es alimentado con leña que se le atiza desde la parte inferior de la tina. Solo se hace una destilación. De tal modo, el trabajo es más rápido y el rendimiento es superior. Por lo regular, los alambiques tienen una capacidad de 200 litros, algunos de los palenques pueden llegar hasta tener cuatro alambiques.

Por otra parte, para destilar en olla de barro es necesario contar con una hornilla de leña sobre la cual se colocan las ollas, las cuales tienen una capacidad de 20 litros cada una. La mayoría de los palenques tienen dos o tres hornillas, aunque existen palenques que cuentan con cuatro o seis de ellas, especialmente aquellos que están certificados y tienen contratos firmados con comercializadoras de mezcal. La olla está cortada por él cuello, es enterrada en la hornilla y alimentada con el fuego que produce la leña. A la parte superior de la olla, se le realiza un orificio justo al centro, por donde saldrá una penca de maguey que irá goteando el mezcal y este a su vez, cayendo en los bidones plásticos. Sobre la boca de la olla se coloca un cazo de acero inoxidable que tiene agua que va circulando a través de un mecanismo de mangueras colocadas a distintos niveles, para así permitir su fácil circulación y evitar que ésta llegue a calentarse. Esta agua es la que permite la condensación; cuando el guarape caliente choca con la superficie

[10] Se llama guarape al bagazo del maguey utilizado para cubrir las piñas de agave en el horno al momento de la cocción (Oaxaca). También se le denomina de esta manera a la mezcla de jugo y bagazo extraído en la olla en el proceso de destilación (Gallardo, 2016:86).

fría del cazo, ocurre el proceso de condensación, las gotas que se producen escurren por la penca hasta llegar al bidón.

Bajo este método se realiza una doble destilación. El producto de la primera de ellas se le nombra xixe[11]. Esta, es una mezcla entre el agua que tiene el guarape y el producto de su destilación. Sin embargo, los niveles de alcohol aún son muy bajos, de 15 a 30 grados. El xixe se vuelve a verter en las ollas. Lo que resulte de esa segunda destilación es el mezcal. Los primeros dos litros destilados se les conoce como "puntas", las cuales forman parte del mezcal que tiene mayor concentración de alcohol, pudiendo llegar hasta los 80/90°. Las puntas son separadas ya que posteriormente servirán para "componer" el mezcal o para que el palenquero las beba junto con sus amigos (haga palenque). Estas son muy apreciadas entre los palenqueros ya que ellas reflejan "la fuerza de cada mezcal", además de que se acostumbre a beberlas como muestra de la calidad del mezcal que se ofrece en cada palenque. Después de las puntas viene el cuerpo del mezcal, el cual ya tiene una graduación más acorde a la que tendrá el producto final. Por último, se obtienen las colas - bajas en graduación alcohólica-; estas sirven para componer las mezclas finales del mezcal. Además son utilizadas para remedios como dolores musculares, reumas y empachos estomacales; estas se calientan y se untan en la parte afectada.

La manera de ir graduando el mezcal es a través del uso de la venencia: un jícomate o jícara y un carrizo; se extrae el líquido de los bidones y se deja caer del carrizo al jícomate a una distancia de 30 a 50 centímetros. El mezcal producirá un ruido particular a la hora de hacer contacto con el recipiente. Es un sonido que los palenqueros reconocen perfectamente y que indica si el mezcal "tiene fuerza" o no. Es decir, si tiene alta o baja graduación alcohólica. El

[11] También conocido como *ordinario*, es el líquido obtenido de la primera destilación en el proceso de elaboración de mezcal con graduación alcohólica entre 20 y 40 °. El ordinario se vuelve a destilar para obtener la bebida llamada mezcal o refino (2016: 148).

mezcal choca con el jícomate y produce una especie de perlado o burbujas; estas pueden ser pequeñas y compactas y durar hasta un minuto antes de abrirse, o, por el contrario, pueden presentarse grandes y difuminarse rápidamente. A través de esta verificación, el palenquero será capaz de distinguir cual es la concentración de vol. alcohol del destilado, para a partir de ello, *componer*[12] el mezcal y dejarlo listo para su consumo y/o para su etapa de comercialización.

El mezcal se almacena en bidones de plástico con capacidad de 20 a 30 litros. Se recomienda que estos no sean expuestos al sol, ya que el plástico puede desprender aromas y sustancias químicas que modifican el sabor del mezcal, lo que afectaría la calidad del destilado. El lugar en donde se realiza todo el proceso se llama palenque. Para sacar una horneada de tres toneladas, es necesario un trabajo de tres días y tres noches; tiempo en que el palenquero y sus ayudantes deben estar presentes continuamente; comer y dormir en el lugar, por atender cualquier eventualidad. Un palenquero promedio, puede producir de 10 a 40 medidas por palenqueada[13]. Aunque estas cifras pueden variar si hablamos de palenques que estén certificados antes el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal (COMERCAM)[14], o dependiendo del proceso de fermentación y destilación que se lleve a cabo.

[12] Se compone el mezcal para dejarlo con la graduación alcohólica deseada, esto se hace con las puntas y/o las colas, aunque también puede componerse agregando pequeñas cantidades de agua de manantial.
[13] Cada medida consta de cinco litros. Los rendimientos de los que hablo, están basados en una media de los testimonios que recabé.
[14] A partir de que el 28 de noviembre de 1994, se publicará en el Diario Oficial de la Federación, la declaratoria de protección a la Denominación de Origen del Mezcal; con el objetivo de regular y garantizar el cumplimiento de dicha denominación, el 12 de diciembre de 1997 se constituye el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal, cuyos objetivos se extienden, para no sólo regularizar el establecimiento de la DOM, sino además certificar el mezcal de acuerdo a lo establecido en la Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCF1-1994.

Mercado del mezcal solteco

Para que una *cosa* deje de ser un *objeto* y se convierta en una mercancía es necesario que cuente con un mercado en el cual podrá explorar todas sus potencialidades de consumo. Al ser una bebida de características artesanales, su área de mercadeo depende de las capacidades comerciales reportadas por los agentes involucrados en su comercialización; desde los productores, los intermediarios y las grandes empresas mezcaleras. Para el caso de los palenqueros de Sola de Vega que trabajan mediante la destilación en olla de barro y, que no se encuentran certificados, su mercado es principalmente local; no es poco común que los vecinos de la zona compren, adquieran el lote total de una palenqueada o, en todo caso, se venda al menudeo, de a poco, en litros y/o en galones (5 litros, las medidas de los envases de marcas comerciales de agua que son reutilizadas). Lo cierto es que a pesar del tiempo que esto pueda tomar, en la mayoría de los casos está asegurada la venta del producto, ya que, si no son los propios habitantes de la comunidad quienes adquieran el lote, los vecinos de otras comunidades, municipios e incluso de otros estados llegan a informarse y en su defecto comprar el mezcal que producen los palenques locales. De tal manera, que algunos de los palenqueros han ganado prestigio respecto a la calidad de su mezcal, por lo regular, no tardan mucho tiempo en venderlo, e incluso antes de producirlo ya tienen un cliente asegurado. Esto afirma y ratifica el prestigio del mezcal y del palenquero, debido a que la búsqueda constante por su producto implica una calidad superior al resto de productores del lugar, destacándose por encima de su competencia.

Si el mezcal se elabora mediante alambique de acero inoxidable las cosas cambian. Este mezcal tiene poco mercado en Sola de Vega, de no ser que lo vendan a los restaurantes y/o hoteles del pueblo; quienes lo mezclan con mezcal de olla de barro para así lograr venderlo. A pesar de dicho mercado, los productores de alambique comúnmente tienen que salir de Sola para

poder colocar su producto en otros municipios o estados. Lo que implica un gasto de transporte y logística, razón por la cual argumentan venderlo al mismo precio que el de olla de barro; decisión que no tiene contentos a los productores artesanales/ancestrales, quienes señalan que eso afecta la perspectiva que se tiene de su producto y supone un malbaratamiento respecto al de alambique, el cual consideran de una calidad inferior.

Para producir mezcal es prioritario contar con la suficiente materia prima, ya sea que se cuente con el maguey propio o que este se compre en la región. Aunado a ello, es necesario disponer del apoyo de mano de obra en cada una de las etapas, y por supuesto, el palenque para trabajar, el cual puede rentarse si es necesario. El reto mayor es el cuidado que se debe tener del trabajo para no fallar en ninguna de las etapas y provocar que el producto final sea de mala calidad. De aquí cobra fuerza el concepto de *hacer palenque,* ya que la compañía que se le provee al palenquero durante la palenqueada no es únicamente para fomentar los lazos de amistad, sino para brindar ayuda durante el proceso y apoyarse del conocimiento del que gocen los ahí presentes.

Transformaciones en la producción

Uno de los factores que han dado mayor comercialización al mezcal oaxaqueño, incluyendo el solteco, es su fama por ser uno de los de mayor tradición y riqueza culinaria en el país. Es cierto que Oaxaca es el mayor productor del país y que gran variedad de las especies que pueden ser utilizadas para su elaboración, se encuentran en dicho estado. De igual manera, las marcas de mezcal más importantes del país elaboran sus destilados en territorio oaxaqueño, a razón de la

variedad de especies, de las técnicas empleadas en el proceso de producción, así como del cúmulo de conocimientos que han adquirido y reproducido los palenqueros oaxaqueños.

El caso solteco es por demás particular debido a la persistencia de métodos ancestrales que han construido fama mundial, Sola de Vega está en el ojo de atención de las empresas comercializadoras que buscan una identidad comercial a costa de la calidad local. Cada vez es más frecuente encontrar marcas que obtienen su producto de esta región; las mismas que han alcanzado popularidad entre los consumidores habituales y los nuevos consumidores del mezcal. No obstante, para los productores y consumidores locales, esta demanda entraña una contradicción, son los propios procesos que sucumben o necesitan ser alterados para cubrirla dentro de parámetros que no habían sido contemplados y cuyo ajuste tome muchas dinámicas culturales, de la cultura económica.

Respecto al crecimiento de la demanda, los cambios más notorios es el aumento de palenques en algunas comunidades. Muchos de ellos son utilizados por jóvenes que apenas comienzan a producir sus primeros lotes. Pero que, ante la demanda global por el mezcal, han tomado interés sobre dicha actividad, valorando los beneficios de producir localmente y certificar sus mezcales para su venta al exterior. Otro cambio notorio, son las herramientas que se utilizan para la elaboración y que cada vez son más alejadas de la tradición: la molienda con máquinas a gasolina, la fermentación en tinacos plásticos, el uso de fertilizantes en el agave. Esto ha permitido que los pequeños palenques crezcan en cuanto a capacidad de producción y respecto a la variedad de destilados que pueden producir, es decir, a las mezclas de agaves que pueden ofrecer, dependiendo de las necesidades del mercado. No obstante, ante dicho aumento en los lotes producidos, la calidad de dichos mezcales entra en predicamentos, ya que la forma en que han venido fabricando, ha sido de acuerdo con los propios ritmos del mercado local, en

los gustos históricos locales y en los ciclos festivos de sus comunidades. Por su parte, el proceso de industrialización ignora tales temporalidades y dichas significaciones sociales que se manifiestan.

En el marco de estas transformaciones, las empresas comercializadoras han buscado estrategias para poder compensar la incapacidad de conseguir ritmos de producciones de una industria estandarizada. También ante la imposibilidad de encontrar magueyes silvestres para producir, han descubierto los "ensambles" que les permiten utilizar especies endémicas de uso común y otras silvestres de poca explotación. Un ejemplo de ello, son las mezclas cada vez más usuales de agave tobalá con espadín. Sin embargo, esta práctica puede ser tramposa, ya que en su mayoría las empresas no especifican en que proporción se realiza tal mezcla, pudiendo llegar a ocurrir que el porcentaje del agave tobalá sea sumamente inferior al espadín que se ha utilizado en las producciones, lo que a todas luces resulta engañoso y hasta cierto punto desleal. Pero que precisamente esta imprecisión en las reglas, permite que la comercialización juegue con dichas mezclas, promoviendo así la aparición de mezcales cuyos orígenes pueden resultar misteriosos.

Conclusiones

El conocimiento que poseen los palenqueros ha demostrado su capacidad de adaptación y transformación, han tenido que enfrentarse constantemente a la encrucijada de decidir entre seguir produciendo conforme a la tradición y los ritmos locales o entrar bajo el ambicioso esquema de *vender más/ganar más*. Bajo este esquema, el primer paso es la certificación de su mezcal; lo cual, en términos prácticos, resulta ser un trámite engorroso y difícil para muchos de ellos que no entienden todo el papeleo y los pasos que habrán de seguirse. Sumándole a tal dificultad, está el costo de la certificación: entre $30,000 y $40,000 pesos. Es cierto que pueden conseguir quien les financie la certificación, pero eso significa firmar un contrato de exclusividad para la producción de mezcal. La certificación es uno de los fenómenos con mayor crecimiento y proyección en la cotidianeidad del pueblo solteco. El mercado demanda mayores volúmenes de mezcales tradicionales, pero ello implica un incremento en la producción de los pequeños palenques, lo que en términos de viabilidad resultan imposibles. Por ello, algunos palenqueros soltecos han modificado los instrumentos con los que elaboraban su mezcal, han cambiado sus instalaciones (aumentado el número de hornillas) y han tenido que comprar el agave, que anteriormente ellos mismos cultivaban. No pudiendo asegurar la procedencia de dichos agaves la vida de estos y la forma en que han sido cultivados.

Ligado a esto, está el hecho de que al firmar un contrato el productor se obliga a cumplir en tiempo y forma la entrega de cierta cantidad de litros, ya sea mensual o bimestral, de acuerdo con lo que se haya pactado. Lo que viene a modificar no solo su trabajo, sino la importancia social del que le dan al mezcal y la relación constante que mantienen con la vida comunitaria.

Para ejemplificarlo, he señalado el caso de la fiesta patronal de Gulera. Como parte de las celebraciones; el comité de la fiesta se reúne para elaborar el mezcal que habrán de repartir

durante la fiesta. Tal trabajo implica, corte de maguey y de leña, acarreo, cocción, molienda, fermentación, destilación, traslado y repartición del mezcal durante los días festivos. Además, implica momentos de convivencia con los hombres pertenecientes a la comunidad, lo que significa afianzar las relaciones sociales y de compadrazgo entre productores y entre consumidores locales.

Por ello la importancia de la participación de todos los hombres que formen parte del comité, especialmente aquellos que son palenqueros. No obstante, si estos han firmado un contrato de producción, es evidente que no podrán formar parte de dichas actividades, incluso puede llegar a estar en duda su presencia durante los días de celebración. Esto provocará gradualmente un alejamiento de la comunidad y del círculo de amistades. Lo que implica que dichos palenqueros, están debilitando sus relaciones sociales al no formar parte de una actividad comunitaria como lo es la producción del mezcal. Su oportunidad más real es tener la suerte de que su palenque sea elegido para trabajar el mezcal de la fiesta; entonces estará ante otra posibilidad de afianzarse comunitariamente y de relacionarse con los demás palenqueros.

Sin embargo, el tema resulta ser más complejo de lo descrito; la importancia social del mezcal solteco regula los ritmos que toman las comunidades productoras, e influyen sobre las decisiones de los palenqueros por seguir produciendo según la tradición o entrar en una etapa de industrialización de su actividad. De tal modo, con las conclusiones de este primer capítulo quiero abrir una discusión respecto a dos aspectos: 1. Plantear la posibilidad de que la producción del mezcal, se vuelva una actividad económica primaria para las comunidades soltecas; 2. Con dicha conversión, se plantea la segunda cuestión: ¿Es "anticultural" industrializar el proceso de producción del mezcal solteco? Tal interrogante surge, partiendo del hecho de que existe un fenómeno de comercialización cultural del mezcal; de cuya idea general

está sustentada el auge por consumir mezcal, el cual le permite al consumidor adquirir parte de la cultura en donde este se produce, consumiendo no sólo un producto como el mezcal, sino además las características propias del lugar donde surge, del proceso que lleva y la tradición que hay en su elaboración y, el conocimiento que poseen los hombres que lo elaboran; todo esto se comunica a la botella -el mezcal en su versión comercial- y esta a su vez pierde cualquier anclaje local y adquiere un manto universal; sólo lo local en condiciones de globalización, ya que la botella en realidad forma parte de un intrincado y complejo discurso gastronómico, estético y absolutamente cultural.

No obstante, al interior de las comunidades y entre estas, existe una prohibición cultural local, que busca sostenerse de manera colectiva, la cual impide que los productores entren de lleno en la fase de industrialización. Esto se explica por los siguientes motivos: 1) Cuando existen palenqueros certificados, el proceso de siembra y de corte de maguey se vuelve más "agresivo", es decir, se cosecha más y se corta en menor tiempo del que toman los agaves que han alcanzado su periodo de maduración; 2) Relacionado con el primer punto, está el hecho de que al tener que producir más, las comunidades no son autosuficientes para proveer la cantidad de matas necesarias, por lo cual se tienen que comprar en los Valles Centrales de Oaxaca o en los estados de Puebla, Jalisco e Hidalgo. Esto implica que no se puede garantizar que sea 100 % orgánico, ni que el maguey esté libre de enfermedades. 3) Al no poder rastrear el crecimiento de las plantas, no se puede asegurar la calidad del mezcal, ni cuantificar su rendimiento y, finalmente: 4) Relacionado con los puntos anteriores, ocurre que a mayor demanda de agaves mezcaleros se favorece y se consolida la implementación de un monocultivo como lo es la especie *A. Angustifolia* (espadín), lo que encarece a las demás especies de agave regionales. A este nivel las dificultades resultan más de carácter técnico, pero esto no borra las preocupaciones

de carácter moral/ético: 1. Existe un recelo comunitario por aquellos productores que han industrializado su proceso, especialmente en comunidades como Gulera. 2. Industrializar su proceso implica invertir y ampliar el palenque, lo que significa que la mayoría reemplazará las tinas de madera y el mazo por tinacos plásticos y máquinas hebradoras de agave. Este cambio provoca recelo y desconfianza por parte de productores artesanales y por los miembros de las comunidades, quienes califican y emiten comentarios a nivel social local donde la calidad inferior es parte de los imaginarios y los procesos de prestigio social. 3. Al adquirir un contrato de producción con una empresa comercializadora, el palenquero está comprometido a entregar ciertos litros de mezcal, lo que lo obliga a trabajar constantemente para entregar lo pactado, segregándolo de las demás actividades comunitarias. 4. Al no acudir a las fiestas, al no participar en las fatigas, en cumpleaños y en la elaboración del mezcal para la fiesta patronal, los palenqueros quedan separados de la dinámica comunitaria. 5. Esto implica que las relaciones de compadrazgo y de amistad se debilitan, rompiendo con la esencia de *hacer palenque*. 6. El sobresalir económicamente por encima del resto de vecinos, genera envidias y comentarios negativos, se especula acerca de la procedencia de su bonanza económica y del origen de esta. Es necesario remitirnos a la teoría de los bienes limitados de Foster. Es de interés público conocer si el crecimiento de un palenque y de una familia (económicamente) no va a tener consecuencias para la comunidad y si la sobreexplotación de la materia prima no va a tener consecuencias a largo plazo para los demás palenqueros. Esto es fundamental y forma parte de los mecanismos de control social.

Finalmente, este capítulo ha tenido el propósito de introducir al público lector al mundo del mezcal, describiendo sus etapas productivas y el conocimiento especializado que hay en ellas. Además, he llevado al lector en la región de estudio, detallando sus características más

importantes y los motivos que me llevaron a elegir esta región mezcalera, por encima de otras tantas que existen en el país. Destaca la descripción de la implementación del monocultivo en las comunidades soltecas y lo dilemas a los que se enfrentan los productores respecto a su modo de producción. Sin embargo, pretendo que estos aspectos sean antecedentes para la discusión que desarrollaré en el segundo capítulo. Particularmente, sobre el fenómeno actual de comercialización cultural que experimenta el mezcal solteco; los sistemas de conocimiento que le dan estructura y en la incursión de los participantes que acompañan tanto el proceso productivo como la vida social del mezcal.

Anexo 1

Fotografías sobre las etapas productivas

Fotografía 1. Acompañado de Tomás Cruz y Luis Méndez

Fotografía 2. Agencia Gulera (2017)

Fotografía 3. Etapas iniciales

Fotografía 4. Etapas intermedias

Fotografía 5. Etapas finales

Fotografía 6. Agave espadín

Fotografía 7. Agave coyote

Fotografía 8. Agave tobalá

Fotografía 9. Agave jabalí

Fotografía 10. Agave arroqueño

Fotografía 11. Árbol vaciado de sabino. Funcionaba para fermentar el agave cocido, actualmente ha sido reemplazado por tinas de fermentación, también de madera de sabino.

Capítulo 2

Comercialización cultural del mezcal solteco

El objetivo central de este capítulo es analizar el proceso de comercialización al cual se enfrenta el mezcal que se produce en Sola de Vega, Oaxaca. Este proceso se vislumbra en un escenario de expansión comercial en el cual el mezcal artesanal trasciende los espacios globales. El aspecto central es la producción o construcción cultural de la mercancía, bebida embriagante conocida como mezcal a través de una serie de discursos y códigos que tienden a vincular a los remotos bebedores situados en cualquier lugar del mundo con las comunidades donde es elaborado siguiendo ciertos principios tradicionales, ancestrales o simplemente pre-industriales.

La imagen de lo local se mercantiliza como un producto y quienes puedan pagar por ello, rompen con el mercado de masas, para formar parte de otro mercado: el del consumo cultural. De tal modo, pretendo que este capítulo aporte en la discusión de tres cuestionamientos:

1. Conocer cuáles son los sistemas de conocimiento que dan origen, continuidad y transformación a la realidad del mezcal solteco, incluyendo el análisis de las trayectorias de vida del mezcal.
2. Profundizar sobre el proceso de comercialización cultural del mezcal y conocer de qué manera repercute en el consumo local de la bebida; sobre sus percepciones de autenticidad y sabor.
3. Analizar la transformación de la actividad y la mediación de los discursos de tradición y cambio; las implicaciones en la economía local y la consolidación de una economía regional.

En primer lugar, se mostrarán los principales hallazgos etnográficos, con el propósito de ir construyendo una imagen nítida de la vida solteca y de la experiencia del mezcal. Los ejemplos recolectados servirán para profundizar en el análisis de las realidades cotidianas de las comunidades productoras y del impacto que tiene la vida social del mezcal.

La investigación centró su mirada sobre 13 palenqueros, repartidos en 10 comunidades. Se buscó mantener una muestra representativa tanto en sistema de destilación, rangos de edad y actividades agrícolas. El separar los dos métodos de destilación no sólo explica dos formas de producir y vender su producto, sino que además da cuenta de dos formas distintas de observar y formar parte de la realidad que los rodea; lo que permite comprender las decisiones que orillan a los palenqueros a formar parte de uno u otro método de destilación y, explica la elección por seguir produciendo de manera artesanal o integrarse a un sistema estandarizado.

Como lo he mencionado con anterioridad, el producir en olla de barro implica un esfuerzo mayor en todos los rubros: tiempo, materiales, cuidado del proceso y rendimiento inferior. Mientras que el alambique parece ser en apariencia un proceso “más amigable”. Debido a que los periodos de destilación son menores y el rendimiento que se obtiene es mayor que mediante olla de barro, lo que consecuentemente, eleva las ganancias económicas estimulando la producción constante y periódica.

En perspectiva, he mencionado que Gulera es una de las comunidades claves en esta investigación; la mayoría de las personas se dedican a la agricultura de pequeña escala, gran parte de los hombres son palenqueros o participan del mundo del mezcal. En el total de palenques que se encuentran en el lugar se trabaja la destilación mediante olla de barro, el único cambio entre los palenques, consiste en el tipo de molienda y los recipientes donde fermentan.

Como lo he mencionado en el primer capítulo, para la fiesta patronal, la elaboración del mezcal se planea con meses de antelación, el comité encargado de la fiesta vota la designación del palenque en el cual se trabajará, así como el monto de maguey o aportación monetaria que tendrá que dar cada familia de la comunidad. Por lo regular se producen entre 200 y 300 litros para repartir en los cinco días que duran las celebraciones. Los hombres del comité junto con los palenqueros de la comunidad, se encargan de la elaboración del mezcal, en el palenque que previamente han votado en junta; al dueño del palenque asignado se le paga una renta, por el uso de su fábrica. En todos los casos, el pago es con el mezcal que están trabajando el resto de los palenqueros, comúnmente se paga una medida (5 litros) por tina de fermentación. Aunque el mezcal que se produce es suficiente para todos los asistentes e incluso puede llegar a sobrar, este no se desperdicia ni tira en ningún momento. Los palenqueros se muestran orgullosos de su trabajo, deseosos de mostrarlo comunitariamente y de invitarlo a los miembros de Gulera y a los visitantes que gusten probar el mezcal de la fiesta. Cuando se tienen lazos de amistad cercanos con algún miembro de la comunidad, éste acostumbra sacar el mezcal que tiene en su casa, o del que toma regularmente, e invitarlo exclamando la siguiente frase: *"te voy a dar del mezcal que tomo yo"*.

En junio de 2018 me encontraba con unos amigos que viven en la comunidad de Gulera, los cuales me invitaron a una boda que se celebraría en Quialela. Se llevaría a cabo en la casa del padre del novio, el cual es palenquero. Llegamos al lugar y estaban ya las mesas colocadas en su sitio; tablones extensos sostenidos por un burro metálico en cada extremo, también estaban las lonas sobre el mobiliario. En la cocina, las mujeres trabajaban calentando la comida que se serviría en el evento. Lo primero que se nos invitó fue chocolate de agua y pan de horno, elaborado por la familia anfitriona. Después llegó el segundo plato, chicharrón de puerco en

salsa roja, acompañado con agua de avena y melón. Una vez que se terminó este plato aparecieron los señores que estaban encargados de servir el mezcal; en este caso es el padre del novio el que lo ofrece. Los hombres cargaban botellas de plástico de dos y tres litros, colgadas de la boca con una cuerda que se colgaban por encima del hombro, pasaron entre las mesas y frente a las personas que están de pie, a ofrecerles mezcal servido en pequeños vasos de plástico. La mayoría de las personas acepta beberlo, sin importar si son mujeres o jóvenes; es un momento en el que todos pueden gozar del destilado. Al tiempo en que esto sucedía, también se invitaba cerveza y se servía el plato fuerte: mole de guajolote.

El mezcal estuvo presente durante toda la fiesta, bebimos hasta saciar nuestra sed. Pasadas las horas y ya con unos mezcales en el cuerpo, el padrino de la boda empezó a sacar los mezcales que a gusto personal, consideraba de mayor calidad. Yo estuve tomando algunas fotografías de la fiesta, me comprometí a enviárselas al padrino, lo que me valió para ser invitado en la cata de esos destilados especiales. Probamos un tóbala que ya no estaba almacenado en botellas plásticas, sino en vidrio. El padrino me comentó que era de olla de barro y 100 % tóbala; *"es del mezcal que yo tomo".* Me describió las cualidades organolépticas de aroma a leña, de dulzor a agave cocido y de alta concentración alcohólica: 55 º. A pesar de que el padrino no era palenquero, fue capaz de describir las características generales del mezcal que bebíamos. De igual manera, se mostró orgulloso del mezcal que me invitó y de las características artesanales bajo las cuales fue elaborado, destacando con especial énfasis, el origen ligado a la región solteca.

De manera contrastante, la Sección Cuarta está conformada en su totalidad por palenques que trabajan mediante el alambique de acero inoxidable La gente de dicha agencia se dedica de igual forma a la agricultura, pero en este caso también a la siembra de marihuana y amapola. Es

común encontrarlos los domingos de mercado, llegando en camionetas pick up y gastando grandes cantidades de dinero en efectivo. Aunque son soltecos, el "cuarteño[15]" se distingue por tener una personalidad más vivaz, más agresiva. Su tono de voz es más de alguien que vive en la sierra y su forma de comportarse resalta sobre el resto de sus convecinos. Aunado a ello, está el hecho de que existen fuertes conflictos territoriales en las comunidades de dicha agencia, lo que ha vuelto a los cuarteños desconfiados y por demás belicosos; comprensible debido a la situación de disputa que se vive en el contexto del narco.

Cuando estuve en mi primer periodo de campo, en el verano del 2016, algunas personas de la cabecera distrital me recomendaron que no fuera solo a la Sección Cuarta, sin embargo y a pesar de dichos comentarios, fue mayor mi curiosidad que el sentido de seguridad, por lo que decidí aventurarme en la zona y conocer los palenques y los palenqueros que ahí trabajan. El lugar profesa una aparente tranquilidad, pero los caminos son de difícil acceso y la ubicación de las casas es muy distanciada entre sí. Las distancias a recorrer suponen un reto físico, al menos para quienes no estamos acostumbrados a recorrer grades distancias bajo el calor abrasador del sol. Al llegar a los palenques me presenté con los palenqueros, explicándole el motivo de mi visita y las inquietudes que quería compartirles; todos se mostraron dispuestos a compartir su conocimiento y a mostrarme sus lugares de trabajo, la descripción de las etapas productivas y en general, la experiencia del mezcal. Aquí pude constatar que la fama que tienen de ser agresivos dista mucho de la realidad, al menos no lo fueron las personas con las que conviví durante el trabajo de campo.

No obstante, dentro de lo subjetivo que resulta hacer una valoración de sus comportamientos. Podemos decir que la gente de Sección Cuarta es "más agresiva" para los

[15] Gentilicio del habitante de la agencia Sección Cuarta.

negocios. Buscan la maximización de las ganancias y la expansión de sus actividades. No es de extrañarse, que una de las primeras cooperativas de productores apareciera en la comunidad de Barrio Arriba de Sección Cuarta. La cooperativa tiene por nombre *Raíces Soltecas* y está conformada por seis comunidades: Rancho Viejo; San Sebastián de las Grutas; Sección Cuarta; Lazo; Gulera y El Potrero. Estos a su vez, tienen una marca de mezcal colectivo, que se fundó en octubre de 2013 y lleva por nombre: "Mezcal Rajabule". La marca ofrece mezcales destilados mediante alambique de acero inoxidable y mediante ollas de barro; otros pocos se destilan en alambique de cobre. Aunque en la comunidad se llevan a cabo los dos modos de destilación, no logré recabar información que me permitiera distinguir cuáles son los palenques que producen en olla de barro y que a su vez forman parte de Mezcal Rajabule. Por el contrario, si encontré testimonios de palenqueros de Sección Cuarta que dicen pertenecer a dicha cooperativa. Inclusive uno de los productores que forma parte de la muestra del proyecto: Carlos Morales, es el anfitrión de las reuniones de la cooperativa. Carlos es hijo de un palenquero, a los 15 años aprendió a producir, con la ayuda de su padre que de a poco le fue enseñando el oficio. Actualmente tiene la edad de 44 años, pero señala que lleva 25 años en el palenque donde actualmente se desempeña. Relata que antes recuerda que todos en la comunidad machucaban el maguey con mazo de madera, pero a partir del apoyo del programa PESA[16], que los apoyó con una maquina hebradora de agave, la tarea del mazo se reemplazó totalmente por el uso de esta tecnología. Comenta: "*Unos decían: no mejor con el mazo, porque ese mezcal de maquina no sale bueno, que porque no sé qué… por la gasolina, pero ahora que volvió a moler aquí, todo sale limpio. ¿Qué tiene que ver la gasolina, una cosa con otra? Pero cuando empezó la gente decía que no moliera con esa máquina porque el mezcal no salía limpio y pos no tenía*

[16] Proyecto Estratégico para la Seguridad Alimentaria, creado por la FAO en 1994, he implementado en México a través de SAGARPA en el año 2002.

nada que ver la gasolina con ese tipo de jale. Pero que si poco a poco, entonces ya ninguno quería trabajar, puro con la máquina. Si por fregada fallara esta madre, ahí hay más vecinos que tienen, a conseguir otra, echar mazo ya no, ya no se utiliza ese jale".

Resulta interesante como los palenqueros de estas comunidades, señalan abiertamente su rechazo a seguir machucando con mazo de madera, entre otras cosas, porque lo consideran una actividad agotadora, debido a que encuentran ilógico que al tener maquina hebradora, exista la necesidad de seguir haciéndolo. Caso contrario de los palenqueros que utilizan el mazo, quienes ven en esta técnica la continuidad de la tradición, pero que además señalan las cualidades de sabor y rendimiento que le proveen al mezcal.

Respecto a la creación de la empresa mezcalera, Carlos menciona que gracias a la cooperativa, puede llevar su mezcal a la embotelladora para comercializarlo a través de la marca. No obstante, señala que la embotelladora se encuentra en Rancho Viejo, a razón de que en Sección Cuarta solo había un palenque certificado, mientras que en el Rancho había entre siete y ocho palenques ya con la certificación.

La cantidad de mezcal que produce un palenquero que pertenece a dicha cooperativa puede llegar a triplicar la cantidad producida por alguien de Gulera que no forma parte de ninguna empresa. Con tal suerte, pueden llegar a tener almacenados hasta 500 litros por periodos de tiempo indefinidos. En contraparte, en Gulera es raro encontrar a alguien que tenga más de 200 litros; y si los tuviese no tardaría demasiado en que encontrara un cliente que los comprase. Comúnmente los palenqueros producen un lote y este ya tiene prospectos de clientes, lo cual facilita su distribución e incentiva la producción constante. Las razones para que esto suceda son principalmente debido a la calidad de los mezcales producidos con destilación en olla de

barro, y a la consecuente búsqueda constante por mezcales que se produzcan bajo la etiqueta de lo artesanal y/o lo ancestral.

Por otra parte, el trabajo del cultivo de marihuana y amapola los hace poseer una visión distinta respecto al manejo de los negocios; o al menos en lo que esperan obtener de ellos. La mayoría de las veces tienen el suficiente capital para invertir en la compra de maguey mezcalero, por lo cual tienen la posibilidad de estar produciendo constantemente. Se rumora en las pláticas informales, que durante las fiestas patronales que se celebran en Sección Cuarta, aparte de beber el mezcal habitual para cualquier otra comunidad del distrito, en la Sección se acostumbra bañar a los asistentes con mezcal: arrojándolo de la boca de los participantes, al mismo tiempo en que se baila el jarabe de la rosa. En todas mis visitas en las comunidades que producen mediante olla de barro, nunca presencie tal suceso, en todos los casos se invitaba mezcal gustosamente a quienes así lo quisieran, pero nunca se planteaba siquiera la posibilidad de desperdiciarlo; es un bien preciado. Entender esos comportamientos, debe ser posible a través del conocimiento del origen del sujeto en cuestión y de la manera en que este agente -llamado mezcal- se esta desenvolviendo.

Sistemas de conocimiento local. El mezcal

Sobre la historia del mezcal podemos referirnos a un origen que se remonta hacia la llegada de los españoles y la importación del método de destilación en alambiques y/o por la influencia del método filipino y la destilación en ollas de barro. También existen algunos estudios que señalan un posible origen prehispánico en la destilación del agave mezcalero. Sin embargo, no será mi tarea profundizar sobre dicha cuestión, no obstante, si considero necesario señalarlo, ya que se

presenta como la primera característica diversa y controversial que gira en torno al mezcal. Por lo tanto:

> Los alambiques de los conquistadores y los destiladores que llegaron a finales del siglo XVI en los barcos provenientes de Asia se encontraron rápidamente con el *mexcalli,* una materia prima útil para producir bebidas alcohólicas. En pocas décadas el destilador filipino de ollas de barro y los alambiques de cobre con serpentín fueron adoptados y su uso se expandió: dejaron de ser foráneos para hacerse campesinos, mestizos y clandestinos. Era cosa para que el nombre del maguey cocido, *mezcal,* fuera utilizado para referirse al aguardiente derivado de él (Hernández, 2015:159).

En la región de Sola de Vega se cuenta con los dos tipos de destilación, ollas de barro y alambique de acero inoxidable. Aun no profundizo en lo que respecta al origen de cada sistema de destilación y la elección de cada comunidad de decidirse por uno u otro; he realizado algunas preguntas respecto a tal cuestión, pero aún no tengo los datos suficientes para ofrecer una basta explicación etnohistórica.

Los principales estudios publicados que han abordado la cuestión del mezcal en sus distintas etapas productivas y comerciales son: Bautista y Ramírez, 2008; Luna (2007); Larson, Valenzuela e Illsey (2007); Nates (2011); Argueta, Corona y Hersch (2011); Bautista y Ramírez (2015); Hernández (2011) y Guzmán (2014). De dichos autores se rescatan los siguientes puntos: 1. Los altos costos del agave en su plantación, traslado y venta; 2. El aspecto de una producción limitada y exclusiva, aunado al tema en la estética del mezcal para su comercialización; 3. La pérdida de magueyes mezcalero silvestres, su domesticación, sobreexplotación y mal manejo; 4. La contradicción respecto a que los conocimientos tradicionales son ajenos a los mecanismos de mercado; 5. La creación de unidades de comercialización respecto al mezcal y sus dificultades en su promoción; 6. Ante el aumento de la producción y la demanda se han formado y consolidado grupos de poder; 7. Se ha establecido

un control económico de los intermediaros sobre las etapas de producción y comercialización del mezcal. Además, el intento por trabajar el agave a través de la asociación de cultivos; 8. La producción está siendo dominada por la industria. Los objetivos y anhelos de las industrias están sobreponiéndose a la idea social del mezcal, y 9. Se experimenta una valoración de lo tradicional, es decir, rescate de los aspectos culturales, históricos y mostrar lo vernáculo del mezcal.

A partir de estos puntos y del contexto de los estudios que se han desarrollado en la región, quiero presentar una propuesta que destaque los temas de conocimiento de los palenqueros y de la economía moral del mezcal. Para ello, se han discutido los aspectos que refieren a la materia prima del mezcal (agave mezcalero), sus procesos de plantación, replantación y manejo, así como los actores que participan en cada una de las etapas; los escenarios en donde actúan. Aunado a ello, está el tipo de producción por la cual se opte, la manera en que es llevada a cabo y el mercado para el cual está destinado. De ahí la importancia de seguir analizando la visión del mezcal que tiene cada uno de los palenqueros, así como sus aspiraciones respecto al trabajo.

El conocimiento es un aspecto central de las interacciones sociales y una dimensión que nos ayuda a comprender las percepciones, las posiciones y los diferenciales de poder en cualquier cultura. Para Norman Long (2007), el conocimiento señala un orden y desorden en los procesos de la vida cotidiana. En este sentido, los procesos que refieren a la adquisición del conocimiento por parte de los palenqueros, no sólo serán significativos de su actividad como productores, sino que además dan orden y desorden a las relaciones sociales de su comunidad y la manera en que se enclava una actividad dentro de un sistema cultural específico. Long propone estudiar estas interacciones a partir de su concepto de interfaz:

> Los estudios de las interfaces, entonces conciernen esencialmente al análisis de las [discontinuidades] en la vida social. […] tales discontinuidades se caracterizan por discrepancias en términos de valores, intereses, conocimiento y poder. Las interfaces ocurren típicamente en los momentos en donde se entrecruzan mundos de vida o campos sociales diferentes y frecuentemente en conflicto (Long, 2007: 327).

Por lo tanto, se entiende que el conocimiento de los maestros palenqueros se presenta en espacios que están esencialmente en conflicto y, como señala Long, se manifiestan a través de distintas formas de organización y entendimiento.

Es vital analizar la cuestión de que aun en un mismo espacio pueden convivir distintas percepciones, y precisamente, dichas diferencias enriquecen el proceso de conformación del conocimiento. Podemos preguntarnos acerca de esas percepciones para los palenqueros; para la región; para los intermediarios y para quienes consumen el mezcal. Surgen las siguientes interrogantes: ¿Por qué algunos palenqueros quieren "producir más que otros"? ¿Cuál es el significado que le asignan a la producción del mezcal? ¿Cuáles son las metas y realidades en cuanto a la elaboración del mezcal? ¿Cómo están reaccionando los palenqueros antes las nuevas dinámicas de mercadeo que se presentan en la región? Para dar respuesta a dichas cuestiones, tengo que ser precavido de no caer en generalizaciones; apoyándome en el propio autor, puedo mencionar que para explicarlas hay que estar conscientes de que el conocimiento se desenvuelve a través de dimensiones cambiantes de poder y autoridad; es decir, conocimiento es poder, no siempre lo es, pero lo puede ser. Vayamos a otro concepto que menciona Long, espacios sociopolíticos: Tales espacios se caracterizan por la creación de nuevas identidades y relaciones, en las que se generan discontinuidades de poder basadas en formulaciones de intereses y valores preexistentes y nuevos (Long, 2007: 160).

En esta lógica, lo que se está sugiriendo es que la manera en que se accede al conocimiento y los aspectos que lo conforman, se presentan de manera diferenciada. Es decir,

para Long existe una heterogeneidad: *"múltiples formas sociales dentro del mismo contexto y escenario".* No todos los palenqueros comparten la misma visión de su actividad, tampoco tienen los mismos conocimientos, y desde luego, la manera en que accedieron a ellos puede ser tan variada como lo son las variedades de agaves que utilizan en la elaboración del mezcal.

Ahora bien, hay otro aspecto a destacar: la agencia que tienen los participantes. La agencia humana que posee tanto palenqueros, como intermediarios y como los actores de la región, la agencia puede definirse como:

> […] las maneras en que la gente (quienes aplican los programas de desarrollo y los actores locales) mediante prácticas discursivas y organizadoras, bregan y manipulan ciertos elementos restrictivos y habilitadores en un esfuerzo por involucrar a los otros en sus diversos esfuerzos o proyectos de vida (2007: 177).

Los palenqueros han sido participes de un discurso en la producción del mezcal. Su conocimiento no se ha restringido a su actividad, sino que ha dirigido la dinámica regional de la socialización del mezcal. Es aquí donde surge la idea de pensar que el mezcal tiene una economía propia, que va más allá de las dinámicas globales de mercado. Como parte de esta agencia, el campo mostró la presencia de un principio de reciprocidad en el consumo del mezcal, al menos en su aspecto comunitario.

Cuando se realiza una fiesta comunitaria, entre los preparativos de comida, grupo musical, misa, *calenda,* convite, sobresale la elaboración del mezcal. Los palenqueros que pertenezcan a dicha comunidad están obligados moralmente a ayudar en la elaboración del mezcal, en cualquiera de sus etapas y/o en cada una de ellas. Los demás habitantes de la comunidad tampoco están exentos de hacerlo; ya sea que cooperen con mezcal (5 litros); con maguey (una o dos matas) o con dinero ($500 pesos), pero cada hogar debe aportar de una u otra forma. El no hacerlo implica perder el apoyo de la comunidad y le imposibilita pedir una cooperación de cualquier tipo. Hay un principio de reciprocidad, porque lo que cada hogar está

otorgando será devuelto en su debido momento; no importando qué es lo que se devuelva, todo cabe dentro de una economía moral comunitaria.

Para desplegar esta idea, me apoyaré en lo que Paz *et al*., (2011) señalan sobre la idea de que vivimos en una sociedad del consumo, que guarda relación con los modos de producción y el acceso a los bienes materiales, cito:

> Esto es así, porque en la sociedad contemporánea, la ideología central es la del progreso material, la búsqueda incesante de la prosperidad, el crecimiento económico, pero sobre todo, el consumo , "el aquí y ahora", nuestra concepción del tiempo, en tanto "el sólo se vive una vez", es una noción más acabada de la vida, el tiempo y el espacio que implican e invitan a la adquisición de bienes que materialicen nuestro presente, pero además dan sentido a nuestra existencia y orientan nuestro futuro (Paz; López y Solórzano, 2011:95).

La idea de que el mezcal está inmerso dentro de esta ideología del consumo es cuando menos paradójica para los habitantes que comparten esta economía moral. Pues la condición y naturaleza del mezcal es la de lazo comunitario, donde su valor de uso es predominante, aun cuando nadie se engaña sobre las mínimas condiciones monetarias para hacer funcional todo el sistema de destilado, el trabajo que se realiza en los palenques. Pero la aparición de nuevos valores comerciales ha venido a crear una especie de burbuja especulativa, la búsqueda de lo auténtico como un valor de afuera ha creado la figura de una mercancía cultural, un fetiche. Para los locales el pasmo es descubrir que sus bebidas ahora se colocan en el mercado exclusivo de bebidas por las cuales los consumidores están dispuestos a pagar un sobre valor, o un valor justo si el intermediario hace posibles los intercambios desde una cierta lógica social –añlgo que en realidad es poco común.

En este mismo orden de ideas:

> […] la llamada sociedad del conocimiento surge del modelo de producción que exige poseer el conocimiento necesario y suficiente, como parte de la especialización que exige el capitalismo, en tanto que la sociedad de la información, de la opinión, cohabita en la esfera de la sociedad del consumo; en ella no es necesario tener conocimiento de los

> productos que se requieren obtener, es la imagen o las cualidades que se dice que tienen lo que impulsa a consumirlos (2011: 96-97).

Aparentemente es un fenómeno que está experimentando el mezcal mexicano, especialmente los de origen artesanal. En su proceso de comercialización, los intermediarios están destacando la imagen y las cualidades de la bebida, impulsando a los nuevos consumidores a comprarla e incluso "especulando" respecto al precio que debería tener cada botella. Hay una evidente sobreexplotación de la imagen del mezcal y de la forma en que se ha comercializado.

Respecto al conocimiento que poseen los palenqueros; es un tipo de conocimiento que les es útil tanto al productor, a su familia y a la comunidad en que viven. Aunado a ello está el hecho de que cada vez es mayor el interés de los hombres jóvenes por aprender a elaborarlo; no siendo la línea patrilineal, la única manera que permite la transmisión de este conocimiento. Son los compadrazgos, las relaciones de amistad y vecinales las que complementan los procesos de transmisión. Es así como un joven de 18 años de la comunidad San Juan, puede aprender de un hombre de 48 años que vive en el municipio de San Francisco; no existe un conocimiento "restringido", éste lejos de estar designado solo para un cuanto número de personas, es del dominio público. Su transmisión trasciende las fronteras comunitarias y rompe con cualquier distancia generacional existente.

Durante mi trabajo de campo, dos palenqueros se ofrecieron a enseñarme a producir mezcal, uno más me sugirió vender su mezcal en mi ciudad natal. Esto ejemplifica bajo la evidencia empírica de que el conocimiento tiene más connotaciones sociales y como lo señale antes -a través de Norman Long-, funciona como un mecanismo de articulación del orden y el desorden en los procesos de la vida cotidiana.

> Lundvall y Foray (1996) sostienen que existen diferentes tipos de aprendizaje los cuales implican diferentes cantidades de interacción social. Destaca que el aprendizaje tiene lugar en conexión con las actividades rutinarias en la producción, la distribución y el consumo, y produce insumos importantes para la innovación. Tales experiencias aumentan el conocimiento técnico y ofrecen ideas para solucionar problemas de cuello de botella que se presentan en la producción (Citado en Dettmer, 2006:263).

Un caso que ilustra la anterior cita es el conocimiento técnico que se tiene sobre la elaboración del mezcal de la especie de agave conocida como jabalí. Dicho agave se puede definir como: *de difícil manejo y de conocimiento focalizado*. Ello a razón de que son pocos los palenqueros que lo trabajan en la región, eso a pesar de que paradójicamente es uno de los más apreciados por ellos mismos. "*Cuando uno lo tiene en las ollas, se levanta mucho, hace harta espuma", "hay que tenerle el fuego despacito, vigilarlo",* es decir, no puede destilarse de la misma forma en que se haría con otras especies de agave. Por lo tanto, la producción de mezcal variedad jabalí está restringida no solo por su limitada disponibilidad ecológica; aunque el sabor es de mucha estimación los tiempos para que las plantas maduren no es un factor que por el momento haya sido suficiente para estimular su propagación y cuidado. Por otro lado, el cocinado requiere de una paciencia particular, es decir, un cuidado que ante las exigencias comerciales actuales difícilmente se puede tener.

Si la decisión es aumentar la producción, otros problemas se presentan en el camino; hay que aumentar las capacidades técnicas del palenque: más ollas de barro, más suministro de cazos de acero inoxidable, más leña para quemar el bagazo, más tinas para la fermentación al igual que para depositar el mezcal, una mayor capacidad en el horno donde se cose la piña del agave e incluso habilitar un espacio en el hogar para almacenar el mezcal que se está produciendo. En algunos casos, incluso se ven en la necesidad de contratar peones, lo que sin duda reduce las ganancias que pudiesen tener. Además, si se aumenta la producción, por obvias razones hay que

conseguir mayor cantidad de materia prima; el kilo de agave casero (excepto el jabalí y el tobalá) se consiguen en un precio que va de los $4.00 a los $8.00 pesos dependiendo de quién lo ofrezca; también puede ser que se vendan por piñas o por superficie plantada (hectáreas).

Otro aspecto que guarda relación con la compra del agave, es la capacidad que tenga cada productor para producir el agave que utilizará durante sus palenqueadas. Por lo regular, cuentan con pequeñas extensiones territoriales en donde plantan algunas especies de agaves, el más común es la especie espadín. Sin embargo y por las propias características de la planta, el periodo de maduración es largo, lo que supone que no siempre se tienen las piñas suficientes para una "tirada" (producción), lo que pone a los palenqueros ante tres situaciones: 1. Pedir el maguey a *medias:* que el maguey lo ponga alguien más y que cuando se tenga el mezcal se reparta a medias, según las medidas (5 litros) que salgan; 2. Comprar el mezcal con alguien de la región o salir hasta otros pueblos del estado de Oaxaca, o 3. Esperar a que se tenga mayor capacidad para recolectar las piñas necesarias para una tirada.

No obstante, los productores que han decidido entrar al proceso de certificación del mezcal, entran a una relación contractual con la empresa comercializadora y con ello se obligan a comprar agave y leña de otras partes, dado que difícilmente los locales son capaces de sostener una demanda constante. Esto evidentemente, disminuye los ingresos que se pueden obtener, lo que, en los peores casos, origina que la venta del mezcal solo sirva para cubrir los gastos de ejecución, convirtiéndola en una actividad poco redituable económicamente. Y aquí se vuelve un vaivén, donde se quiere hacer más, pero lo moral no les permite actuar de manera distinta.

Conocimiento

Uno de los principios claves sobre el cual he sustentado esta tesis, es la comprensión del conjunto de conocimientos que respaldan la producción del mezcal solteco. Todos podemos vislumbrar que hay un aparato de conocimientos muy definido que poseen los palenqueros y les permite ir continuando con la tradición en la producción del mezcal. Sin embargo, lo que interesa a esta investigación es conocer y analizar cuáles son los condicionamientos sociales que dan legitimidad a dichos conocimientos. Aunado a ello, está el hecho de la funcionalidad de éstos; es decir, cuales funciones específicas cumplen los conocimientos para la continuidad de una tradición. Por qué el conocimiento de los palenqueros es importante en la conservación de la tradición, de qué manera este da continuidad a la producción artesanal.

El hecho de que un conocimiento esté determinado históricamente no permite concluir su falsedad, ni siquiera su carencia de objetividad; ni su verdad es tampoco garantía de que carezca de pertinencia social (Villoro, 2016:13). Sin embargo, si es causante de la creación de una mercancía cultural, lo que sugiere que la conservación y transformación de dicho conocimiento permite crear un objeto con un valor cultural propio, como lo es el mezcal solteco. No obstante, dicho valor no ocurre por la existencia de la mercancía, sino como un juicio que generan los propios consumidores.

De igual modo, la propia demanda del mezcal solteco y de los casos particulares de los mezcales ancestrales, es lo que ha dotado de valor a dicha mercancía.

> Casi todos los estudios analizan el conocimiento proporcional, es decir, el que se refiere a un hecho o una situación expresados por una proposición, […] esa forma de conocimiento se traduciría por "saber". […] todo saber implica creencia, pero no toda creencia implica saber. Sólo a creencias que consideramos verdades llamamos saberes (Villoro, 2016: 14 y 16).

Existe la creencia de que los palenqueros pueden transformar el agave en un destilado llamado mezcal, dicha creencia está sustentada en un hecho real, por ello, éste socialmente se define como un *saber*, que puede ser transmitido de generación en generación, sin importar lazos parentales. Los palenqueros son reconocidos socialmente por sus mezcales, es un hecho real su existencia y su valoración es algo determinado por los consumidores. Para que dicha creencia sea un saber, existen algunas condicionantes:

> Ante todo, deben ser suficientes para creer en sentido fuerte; las razones deben ser concluyentes, complejas y coherentes para quien las sustenta. Además […] deben ser suficientes para garantizar la verdad de la creencia, con independencia del juicio de quien las sustenta; y el criterio seguro de ello es que sean suficientes para cualquier sujeto que las considere (Villoro, 2016:45).

Como tal, las razones de los palenqueros son concluyentes y complejas, desempeñan una actividad determinada y creen en ella, son persistentes en su acción. Las acciones que realizan y la mercancía que obtienen, son suficientes para garantizar la existencia de la actividad y su continuidad a lo largo de las generaciones. Por su parte, los consumidores y los vecinos de las comunidades productoras, no desempeñan un papel secundario en todo el fenómeno del mezcal, no son meros espectadores, sino por el contrario definen la existencia de dicho saber, dan legitimidad a éste.

Ahora bien, como lo sugiere Luis Villoro, existen comunidades epistémicas que nos dan razón para analizar las diferencias entre creencia, saber y conocimiento; de igual forma su complementariedad.

Pretendo situar a la región solteca del mezcal dentro de este análisis, abstraerla y considerarla como una comunidad epistémica; entonces habría de decir que está socialmente condicionada, integrada por sujetos históricos. La actividad de producción del mezcal no sólo necesita de las facultades de los productores, sino, además, requiere de la objetividad que provee

el consenso de todos los miembros de la comunidad en cuestión. Así pues, no solo hablamos de esta comunidad epistémica en los miembros de las comunidades productoras, sino también en cualquier persona que participe del mundo del mezcal; productores, consumidores, comercializadores, promotores, etc.

Pero qué relación existe entre la objetividad del consenso y la subjetividad de quienes comunitariamente originan dicha aprobación. Hay una intersubjetividad respecto al establecimiento del saber, la cual es viable mientras sea válido para los sujetos posibles de la comunidad epistémica. De tal modo, dentro de la intersubjetividad de la aceptación del saber solteco y de la tradición en la elaboración del mezcal, está es posible porque los sujetos históricos que forman parte de ella, le dan validez. Los participantes del mundo del mezcal solteco dan garantía de la verdad del juicio del saber de los palenqueros, a través de la intersubjetividad, sin importar quien lo sustenta, esto es para el autor, el criterio de la objetividad.

La existencia del conocimiento no es negada, su transmisión no tiene ningún tipo de restricción. Todos los palenqueros se encuentran dispuestos a compartirlo con quien lo desee. Gran parte del éxito de un mezcal depende del manejo de dicho conocimiento y, de la experiencia provocada por ese saber. El compartirlo no solo es en beneficio del aprendiz, sino además el palenquero reafirma sus conocimientos y puede ir fortaleciéndolos a través de las experiencias con el *otro*. Innegablemente, esto sugiere que estamos ante la presencia de un conocimiento que ha pasado de ser meramente técnico a convertirse en especializado y complejo.

De igual forma, el conocimiento no es exclusivo de los palenqueros, lo usan todos en las relaciones cotidianas del pueblo solteco, en la forma en que se comportan frente a una bebida

que actúa en sus arenas. Su entendimiento no está restringido a la actividad productiva, sino a las críticas que se construyen alrededor de este, definidas por los propios partícipes de dicho conocimiento, es decir, por todos los soltecos. En este sentido, Norman Long (2007) sugiere: Esto requiere prestar atención cercana a las prácticas de la vida social cotidiana, involucrando en ellas las estrategias, maniobras, recursos y luchas por los significados e identidad que ocurren entre los actores, ya que solo de esta manera uno puede detallar las complejidades de cómo el conocimiento se integra, exterioriza y se reconstruye por los diferentes actores. Sobre este punto y bajo la visión del modelo de Long, he analizado el conocimiento de los palenqueros a través de los siguientes tres puntos: Adquisición, utilización y transformación. De este modo, queda claro que al adquirir conocimiento y hacer uso de él, se ordenan y reordenan los procesos de la vida cotidiana. No es fortuito que los palenqueros sean respetados por su comunidad, siendo poseedores de un conocimiento que no solo implica poder, sino *servicio.* Poner el conocimiento en beneficio de la comunidad, regulando las relaciones sociales; haciendo posible su continuidad, planteando los estatutos para una economía de lo moral.

El conocimiento relacionado con la producción del mezcal no se puede limitar exclusivamente a las manipulaciones técnicas de la materia prima, al interior de las comunidades y entre estas. La posibilidad de realizar esta actividad se vincula con los procesos de manejo territorial, de acceso al recurso agave y en ello pueden vislumbrarse tanto relaciones de apoyo y cooperación como ciertas disputas y discrepancias, particularmente agudas a partir de la mercantilización la cual supone maximización de tiempos, acceso suficiente a la mano de obra y una solvencia social.

Como tal, no hay una situación de conflicto en Sola de Vega, no al menos bajo el parámetro de la disputa física; si la hay tiene que ver con las tierras que se pelean una y otra

comunidad, pero no específicamente por el tema del control de la producción del mezcal. Menos aún por su consumo local. Sin embargo, si coexisten las interfaces respecto a la forma en que se entrecruzan dos formas de ver la vida, de ver la actividad productiva, propia de los distintos campos sociales a lo que pertenecen los sujetos en cuestión: productores e intermediarios. Es decir, de los propios palenqueros, los miembros de la comunidad y los comercializadores del mezcal (todos ellos originarios de otros lugares). La interfaz se revela en el campo de las transacciones económicas, para muchos "la moda del mezcal", sugiere la oportunidad para sacar provecho de ese conocimiento específico en la elaboración de la bebida que les reporte beneficios económicos con los cuales puedan resolver los diferentes gastos en la educación de sus hijos. Pero para la mayor parte de los palenqueros esta opción es solamente una ayuda, un complemento y no la solución definitiva. Mientras tanto los comercializadores juegan con otros valores apelando a una serie de rasgos destinados a crear el carácter único de esta bebida. El producto final que se dispone para su venta en las vitrinas, carece de toda relación emotiva orgánica con sus productores, aun cuando esto es lo que precisamente se destaca en el marketing mezcalero. En esto la función social del palenquero comienza a adquirir sentido a partir de las políticas y normativas establecidas por el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal; su quehacer entra a formar parte de los discursos y tensiones que promueven la identidad no solo de las marcas sino de ciertos destinos o territorios que, como el distrito de Sola de Vega, fungen como emblemas distintivos del comercio especializado en esta bebida.

Los conocimientos técnicos adquiridos por los palenqueros forman parte de un proceso campesino de aprendizaje. Lo primero que hacen los niños campesinos es acompañar a sus padres o tíos en los días que se trabaja el palenque. Los palenqueros con mayor experiencia comienzan a trabajar entre los 10 y los 13 años, acarreando leña, atizando las ollas, cargando

los burros, mudando las ollas. Desde luego, que para producir “un buen mezcal” hay que disponer de un talento innato; en analogía con un chef que perfecciona su conocimiento adquiriendo nuevas habilidades, capacidades que van aumentado y perfeccionando conforme incrementa el número de platillos elaborados, pero sin dicho talento, el productor no puede llegar a destacar sobre el resto de sus compañeros. Por si sola, la repetición puede ayudar a mejorar el proceso e irlo perfeccionado cada que se emplea. No obstante, es necesario un toque extra de talento innato, que va reafirmándose con la aceptación pública y con el prestigio del que goza el mezcal en el ámbito comunitario. Como ya lo he mencionado, ello es a través de las cualidades organolépticas de los destilados que produce cada palenquero; habrá que sumar el factor de las especies usadas y el entorno en que se desarrollan, es decir, las características de los ecosistemas mezcaleros. Así es, como los microorganismos que viven en las plantas productoras, les brindan a los mezcales de cada región, aromas y sabores diversos.

Por lo tanto, he definido dos tipos de conocimientos en los palenqueros soltecos: el conocimiento técnico; que es aquel que tiene que ver con el proceso en general de elaboración con sus respectivas etapas productivas. Corte, cocción, machucado, fermentación, destilación y composición del destilado. Por otra parte, el conocimiento especializado, se refiere al conjunto de aparatos de conocimiento que dan continuidad a la tradición en la elaboración del mezcal. Es decir, en primer lugar, a la transmisión de este; el cual no está restringido ni reservado para ningún sujeto, pero es complejo y gradual en su aprendizaje. Después tenemos la legitimidad social que provee dicho conocimiento y el consenso comunitario que proporcionan de ese *saber*. También tenemos el hecho de que el conocimiento especializado, vislumbra la capacidad del palenquero por ser valorado a través de su mezcal, a través de las cualidades organolépticas del

destilado, pero también gracias a la vida social propia del mezcal y a la participación comunitaria del palenquero.

El prestigio social que gozan los palenqueros en mi zona de estudio no es fortuito ni se vincula únicamente con los procesos más recientes vinculados a la mezcolatría: la profusión de marcas y la emergencia de circuitos mezcaleros, reuniones de degustación y la apertura de bares especializados en la bebida en todo el país que llevan por nombre *mezcalerías*. El reconocimiento local a su labor encuentra significado e importancia bajo las condiciones típicas de economías campesinas que han sabido explotar la condición diversificada de sus paisajes agaveros. Hasta la propia condición precaria de los caminos ha sido funcional a un cierto encapsulamiento de saberes y prácticas que tienen por principio el mantenimiento y regulación de las relaciones sociales, pues no se trata de una región carcomida por el vicio, pero en donde el alcohol bajo la forma mezcal adereza todo tipo de interacciones y distingue el tipo de vínculos al exterior.

El gusto por el mezcal no es nuevo, sin embargo, la naciente búsqueda por mezcales ancestrales (mezcales de baja producción) sí es un fenómeno aparentemente reciente y en crecimiento. Parte de ello está en la valoración que se les ha hecho a dichos destilados. Como lo he mencionado parte del valor y de los atributos de un mezcal, está en la legitimación de quienes los consumen. Cuando platicaba con las personas del pueblo, me señalaban que mezcales se producían en la región y cuáles y cómo eran los palenqueros que los trabajan. Si les pedía una lista me la daban, anteponiendo los mezcales que ya habían probado y dejando al último los que desconocían y/o eran nuevos palenques.

Callan, Méadel y Rebeharisoa (2002) mencionan que las cualidades son atributos de productos socialmente determinados. De este modo, las cualidades del mezcal han sido

propiciadas por los propios consumidores, creando un gusto histórico particular. Escogemos cuáles son los atributos importantes en la definición del producto y los distinguimos por medio de procesos de mediación y clasificación.

La forma en que clasificamos a las cualidades no es un proceso neutral, sino que refleja valores culturales y relaciones de poder (Curiel; Hernández-Díaz y Worthen: 2016:23). Al respecto Arjun Appadurai añade: La creación de valor es un proceso políticamente mediado. En el intervienen relaciones de poder, negociaciones y disputas por los capitales económicos y simbólicos que implican la producción y consumo de productos (Appadurai, 1991:21).

Por su parte, Ponte y Gibbon (2005) explican que la forma en que clasificamos a los productos puede estar basada en atributos que son propiedades del producto mismo o del proceso de producción. El mezcal solteco está clasificado a través de los atributos de ser una bebida 100% agave, orgánica, natural y oaxaqueña; una bebida representativa de lo nacional. Pero, además por su particular proceso de producción, su origen ancestral: materia prima (agaves) que no han sido sometidos a fertilizantes industriales, cocción en horno cónico, fermentación en tinas de sabino, molienda con mazo de madera y doble destilación en olla de barro.

En los intercambios culturales se configuran parámetros que permiten singularizar cada producto en función de la identidad de quien lo produce o del contexto original en que se formó (2016: 25-26). En el mundo de los mezcales la identidad e importancia de Sola de Vega no pasará desapercibida para los buenos catadores; muchos sabrán a estas alturas que muchos mezcales vendidos a pie de carretera en las zonas turísticas del estado de Oaxaca, en realidad fueron elaboradas en el municipio que estamos estudiando. Es interesante destacar, en todo esto que el mezcal que irrumpe no es el mezcal solteco, sino el oaxaqueño, pues existen relaciones metafóricas y metonímicas en el tipo de estrategias que determinan el perfil cultural de ciertas

mercancías. Así, podemos entender que el mezcal mantiene estrecha relación con la cultura específica donde surge y en esta interacción metonímica, se relaciona al mezcal con el pueblo solteco; haciendo así referencia a que la gente que es ajena a la región, pero tienen en su memoria el recuerdo o ha escuchado hablar del lugar, lo primero que menciona es el mezcal. Por ello, se mantiene una relación reciproca entre la cultura de Villa Sola de Vega y la historia de su mezcal en la región y el país entero.

En este sentido, la ciudad de Oaxaca es con toda razón el escenario privilegiado de la virtualización mezcalera, donde la bebida adquiere plenamente su condición de fetiche. Aquí se le rinde culto comercial, pues se encuentra en el centro de los atractivos turísticos. A la profusa variedad de actividades que incluye la visita a museos, templos, galerías, zonas arqueológicas, debemos sumar la cata de mezcales y la degustación que tiene como soporte la rica y condimentada gastronomía de moles, salsas y detalles exóticos como chapulines, otros insectos y larvas. El paroxismo cultural, turístico, gastronómico, estético puede resultar inagotable en el complejo calendario ritual de los pueblos oaxaqueños y en la condición nodal de su ciudad capital. Tradicionalmente los mercados oaxaqueños funcionaron como lugares de distribución de los productos regionales, mezcal adulterado o de mala calidad era vendido en la capital y de la misma forma mezcal de muy buena factura era posible conseguir en determinados sitios; más recientemente:

> La instalación de las mezcalerías […] es un hecho históricamente reciente, sobre el cual no existe un registro específico, aunque se dice que éstas tienen como antecedente las cantinas del centro de la ciudad de Oaxaca, al ser el corazón de las transacciones comerciales. Fue en 2007 cuando aparecieron las mezcalerías como establecimientos especializados en la venta y consumo de mezcal con marcas particulares: la mezcalería "Los amantes" se señala como despegue para la oleada que vendría de este tipo de negocios, que actualmente se concentran en el centro histórico de la ciudad de Oaxaca. Desde entonces cada año aparecen y desaparecen mezcalerías, que venden su propia marca comercial de mezcal o las marcas con mayor reconocimiento; mismas que, desde 2011, han abierto sucursales en la ciudad de México, concentradas principalmente en las colonias Roma y Condesa. Otro tanto ha sucedido en ciudades cosmopolitas de Estados

> Unidos, Guatemala, Australia, Canadá, España, Inglaterra y Francia, entre otros, como nuevos cotos de consumo (Hernández-Díaz y Cárdenas, 2016:178).

En el pueblo de Sola de Vega también se han establecido este tipo de locales. Hay uno en particular llamado "La gota fría", que se encuentra a la orilla de la carretera que nos dirige al municipio de Puerto Escondido. Su cartera de clientes, son principalmente turistas que se dirigen hacia este destino del pacífico mexicano, quienes aprovechan el largo trayecto para bajarse en el pueblo a descansar y comprar mezcal que ofertan tanto ellos como otros locales en el pueblo. No solo la "Gota fría" ofrece mezcales de la región, sino también cada tienda o negocio del lugar, tiene mezcales de distintos agaves, que sirven por copeo o en botellas de 750 ml o de 1lt. Cada uno defiende la calidad del mezcal que ofrece, incluso promueven el nombre del palenquero que lo produce y señalan la autenticidad de los destilados que ofrecen. Los ritmos de producción de los mezcales oaxaqueños han ido en aumento, con ello también los precios. Alberto Cruz recuerda: *"antes el mezcal estaba muy bajo, muchos pensaban en dejar de trabajarlo".* Esto era entre $40 y $50 pesos por litro, para los años 1990-2005. Actualmente los mezcales promedio (tradicionales principalmente) están entre los $100 y los $150 pesos por litro; los ancestrales entre $150 y $200 y los ancestrales elaborados con agaves silvestres, pueden llegar hasta los $300 pesos por litro.

> […] el consumo de esta bebida destilada recorre las prácticas locales y las lógicas globales a partir de transferir a quien lo bebe la capacidad de comunicar significados culturales que pueden ser utilizados como marcadores de espacio, tiempo, sectores, relaciones sociales y estilos de vida (Curiel; Hernández-Díaz y Worthen, 2016:18).

Lo que está ocurriendo en la actualidad, es que el conocimiento que poseen los palenqueros, ha pasado a ser un medio para potenciar la actividad comercial del mezcal. Las empresas dedicadas a su venta han aprovechado la identidad de los espacios en donde se produce y el conjunto de procedimientos artesanales en su elaboración, para comercializarlos bajo la etiqueta cultural; se

nos vende más que mezcal oaxaqueño, se nos vende el concepto del mezcal artesanal, del ancestral y único.

La clase, etnia o el grupo al que pertenecemos nos acostumbra a requerir tales objetos y de cierta manera. Y como, sabemos, lo que se considera necesario cambia históricamente, aun dentro de una misma sociedad (García, 1993:79). Es precisamente que, en estas trayectorias de los objetos, debemos encontrar cuales son las características que se han transformados durante los años en que se han producido y cuáles otras se han ido transformando conforme la demanda ha ido aumentando. De tal modo, entiendo el consumo el mezcal solteco, como parte de un proceso sociocultural del cual nos apropiamos y hacemos uso dentro del marco de nuestras relaciones sociales, no importa si formamos parte de la cultura en donde se produce, lo que importa es poder referir o narrar una historia mediante la cual podamos legitimar nuestra participación en esta cultura o bien podamos demostrar una apropiación del simbolismo del mezcal solteco.

Entrando en un proceso simbiótico de relación mutua, hay una complejidad en las interacciones ente productores y consumidores. García Canclini menciona:

> Es necesario conocer la forma en que se articula la racionalidad de los productores con la racionalidad de los consumidores; éste es el ámbito donde pueden instalarse la colaboración de la economía con el saber antropológico y con los estudios sobre recepción. […] desde el ángulo de los consumidores el aumento de los objetos y de su circulación deriva del crecimiento de las demandas (García, 1993:82).

La agencia del mezcal es una determinación adherida a sus distintas variedades, los periodos germinativos y el gusto que condiciona el grado de su demanda. Hacer un viaje a Oaxaca se puede justificar únicamente por la búsqueda de un mezcal en particular y la consumación, el acto que corona la búsqueda por lo regular forma parte de una narrativa que trasciende y se incorpora a la vida de los verdaderos mezcaleros. Ahora, el mercado sofisticado de los mezcales,

permite adquirir lotes numerados de una calidad garantizada, pero nada substituye la experiencia del viaje directo a las zonas rurales oaxaqueñas en donde se produce.

De tal manera, el mercado neoliberal busca apropiarse de las culturas tradicionales y convertir las diversas producciones culturales en objetos altamente mercantilizados; resignificando dichos objetos y rompiendo con la tradición que son inherentes a su materialidad.

Actualmente no podría afirmar que el mezcal sea la actividad económica más importante de Sola de Vega, como ya lo dije -a pesar de su preponderancia-, producir mezcal es una actividad económica complementaria. El grueso de los productores locales nunca ha manifestado abiertamente aspiraciones para convertir la destilación en una actividad económica central, el modelo cultural del palenquero ha sido el de un productor rural, campesino que además se dedica a otras actividades. Esto se comenzó a modificar a partir de la llegada de los comercializadores, intermediarios. El mezcal pasó a otro nivel de valoración, las dinámicas de mercado incentivaron a los pequeños productores a certificar[17] sus mezcales y firmar contratos comerciales con ciertas empresas. Las entrevistas realizadas, dan evidencia de que los palenqueros se muestran conformes con la forma en que llevan a cabo su trabajo en el palenque; no requiere un esfuerzo físico extenuante, ni se trabaja por periodos largos, no están obligados a entregarle mezcal a nadie y lo más importante: pueden combinar el trabajo del palenque con sus demás tareas agrícolas.

[17] De acuerdo con el COMERCAM, la certificación inicia con el registro de las plantaciones de agave ante el consejo; con la finalidad de identificar donde se encuentran ubicados los plantíos de agave y reconocer la variedad, garantizando que se encuentre dentro de la zona protegida por la DOM. Posteriormente se certifica la fábrica de mezcal, en donde el productor debe demostrar en todo momento que el producto no ha sido adulterado, desde la entrada de la materia prima hasta el embotellado del mezcal. El proceso termina con la obtención de una certificación NOM, con vigencia de 6 meses. Durante ese tiempo, el organismo realizará visitas permanentes mientras se efectúa el proceso de producción, terminado este lapso, siempre y cuando el productor haya demostrado que sigue cumpliendo la norma, se le emitirá otro certificado NOM por el mismo periodo de meses. De igual manera, el proceso de envasado es supervisado por el consejo.

Asimismo, el desempeño de la actividad es redituable económicamente y les ofrece un ingreso extra para los gastos familiares. Si el mezcal goza de prestigio, éste se venderá inmediatamente después de producirlo, ayudando a solventar los gastos del hogar. Cuando un mezcal se certifica los productores pasan de ser campesinos productores, a trabajadores del mezcal, contratados por una empresa distribuidora y/o comercializadora que los hace firmar contratos de producción por cierta cantidad de litros; los cuales van desde los 50 hasta los 300 litros mensuales, dependiendo de las capacidades del palenque y del tamaño de la empresa que esté involucrada; otro factor es el mercado al cual está destinado el producto: local, nacional o internacional. Sin embargo, al firmar este tipo de contratos, se compromete el palenquero a trabajar constantemente para cumplir los lotes estipulados, en el tiempo asignado y de las variedades de agaves que se hayan acordado. Esto los obliga a dedicarse exclusivamente a la actividad, lo que los segrega del ambiente comunitario en el cual está sustentado la producción y el consumo del mezcal solteco.

Entre la producción ancestral y la industrialización

Existe un dilema constante entre la difícil decisión que deben tomar los palenqueros sobre seguir produciendo de manera ancestral/artesanal o dar el paso hacia industrialización de su actividad productiva. Los dos polos extremos es entre los métodos ancestrales, que respetan la tradición y defienden las técnicas más puras y auténticas y los métodos altamente industrializados que priorizan la maximización de los procesos y la homogeneización del producto. Mi posición no considera de entrada como acertado o equivocado en principio una u otra de estas alternativas, en todo caso lo más interesante es poder contemplar el marco, los escenarios y los motivos a partir de los cuales los palenqueros asumen una determinada decisión.

Es claro que dicha transición demanda un esfuerzo extra en todos los aspectos. En primer lugar, requiere un capital suficiente para invertir en la materia prima y en la ampliación de los palenques, después implica la adaptación a un nuevo estilo de vida de trabajador asalariado; que bien puede incrementar los ingresos familiares, pero primordialmente podría dañar los lazos de amistad y cooperación que la manera ancestral y los pequeños palenques han venido promoviendo y en especial, conservando.

Las ventajas que trae consigo, es que asegura un ingreso mayor al de la producción artesanal. Si se tiene firmado un contrato, se asegura un flujo constante de dinero que servirá no solo para seguir produciendo destilado sino, además, para plantar y replantar agave. Pero al mismo tiempo, obliga al palenquero a cumplir con las condiciones y desde luego, dedicarse exclusivamente a tal actividad, teniendo que abandonar sus demás actividades agrícolas y/o contratando a hombres que los ayuden ya sea en el campo o el palenque.

Hay dos ejemplos de esta transición que ya tienen sus mezcales certificados. Solo se encontró información de tres casos en donde se está transitando de la etapa de vender el mezcal a granel a embotellarlo por los propios palenqueros y comercializarlo por cuenta propia. El primer caso es el que he mencionado anteriormente cuando hacía referencia a las comunidades de Sección Cuarta. Existe una cooperativa que funciona para darle salida al mezcal que están destilando; produciéndolo y embotellándolo; para de esta forma ir generando mayores ingresos que los obtenidos mediante la habitual venta a granel. No obstante, aún no hay suficientes compradores que aseguren que el total de lotes producidos puedan ser distribuidos, o que encuentren colocación en el mercado. Al menos no para que todos los productores que participan de la cooperativa y de la marca (Rajabule) pueden colocar su producto en la empresa, ya que las cantidades que estos trabajan son mayores a la capacidad de comercialización que tienen como

marca comercial. Por lo tanto, la apuesta hacia una cooperativa comunitaria encuentra un límite en el grado mismo de maduración de un proyecto que requiere nuevas reglas de participación, compromiso y entrega de resultados bien justificados. Aun me parece que debemos más estudios para entender como estas agrupaciones pueden desarrollarse y madurar por iniciativa endógena y alejada de los programas gubernamentales.

El segundo de los casos, se presenta en la comunidad de Quialela del municipio de San Francisco Sola. Tío Tomás Jaime ha venido construyendo un proyecto integral de producción y comercialización del mezcal. De a poco, ha ido aumentando la capacidad productiva del palenque, además de ello, ha venido creando todo un concepto entorno al mezcal: realizando visitas guiadas, muestras gastronómicas y rentándolo para eventos sociales. Con ayuda de gobierno estatal y de los programas de PESA, ha creado una cooperativa de maestros productores de las principales regiones mezcaleras del estado, Todos ellos con el plus de conocer el proceso del mezcal y degustarlo directamente del palenque. De igual manera, Jaime tiene certificado su palenque, por lo cual ha ido ampliándolo conforme las exigencias de la producción se o han demandado. Ya me detendré en su caso, al momento de trazar las trayectorias de vida de cada uno de los palenqueros.

El último de los testimonios, nos lleva a Quialela, donde Tío Rey Salomón, posee su mezcal certificado y ha establecido un contrato comercial con una empresa mezcalera. Su ejemplo me permite explicar la transformación de los palenques que he venido discutiendo en este trabajo; en primer lugar, el crecimiento de su palenque ha sido acorde a las necesidades que ha tenido por producir más mezcal en periodos de tiempo menores. Salomón recuerda que

cuando comenzó su palenque, tenía solo dos ollas de barro, un árbol de sabino vaciado[18] donde fermentaba el bagazo que previamente había machucado con mazo de madera. Para almacenar el mezcal usaba bidones de plástico (como la mayoría de palenques) y el agave que utilizaba para su elaboración era sembrado por el mismo. Actualmente, su palenque ha aumentado de dos a siete ollas de barro; el árbol vaciado ha sido remplazado por tres tinas de sabino y una de pino; los bidones donde almacenaba el mezcal han sido reemplazados por garrafones de vidrio y el agave que antes podía cosechar en sus terrenos, ha sido complementado por agave que compra en todo el estado. De igual manera, ha tenido que contratar a señores que le ayuden a trabajar, dedicándose exclusivamente a la destilación de la espirituosa bebida. Sin embargo, entre los cambios más notorios, desde mi punto de vista, ha sido su distanciamiento de las actividades comunitarias. En los periodos de campo que estuve en la agencia de Gulera, solo pude observarlo cuando acudí a su palenque, y ocasionalmente cuando iba camino al pueblo a bordo de su camioneta. No ha participado de lleno en las actividades del pueblo. En marzo de 2017, realizaron una fatiga los hombres del pueblo para limpiar y arreglar las imperfecciones de la iglesia del pueblo, todos acudieron y fueron participes de la actividad, a excepción de Tío Salomón, quien no acudió debido a que se encontraba trabajando en su palenque.

Las mujeres en el mundo del mezcal

Aunque el tema que he venido desarrollado ha centrado su atención en el papel de los palenqueros, no pretendo ocultar la vital participación de las mujeres en el universo del mezcal.

[18] Árbol vaciado se le llama cuando desprenden el corazón del tronco del árbol en cuestión, con el fin de crear una superficie hueca, de modo que se vuelve una especie de vasija en donde colocan el maguey machucado, para llevar a cabo su etapa de fermentación. Actualmente esto es poco común en los palenques, ya que estos han sido reemplazados por tinas de madera o más recientemente por recipientes plásticos.

No encontré ningún caso donde fuera la mujer quien se encargará totalmente de un palenque, pero ello no significa que no formen parte de este mundo mezcalero o que no conozcan el proceso entero de producción. Algunas de las razones que puedo atribuir de que no existan mujeres palenqueras son:

- Hasta hace algunos años existía la opinión de que las mujeres no debían acercarse a los palenques cuando se estuviera trabajando, ya que podría provocar que el lote fallara.
- En la actualidad las mujeres no pueden beber en el palenque mientras los hombres lo estén haciendo, o peor aún, mientras esté se está destilando.
- Pocas mujeres beben mezcal en espacios públicos como cantinas, billares, restaurantes. Pero si lo pueden hacer en el hogar, en casa de familiares o amigos y, especialmente en los días de fiestas comunitarias o regionales.
- No obstante, si participan en el proceso de producción y comercialización; algunas esposas de los palenqueros poseen el conocimiento de algunas etapas de la producción, pueden cuidar las tinas de fermentación, ayudar en la destilación y en la composición del mezcal.
- Sin embargo, su trabajo se oculta a los ojos de la mayoría de los agentes externos. Es necesario convivir con las familias para darse cuenta de la importancia real de la participación de las mujeres.
- Las ventas del mezcal es un asunto crucial si se quiere que realmente sea un apoyo económico para el sustento del hogar. Puede ocurrir que, durante una palenqueada, el esposo y los hijos se pongan a tomar; olvidando cambiar las ollas y/o pudiendo romper una de ellas. Entonces, la esposa entra a vigilar el palenque y realizar las tareas que puedan estar en peligro.

- Otro caso es el de la venta del mezcal. Muchos palenqueros se reúnen a beber con sus amigos, sacando del mezcal que ellos trabajan. La mayoría de ellos se muestran gustosos de que se les visite y se pruebe de su mezcal. Por lo cual, pueden llegar a invitarlo entre los asistentes, sin medida o límite alguno, obviando los gastos que esto implica. No obstante, algunas esposas de los palenqueros son más cuidadosas de la cantidad de mezcal que regalan, puede darse los casos en donde las mujeres reprendan al marido o incluso lleguen a cerrar bajo llave el mezcal que tienen.

La experiencia del mezcal puede apreciarse en lo cotidiano de las relaciones sociales. Estas observaciones no me dejan duda de un fuerte sabor machista, lo cual no es extraño en una sociedad que es machista, pero ahí en los detalles puede apreciarse una participación vital y lo que me resulta más importante, entender el palenque como parte de la estructura familiar, es decir, en la lógica de la unidad doméstica. No es solamente una bebida alcohólica. Como se ha mencionado anteriormente, reafirma las relaciones sociales, dando identidad a sus comunidades. En las calles y en los tiempos de esparcimiento es común escuchar que los jóvenes y los adultos discuten sobre la borrachera que se pusieron con mezcal, sobre las anécdotas que han experimentado a través de su consumo. También lo hacen sobre su venta; en la visita que recibieron de un comprador; de la venta de un maguey; de su plantación; de que se tienen visualizadas ciertas matas para trabajar; de que el tío "Pedrito" *palenqueo* ayer, entre otros tantos temas.

En el sistema de costumbres y creencias hay una relación con el mezcal, como una forma de organización social. La fiesta patronal no puede llevarse a cabo si faltara el destilado. La tradición sugiere que, en cualquier evento social, religioso e incluso municipal, sea el mezcal la

presencia insustituible. No importa el estatus social del individuo, su ocupación o sus aspiraciones, en la región solteca todos son participes de una u otra forma a través del mezcal.

Resulta interesante la anécdota del primer día que llegué al municipio de Sola de Vega, me presenté con el síndico y el jefe de asuntos agrícolas para explicarles el motivo de mi visita. Les detallé en qué consistía la investigación y como la llevaría a cabo. Desde luego que la visita no fue exclusivamente informativa. Necesitaba su ayuda para contactar las primeras comunidades productoras y el nombre de al menos uno de los productores. Lo interesante del encuentro, fue que en ese preciso instante me invitaron a beber mezcal con ellos; en la oficina estuvimos bebiendo unos tragos mientras acordábamos el lugar con el cual comenzaría la investigación. Cabe destacar que el mezcal que en ese momento estábamos degustando, eran las sobras del que habían invitado en las fiestas de septiembre en el pueblo; mismo que fue mandado pedir por la presidencia municipal a uno de los palenques, para así poder distribuirlo durante las celebraciones.

Los palenqueros soltecos

La figura del palenquero es central para el entendimiento de los procesos que configuran el mezcal en Sola de Vega. Resulta evidente que toda la cadena productiva depende de su conocimiento y de la capacidad gerencial de sus relaciones familiares y sociales. Existe un reconocimiento social para aquellos palenqueros que poseen una “gran experiencia”. Si bien un joven productor puede producir un mezcal de “buena calidad”, se presenta un mayor reconocimiento por aquel que tiene más años realizando la actividad y de cuyo saber existe un acuerdo y legitimidad social.

La producción del mezcal artesanal ha ido aumentando conforme los jóvenes de Sola de Vega van aprendiendo el oficio. Cada vez es mayor el número de jóvenes interesados por formar parte del mundo del mezcal, tanto en su producción, en su comercialización y en la difusión de la actividad. Esto es algo definitivamente relacionado con su boom o moda. Sin embargo, ello no asegura que la "calidad" del mezcal sea uniforme respecto de un palenque a otro; inclusive si se ha usado la misma especie de agave para trabajar.

En las pláticas con los productores con mayor experiencia, señalan que muchos de los jóvenes están incursionando en el mezcal. Estos jóvenes conocen poco del proceso; teniendo como resultado que, el destilado que producen pueda variar en la calidad respecto de quienes poseen mayor experiencia. Sin embargo, como la transmisión del conocimiento es oral, es común que no se encarguen totalmente de un palenque, sino que vayan ayudando al palenquero que les está enseñando y éste, les vaya asignando actividades de acuerdo a como evalúe sus avances.

La transmisión del conocimiento no se da necesariamente a través de lazos parentales, o por ascendencia directa. Es decir, no siempre es el padre quien enseña al hijo la actividad productiva. Existen muchos casos en donde el joven aprende de algún vecino de la comunidad o incluso de comunidades alejadas. Algo que ya he declarado, pero vale la pena enfatizar es que no existe un conocimiento restringido, oculto o especializado que se restringa a un probable "grupo selecto". Por lo contrario, del grupo de 13 palenqueros con los que trabajé, todos comentaron que estaban dispuestos a enseñar a cualquier habitante de Sola de Vega que quisiese aprender la producción del mezcal. Otros incluso me invitaban a que yo aprendiera a trabajarlo.

Es decisión del palenquero ir transformando el conocimiento y/o las técnicas utilizadas. Además, queda claro que los cambios en los instrumentos para la elaboración del mezcal son

gradualmente mayores y hasta cierto punto inevitables. Ante tal demanda y favorecidos por los comercializadores, han ido cambiando las técnicas artesanales por otras más mecánicas y "eficientes" bajo los parámetros de tiempos y rendimientos. Ejemplo de ello son las máquinas para moler el agave o los palenques que usan tinacos de plástico para fermentar; debido al bajo costo de los tinacos (comparándolo con el de las tinas hay palenques que pueden llegar a tener hasta 10 tambos de 200 litros y cuatro-cinco de más de media tonelada. Incluso se presentan los casos, en donde los han pedido prestados, ante la necesidad de aumentar la capacidad de fermentación.

Los palenqueros destacan que producir mezcal no es una actividad "agobiante", ya que les permite dedicarse a otras actividades del campo, administrando tanto sus tareas como su tiempo libre. El cultivo de magueyes podría representar una de las actividades más demandantes y aunque no necesariamente exigir el trabajo de los palenqueros, ser parte central de la dinámica agroproductiva. De a poco han ido creando planes para aumentar la cantidad de tierras cultivables; algunos de los palenqueros, señalan que lo hacen para asegurar que puedan estar trabajando varias veces al año, pero al mismo tiempo afirman que en ocasiones se ven obligados a comprar maguey, ante la insuficiencia de agaves caseros.

La técnica más utilizada para su reproducción es a través de la replantación de hijuelos, ya que ofrece una manera sencilla de hacerlo sin necesidad de tener que sacrificar la mata y perder la posibilidad de incluirla en una palenqueada. Por otra parte, la segunda técnica de reproducción es sexual; a través de las semillas del maguey. Sin embargo, esto implica tener que dejar que el maguey "en quiote" (que salga su escapo floral) y produzca la semilla para su reproducción, sin embargo, a la par, se vuelve inutilizable para la elaboración de mezcal.

La reproducción a través de replantación de hijuelos, tiene como principal ventaja su practicidad; dependiendo de la especie de agave, las plantas madre pueden dar suficientes hijuelos para asegurar la constante replantación. Sin embargo, existe un gran factor en su contra: son copias idénticas de la planta madre, lo que implica la perdida de la riqueza genética de la especie. Aunado a ello, existe la posibilidad que las plantas pueden ser más vulnerables a enfermedades y/o plagas. Sin embargo, debe estar en el pensamiento del palenquero más experimentado la inquietud por estar sembrando constantemente; encontrando en la plantación un proyecto a largo plazo que le permitirá contar con la suficiente materia prima para palenquear según sea la necesidad o para encontrar en la actividad de la reproducción un ingreso extra al que ya representa la venta del mezcal artesanal.

Percepción sobre el sabor y el gusto. Características organolépticas del mezcal.

El conocimiento que se tiene del mezcal, tiene una operatividad mutua entre productores y consumidores. Ya he descrito la manera en que se adquiere y se transmite el conocimiento para la elaboración del mezcal. Además, he discutido la necesidad de legitimidad social, para hacer de dicho saber, un conocimiento que ejerza poder comunitariamente. No obstante, los propios consumidores, tienen parte en la consecución de dicho proceso, no sólo en otorgar legitimidad, sino en la percepción del gusto y sabor de los destilados producidos.

Distinguir entre un mezcal “bueno” a uno “malo” es uno de los juicios más subjetivos a los que nos podemos enfrentar. Pero de igual manera, uno de los más importantes, para dar continuidad a la tradición y para definir la distintividad de estos mezcales frente a otros del país.

Existen algunas características que ayudaría a definir dichas particularidades, especialmente en las fallas que se presentan durante las etapas de producción:

- Una falla común tiene que ver con el sabor/aroma ahumado en el mezcal. De acuerdo al conocimiento de los palenqueros, este problema sucede porque cuando el maguey se está cociendo o ya está cocido, recibe grandes cantidades de humo provocadas por la leña que está en el horno, lo que provoca que el sabor se quede impregnado.
- Cuando el mezcal tiene un sabor a "choquia" se debe a que durante el proceso de fermentación se empezó a trabajar las tinas antes de que tuviesen fuerza suficiente.
- Si al probar el mezcal se produce una sensación de quemazón, de que el mezcal raspa la garganta, quiere decir que en la destilación se le estuvo atizando demasiada leña.
- En lo que respecta al mezcal de alambique; la mayoría de los palenqueros de olla de barro y la gente con la que convive en el pueblo y las comunidades, tienen una percepción negativa sobre el mezcal de alambique. Todos señalan que es de mala calidad, provoca dolores de cabeza y una "cruda" que puede durar varios días.
- Cuando el mezcal es molido con maquina a gasolina el sabor cambia, señalan los palenqueros que el mezcal sabe "más simple". Esto se debe a que esta tan molido, que pierde el dulce. Si el trabajo se hace con mazo de madera, quedan bilólos (los pedazos gruesos de maguey) que proveen a la tina de la cantidad suficiente de azucares y al mezcal un sabor dulce.
- El mezcal de olla de barro puede durar años guardado y no va a perder fuerza, tampoco se va a descomponer. Incluso si reposado en vidrio, aporta un sabor más dulce, y una atenuación de la graduación alcohólica del destilado. No en su concentración de volumen/alcohol, pero si en la apreciación que tiene el consumidor sobre este.

Conclusiones

La nueva dinámica de consumo del mezcal ha venido a modificar las estrategias de mercadeo. El mercado local del mezcal es variado en su oferta, pero homogéneo en la manera como se lleva a cabo. El pueblo de Sola de Vega está ubicado en una zona estratégica, ya que es paso constante hacia el pacífico central, lo que conlleva a una afluencia turística importante. Además de ello, forma parte de la región mezcalera de Oaxaca, gozando de un prestigio por ser uno de los mezcales en todo el país que sigue elaborándose bajo los estándares de lo artesanal. El papel de la comercialización y consumo cultural, ha sido vital para impulsar la actividad productiva. No obstante, ha puesto en duda la continuidad de la tradición y la reconfiguración de la economía moral, sobre la cual está sustentada el mezcal solteco.

El mezcal se vende en los negocios que están en el pueblo, todos ellos lo ofrecen bajo la etiqueta de los artesanal; elaborado en olla de barro, con doble destilación. Aunque está claro que hacen uso de dicha condición para lograr comercializarlo en su totalidad. Lo que realizan, es la mezcla de los destilados en barro con los de alambique, para así obtener un mezcal combinado que podrán vender de forma más sencilla, maximizando las ganancias. Otra táctica utilizada, es agregar agua destilada al mezcal; para así bajar la graduación alcohólica, y de este modo hacerlo más rendidor. El precio promedio de una copa de mezcal (en vaso de crucecita. 1.5 oz. es de $10 a $30 pesos; dependiendo del negocio en donde se sirva. Las personas con mayor experiencia en probar los mezcales, tienen ya identificados los negocios en donde ocurre tal situación, por lo cual prefieren unos sobre otros.

La ciudad de Oaxaca no está exenta de este tipo de escenarios. Por el contrario, resulta ser el espacio ideal para comerciar con los mezcales regionales. En este caso, el mundo mercantil del mezcal tiene mayores ramificaciones; hay distintos conceptos de mezcalerías y para

diferentes mercados (clientes), los precios de igual manera son variables, con un promedio de $30 a $200 pesos por copa, dependiendo de la fama que goce la comunidad emisora y del agave del que estemos tratando.

La "fama de Sola de Vega", se extiende a la ciudad de Oaxaca, especialmente en aquellos consumidores que cuentan con un mayor bagaje respecto a los mezcales que se ofrecen y las regiones donde se producen. Se ofertan mezcales soltecos producidos de manera artesanal; doble destilación en olla de barro. Lo cierto es que en la mayoría de los casos, esto es un engaño al consumidor, lo que sin duda genera el problema del desprestigio del lugar, creándole una "mala reputación"; afectando al auténtico mezcal solteco, que tendrá futuras dificultades para ser colocado al exterior del pueblo.

No obstante, lo que se ha buscado en este capítulo es comprender el proceso de comercialización y consumo cultural al que se enfrenta el mezcal solteco. La comercialización del mezcal incluye una serie de atributos que forman parte de procesos exógenos a la región de Sola de Vega, pero que entran en diálogo y negociación cuando de lo que se trata de drenar una serie de prácticas insertas en el discurso de lo ancestral, genuino y pre-industrial. El mezcal de Sola de Vega, qué duda cabe, se ha insertado en la trayectoria de un consumo que remite a ciertas narrativas vinculadas a la tradición, la tierra, las costumbres y las raíces del pueblo mexicano. No nos parece descabellado, asimilar los discursos sobre el mezcal como la renovación del discurso más domesticado e industrializado del tequila. Por eso ciertas tramas se tornan conflictivas, cuando de la asociación con variedades silvestres y no domesticadas, aparece un plano comercial ya más inclinado a la producción bajo la forma de monocultivos, en el caso de agave espadín. Por ese motivo el conocimiento se torna un valor crucial en la creación y recreación de públicos, de consumidores que tendencialmente logran o pueden

reconocer el esfuerzo de los palenqueros soltecos por cuidar el margen de sus mezcales ancestrales.

En este orden de ideas, el futuro del mezcal solteco se define a través de la comprensión de dichos planos discursivos pero que se asocian a determinadas prácticas; por ahora la producción tiene un respaldo entre consumidores que asumen el valor de los controles culturales y su reflejo comercial. Es decir, la mayor demanda del producto es una consecuencia del consumo acelerado de este tipo de destilados, lo que implica que la propia comercialización cultural a la cual se ha enfrentado, ha acelerado los ritmos de consumo abriendo espacio a mercados globales muy alejados de las realidades locales en donde se gesta la bebida; un destilado con características culturales tan particulares como lo es el mezcal solteco, entra en propia contradicción cuando se ve orillado a producirse bajo la escala de lo industrializado, poniendo así en conflicto su propio origen y sus medios de socialización.

Asimismo, a lo largo de este capítulo he intentado mostrar las contradicciones entre dos modos de percibir la realidad: por una parte los palenqueros tradicionales/ancestrales, que desean seguir conservando la tradición en la producción de sus mezcales y, por otro lado, los comercializadores externos y un pequeño grupo de palenqueros, que ven en su actividad, la posibilidad de incrementar la producción e industrializar las etapas; con el objetivo de crecer sus palenques, tener los lotes asegurados a un comprador y embotellar por cuenta propia, rebasando así, las vicisitudes que se enfrentan mediante la venta a granel.

La decisión de los palenqueros no es sencilla, ya que lejos de tomar una decisión estrictamente personal, están decidiendo comunitariamente, es decir, ante la transformación de un saber que obtuvo legitimidad gracias al consenso comunitario. Por lo cual, no solo cambiaria su palenque y sus técnicas de producción, sino que la postura frente a la comunidad y la

perspectiva que tiene la comunidad de ellos y del mezcal que producen comienza a modificarse. Los palenqueros y los soltecos que gozan de consumir los mezcales locales, posee una identidad definida y si bien esta no es estática, lo cierto es que parte de ésta se sustenta en el hecho de que son productores y consumidores de mezcal local. En particular, logran identificarse frente al resto de productores en el país, a través del contraste; por producir un mezcal que respeta los procesos artesanales e incluso llega a convertirse en ancestral, frente a una creciente industria de mezcales estandarizados.

Desde una perspectiva atenta a la segmentación de los mercados, los mezcales artesanales habían tenido un lugar restringido dentro de los espacios turísticos especializados en los objetos culturales. El mezcal oaxaqueño vendido en ollitas de barro o a granel en los mercados o estanquillos en la capital o en las pequeñas ciudades, podía ser muy bueno o de muy mala calidad; la ambivalencia que existe es grande y las diferencias en cuanto a calidad pueden ser muy notorias o puede que en ambos casos el precio no constituía un demarcador, la señal de públicos especializados. La nueva situación del mezcal, su prestigio internacional, como una bebida más auténtica o que está más acá de lo artesanal en el campo de los objetos y mercancías culturales, le ha abierto un nuevo espacio. En esto nuestra investigación contribuye tan solo un poco en demostrar el proceso mediante el cual una mercancía se arraiga en el imaginario posmoderno, neoliberal. Pero es como si de tiempo en tiempo la sociedad del espectáculo, la sociedad globalizada necesitara reinventar los mitos de lo que se bebe y se come, para simular los planos del diálogo intercultural, para darle lustre a los escenarios promovidos por el multiculturalismo en su afán de hacer negocio con todo lo exótico, diferente, diverso y orgánico. En todo esto Sola de Vega parece resistir por una parte a los estragos de la sobreproducción, la aceleración de los procesos socioecológicos –pues muy pronto las crisis por falta de materia

prima pueden estallar; pero, por otro lado, las condiciones económicas precarias, las dificultades familiares tornan lógica y racional la decisión de saltar a un emprendimiento más de tipo comercial. Yo admiro el soporte comunitario que en esas tensiones continúa impregnado y dando sentido a las lógicas de una producción guiada por el intercambio y el mantenimiento de los lazos cooperativos. Me parece bastante saludable que los jóvenes puedan reencontrase en una actividad estrechamente vinculada a su territorio y cultura. Este es un efecto positivo, creo yo, de los mercados sobre las comunidades del distrito de Sola de Vega.

Desde mi perspectiva informada por los testimonios dentro y fuera de los palenques, dentro y fuera de las comunidades, entre colegas, académicos y amigos, la moda del mezcal nos puede inducir a varios equívocos. Que como moda muy pronto sea sustituida por otra bebida que cumpla con el imaginario que el mezcal viene arrastrando. Me parece que el nuevo mercado ha ventilado una nueva aproximación entre productores y consumidores que no se limita a la experimentación hedonista. Desde hace años registro el movimiento mezcalero como la confluencia de una nueva actitud entre los jóvenes y ciertas organizaciones para impulsar el cultivo de una planta cuya presencia es determinante en los sistemas agroecológicos tradicionales. Por eso más que una moda pasajera veo que posiblemente se transite hacia una depuración de públicos, aun cuando una tendencia apunte hacia la concentración y monopolio de la industria mezcalera, veo estrategias y redes solidarias en donde parece ser que los públicos del mezcal buscan mantener y asegurar ciertos procesos bajo parámetros de comercio justo, de baja escala y solidario.

La definición más apegada que puedo ofrecer de la comercialización y el consumo cultural del mezcal solteco, es aquella que increpa a un consumidor reflexivo. Dejando fuera a los incautos, aquí entreveo un consumidor que se afirma sobre varios rasgos para tornar su

consumo un acto posicionado. La comercialización cultural convierte los simples objetos en mercancías (productos culturales provenientes de una región específica y poseedores de una capacidad de agencia que se muestra de manera innata a su materialidad). A su vez, estos dos conceptos son complementarios, ya que no podemos hablar del comercio del comercio de mercancías culturales si paralelamente no sucede un consumo que apele a lo cultural. La legitimidad que otorgan los consumidores al mezcal, solo es posible gracias a que se reconoce en este una capacidad de interacción social, además se le atribuyen rasgos propios de una amplia tradición; sucede que cuando los palenqueros y los habitantes consumen su mezcal, están reconociendo su propia existencia identitaria. Incluso en la misma región, si abarcamos los dos modos en que se destila el mezcal, encontramos en ello una *otredad,* que se reconoce entre los mismos palenqueros, pero que más allá de la lógica confrontación que genera el comercializar dos productos similares, pero con características productivas disimiles, esta *otredad* les permite identificarse. Se saben y reconocen parte de un mismo grupo, se saben artesanos, respetan su conocimiento, pero pese a ello se reconocen por la *diferencia,* en las distintas percepciones sobre un mismo fenómeno social.

Capítulo 3

Vida social del mezcal. Valor de uso y valor de cambio.

Este capítulo tiene como objetivo central analizar el valor de uso y el valor de cambio del mezcal, su importancia comunitaria y el reconocimiento de los espacios en que dichos valores se imponen uno sobre otro y/o se complementan. Se entiende al mezcal de la región como un producto de pequeña producción que está siendo revalorizado culturalmente en el mercado y, que, por lo tanto, se está enfrentando al fenómeno de la contradicción respecto a su carácter ancestral-artesanal. El mezcal tiene un valor no sólo como cosa o mercancía, su carácter alcanza a mediar y definir las relaciones sociales, la cotidianeidad, en una medida que nos permite afirmar, siguiendo al antropólogo cultural hindú Arjun Appadurai, que hay una vida social del mezcal, y esa vida es lo que me interesa esclarecer.

Partiendo de los temas que he discutido anteriormente, en la actualidad del mezcal y en el papel que desempeñan los palenqueros, habremos de comprender que, en términos reales y figurativos, no existe la continuidad de la tradición sin la transformación; siempre y cuando esta sea aprobada socialmente. De manera que el palenquero habrá de convertirse en un promotor de la continuidad o de la transformación hacia la industrialización de su actividad productiva. Entonces surge su papel mediador entre dos visiones económicas y frente la voluntad de su pueblo, de la economía moral en que habita el mezcal.

La media como forma de mercantilización

Cuando un campesino, productor de agave tiene maguey y quiere transformarlo en mezcal, si no sabe trabajarlo, su opción es ofrecerlo a un palenquero a cambio del pago de la "media". ¿Qué es la media? Es el pago que se hace por la materia prima con la mitad del producto que se obtiene (el mezcal). Es decir, se le entrega una tonelada de maguey al palenquero para que la trabaje y como pago se espera que se le devuelva la mitad del mezcal que se ha producido con dicha cantidad de maguey. Este es un sistema o tipo de acuerdo sancionado por gran parte de la población, debido a que ayuda a las dos partes, quienes proporcionalmente se ven beneficiadas con el trato. Esto se entiende como un sistema de reciprocidad o intercambio, cuyo objetivo final es la prestación de favores y en este caso la producción de una mercancía que ambas partes podrán usufructuar; esto que debe concebirse como una cadena interminable de regalos y obligaciones. De igual manera, los compromisos y los beneficios que se adquieren en la realización de las fiestas patronales de la región solteca, ejemplifican el principio de reciprocidad. Lo que está en juego no sólo es el mezcal como mercancía, sino como parte de una obligación comunitaria en la participación de las celebraciones y en la necesidad social de formar parte de ella, aun y a pesar de que esta mercancía no sea del completo agrado de los participantes.

> La diferencia más importante entre el intercambio de estas mercancías y el intercambio mercantil de las modernas economías industriales reside en que el acrecentamiento perseguido […] es un incremento de prestigio, nombre o fama, donde la forma básica del capital para la generación de este beneficio se halla en la gente y no en otros factores de la producción (Strathern, 1983:80; Damon, 1983: 339.340).

El mezcal de Sola de Vega posee varias dimensiones analíticas, sus características como mercancía, su importancia y reconocimiento en la economía de los valores de uso, encarna, como lo vimos en el capítulo anterior, los discursos e imágenes de un público consumidor ávido por los valores de lo auténtico, tradicional, ancestral, orgánico. Aun cuando ese tránsito

comprometa la propia vida social, lo que tenemos sobre el terreno de los intercambios en Sola de Vega, es una condición cotidiana, o mejor, una relación de cultura íntima, local a partir de la cual, los aspectos centrales reflejan la economía moral comunitaria, una economía vinculada al y territorio y los santos patronos. Igor Kopytoff (1991) menciona: la fase mercantil en la historia vital de un objeto no agota su biografía; está culturalmente regulada, y su interpretación queda abierta en cierto grado a la manipulación individual (1991:33). Si bien, esta idea refuerza el carácter mercantil del mezcal, también invita a la reflexión sobre el proceso de individualización en la compra y consumo de un producto.

Dentro de esta trayectoria vital del producto, está la etapa primaria del agave mezcalero, de la cual el productor forma parte importante para la cadena de suministro. El agricultor puede vender su agave y recibir a cambio mezcal, ya sea para su consumo personal, para venderlo o para alguna fiesta. Por su parte, el palenquero tiene la posibilidad de producir mezcal y de no tener que pagar por el agave el precio de $4.50 a $5.50 por kilogramo.

A veces no resulta tan sencillo conseguir el agave. Y es que la comunidad de los agaves con sus distintas variedades y especies, es caprichosa y su disponibilidad aleatoria. Buenas fases pueden estar asociadas a emprendimientos colectivos entre varios palenqueros y cultivadores para reforestar una determinada área. El clima, las plagas…muchos factores pueden estar por detrás de los buenos y malos ciclos para producir mezcal. Algo que se podría atribuir simplemente a los sistemas agroforestales, en realidad se ubica en un contínuum de relaciones socioambientales.

Si a eso sumamos la constante presencia de la industria tequilera que llega a la zona a comprar maguey de todas las especies y con cualquier etapa de maduración, el problema se vuelve mayúsculo. Ya que arrasan con gran parte de las matas que están listas para ser

trabajadas, lo que no sólo implica la pérdida de miles de especies, sino limita el ritmo de producción que se puede tener. Al no existir materia prima suficiente, es imposible acelerar los tiempos para estar trabajando constantemente el mezcal. Lo que algunos palenqueros tienen que hacer es conseguir agave fuera del distrito, esto obviamente eleva los costos; ya en estas condiciones el palenquero perdió la capacidad de dar seguimiento al crecimiento, maduración y calidad de su materia prima.

Para describir, como es que ocurre la fase mercantil del mezcal, hay que detallar su biografía, entendiendo que está sujeta a las regulaciones culturales de las comunidades en donde surge. Esto es a las valoraciones que existen sobre ella y a su desenvolvimiento dentro y sobre estos espacios. Para comprender el valor de uso y valor de cambio del mezcal, describiré las trayectorias de vida del mezcal y de los palenqueros que forman parte de esta investigación, después entraré en la discusión sobre dichos valores, teóricamente, como en el caso que aquí presento.

Trayectorias de vida de los palenqueros

Tomás Cruz Méndez

Con Tomás Cruz logré construir uno de los perfiles más completos a partir de la empatía lograda y la confianza que me brindó su familia. Las horas en conversación con él se pasaron placenteramente, sin sentir fatiga y sin preocupación de horarios. Nuestros temas no sólo se concentraron en el mezcal, aunque este fue el tópico recurrente, como dos buenos amigos compartimos abiertamente nuestras vidas, sueños y aspiraciones. La diferencia y contraste cultural más que una barrera sirvió como estímulo y curiosidad para conocernos mejor.

Tomás tiene 46 años, es el tercero de cinco hijos; su padre Alberto Avendaño, se dedica por igual al oficio palenquero. Como ustedes supuse que Tomás había aprendido el oficio de parte de su padre, pero no, resulta que fue el señor Rosendo, su suegro, el que lo capacitó. Y no sólo eso, Tomás fue admitido plenamente en el seno familiar de su esposa y por ello trabaja en el palenque del señor Rosendo junto con sus dos cuñados Miguel y Gabriel.

El palenque es pequeño, apenas dos ollas de barro realizan la tarea de la destilación; dos tinas de madera desempeñan la labor de la fermentación y un horno de no más de tres toneladas de capacidad en donde se lleva a cabo la cocción de las piñas que habrán de soltar su jugo. Sin embargo, lo que más destaca de este palenque es su canoa de madera y su mazo con el cual machuca las piñas que ha cocido en el horno. Por lo tanto, podemos clasificar el mezcal de Tomás, dentro de los mezcales ancestrales. En su caso fui testigo y puedo certificar, mientras estuve con ellos que jamás se usaron maquina hebradora de agave y, claro, como buen investigador indagué con otras fuentes para cerciorarme que el mezcal producido por Tomás es auténtico, no lleva aceleradores ni cualquier sustancia química, y es ancestral pues su machucado es manual.

Tomás ya le ayudaba a su papá en la muda del bagazo en las ollas de barro, pero fue hasta que se casó que comenzó a trabajar el palenque completamente. Es un personaje respetuoso de la tradición, que se precia de serlo y que defiende abiertamente la continuación de los métodos ancestrales, pues señala que ahí está la clave del sabor característico de su mezcal, contrario a quienes han roto con esa tradición, cambiando los métodos originales con los cuales se elaboraba el mezcal solteco. Vive en la agencia de Gulera, una de las más tradicionales respecto a la continuación de la tradición mezcalera. Tiene seis hijos; dos hombres y cuatro mujeres. El más grande de ellos, tiene 16 años y aunque actualmente no participa de

lleno en el palenque, si lo hace a través de acarrear leña, cortar maguey, entre otras actividades. No obstante, el apoyo que recibe Tomás procede principalmente de sus cuñados, quienes también trabajan en el palenque, ya sea ayudándole a Tomas en sus palenqueadas o en las palenqueadas propias. Por lo tanto, este caso ejemplifica un palenque que no es exclusividad de un solo maestro y que puede ser compartido por tres maestros palenqueros sin aparentes conflictos.

Para el año 2018 Tomás formó parte del comité de la capilla del pueblo, y consecuentemente, de la organización de la fiesta patronal, del cuidado de la iglesia y de la misa de primera comunión y presentación de los niños del pueblo. Por tal motivo, sus actividades diarias se vieron alteradas, tanto en tiempos como en asignaciones, es decir, en algunas ocasiones tuvo que desatender sus actividades agrícolas y el cuidado de sus animales (chivos, vacas y cuishes (cerdos), para cumplir con sus obligaciones como parte del comité. De igual forma, para la fiesta de la iglesia y, como parte del comité estuvo a cargo junto con otros nueve hombres, de los preparativos para la elaboración del mezcal que invitarían en dicho día. No sólo eso, además formó parte de los palenqueros que trabajaron el palenque, para producir el mezcal de las festividades.

Al abandonar sus actividades cotidianas, sus hijos tienen que cubrirlas; Tomás las asigna conforme a las capacidades de cada uno y los niños las desempeñan antes de ir a la escuela o, después de volver. Su hijo mayor y su hija, que ya no acuden a la escuela, por lo regular realizan las tareas más demandantes físicamente o las que implican, mayor especialización; entre ellas las labores de preparación de los alimentos, limpieza de la casa, cuidado del ganado, corte y acarreo de leña, etc.

Tomás es un hombre prudente y respetuoso de sus convicciones. No suele emborracharse cada que palenquea o en las fiestas de las que he hablado y, como miembro de la comunidad,

forma parte. Sin embargo, esto no siempre fue así. Su esposa Jorgelina relata, que hace cuatro años, tanto ella como Tomás, tomaban cuantiosas cantidades de mezcal; del que producía el y del que le invitaban sus vecinos, hasta el punto de olvidarse de las tareas que tenían que hacer o de terminarse el mezcal que tenían destinado para vender; no obstante, comenta que llegaron a un punto de inflexión, a partir del cual decidieron dejar su excesivo consumo y hacerlo solo en ocasiones muy puntuales, como en las fiestas comunitarias. Jorgelina llegó a tal grado de consumo, que actualmente no bebe ni una gota de mezcal, Tomás por su parte si lo hace, pero solo en fiestas o si se le invita a que nos acompañe a beber (eso si, en ocasiones tuve que insistir más de una vez), pero no llega a beber al punto de emborracharse, sino solo para convivir con los demás palenqueros o con quien esté en el momento que esto ocurra. de acuerdo con el comportamiento y los hábitos de otros ciudadanos de esta región mezcalera, podría afirmar que Tomás es tenido y considerado como un bebedor prudente.

Respecto a su elección por producir mediante destilación en olla de barro, señala Tomás que el sabor del mezcal producido mediante este método, es mejor que el de alambique, ya que este se sabe a metal y solo tiene una destilación. De igual forma, señala que el maguey machucado con hebradora, sabe distinto; agarra un sabor a aceite. Si hace una distinción referente al trabajo con los distintos tipos de agave con los cuales se puede producir mezcal, destacando que el espadín es la especie que más abunda, mientras que el mexicano es una de las cuales está en peligro de extinción, debido a las pocas semillas que se tienen en la comunidad. Tobalá se da de manera silvestre, pero son pocas las matas que se pueden conseguir.

Son dos limpias necesarias para sembrar el agave que se ha de trabajar, esto se hace generalmente antes de la época de lluvia. La cantidad de palenqueadas que habrá de llevar a cabo durante el año, es proporcional a los agaves con los que cuente Tomás. Pero, el tiempo de lluvias y de calor, son los ideales para producir el mezcal, especialmente porque favorece la

etapa de fermentación. El palenque puede construirse en el espacio que el palenquero haya planteado, siempre y cuando esté tenga agua suficiente, ya que es materia necesaria para el proceso de producción.

En promedio, Tomás palenquea dos toneladas por cada sesión; teniendo un rendimiento de 100 litros por tonelada. El espadín, señala que es de los que tiene mejor rendimiento, pero es prioritario de igual forma, condiciones óptimas para el crecimiento de los agaves, entre las cuales están los terrenos "pedregosos" y, en tierras que reciban beneficio de un poco de humedad. De tal modo, se favorece el crecimiento de los agaves, propiciando que tengan la cantidad suficiente de agua, sin excederse, para de este modo tener un buen rendimiento al momento de ser destiladas.

Gabriel Damián Jiménez

Gabriel es cuñado de Tomás, al igual que él, trabaja en el palenque de su padre, ya sea acompañado o en su propia palenqueada. Por lo tanto, estamos también ante la presencia de un mezcal que cumple con las características de una bebida ancestral; las etapas productivas son las mismas que realiza Tomás y aunque comparten el palenque, el mezcal que Gabriel produce tiene otras características organolépticas. Tiene menos clientes que los palenqueros habituales de Gulera, ello tal vez, a que es un hombre religioso, dedicado a las labores de la iglesia y a la enseñanza del catecismo. Resulta interesante que Gabriel sea abstemio, sin embargo, esto no le ha impedido sacar sus lotes de mezcal, ni regularlos y/o componerlos. Gabriel pone en discusión, una pequeña parte de las cualidades organolépticas de las cuales he hablado con anterioridad; a pesar de no basar su composición exclusivamente en el sabor del destilado, puede regular su sabor a través del aroma y del cuerpo del destilado. Esto tiene dos implicaciones evidentes: la

primera en las complejidades organolépticas del mezcal artesanal y, la segunda, en el conocimiento que poseen los palenqueros, sobre el comportamiento de la bebida que elaboran, sobre sus características más evidentes y en la profundidad de los matices que la distingue de otros tipos de destilados.

Cocinar el mezcal, el oficio de palenquero lo aprendió de su padre, y aunque sus relaciones con el mezcal le impiden compartir con los compadres y los amigos, Gabriel ha ido creando una clientela regular, compradores fieles; los cuales han llegado a reconocerlo por la calidad de su destilado y, por la etiqueta de ancestral que ostenta. Gabriel es un hombre dedicado al campo, tiene tres hijos; el mayor de ellos estudia en la secundaria del pueblo. Es un hombre alegre, con el cual es fácil entablar conversación, sin embargo, nunca se le podrá ver tomar, aun cuando el mezcal con que se brinde sea producido por él. Al igual que la gran mayoría de los palenqueros su actividad principal es la agricultura, específicamente la de subsistencia. Cosecha maíz y frijol, principalmente, aunque también garbanzo y calabaza. Regularmente la cosecha que tiene año tras año, es suficiente para abastecer las necesidades alimenticias de Gabriel y su familia. No obstante, y de acuerdo al rendimiento de la cosecha y a las rutinas alimenticias que lleve a familia, la cosecha puede ser insuficiente, por lo cual tendrá que comprar el maíz y el frijol (principalmente) que les haga falta. ¿Pero cómo lo pagará? Con lo que obtenga de la venta del mezcal que ha producido. De aquí, en estos testimonios y en lo cotidiano de dicha práctica, he sustentado mis afirmaciones sobre la importancia económica comunitaria del mezcal solteco. Esto debido a que no sólo cumple con los requisitos de ser una actividad económica local, sino, además, es complemento de otra actividad económica primaria, como lo es la agricultura de subsistencia.

El mezcal solteco, no solo beneficia de manera directa a los palenqueros que lo producen, también lo hace a quienes de manera indirecta depende de su producción y de su consumo; se produce, consume y vende comunitariamente, pero también regionalmente, lo que le da fuerza y prestigio al propio mezcal, logrando afianzarlo en el mercado, poniéndolo a competir con los mezcales que se producen en otros municipios de la región del mezcal oaxaqueño; distinguiéndose de estos, por su carácter de ancestral y artesanal.

Miguel Damián Jiménez

Tío Miguel tiene 45 años, es cuñado de Tomás y hermano de Gabriel. Es un campesino de subsistencia y, aunque emigró a la Ciudad de México, decidió volver a su tierra natal y trabajar en su comunidad, Gulera. Empezó a trabajar muy tierno en el mundo de mezcal, cuando a los 8 años acompañaba a su papá a la selección y corte de las matas que habrían de trabajarse en el palenque. También lo acompañaba a comprar maguey; conocer cuáles ejemplares comprar de acuerdo a su grado de maduración. Después conocer los tiempos de corte y la técnica que habrá de usarse. Miguel reconoce los distintos cortes que se tienen que hacer de acuerdo a la especie con la que se va a trabajar; ya que una mala "rasurada" puede implicar un amargor no deseado en el destilado final. Conforme iba creciendo y aprendiendo el oficio, obtuvo a su cargo el arreo de los burros, para posteriormente entrar al machucado del maguey, el cual comenzó a los 12 años de edad.

Ya asimilada la etapa del machucado, empezó a formular las tinas, recuerda que su papá le decía: *"tiene que haber una temperatura, un calor que se siente, se le mete la mano. El bagazo tiene que estar caliente… le echas el agua y allí empiezas la fermentación, así adelanta.* Agrega

Miguel: *Porque si se le echa el agua junto con la cuestión del bagazo, conforme machuca uno y echándole agua, entonces no adelanta, ahí dura mucho tiempo. Hay que echarle agua según la fuerza del azúcar que traiga, porque si está el maguey medio bajo de azúcar, también no se le echa mucha agua."* (Periodo de campo: noviembre 2016).

El conocimiento que tiene Miguel se ratifica en la experimentación; él considera vital que el palenquero tenga las capacidades del gusto y el olfato desarrollado, para poder darle punto a las tinas y componer el mezcal. Es interesante, como distingue al espadín como *el más dulce* de las especies mezcaleras, mientras que al "blanco reyisto" lo considera como uno de los más bajos en azucares. La opinión de Miguel viene a corroborar los testimonios que he recabado en esta investigación sobre la creciente aceptación que está teniendo el agave espadín por parte de los palenqueros y su expansión dentro de sus campos de agaves mezcaleros. De igual forma, es consecuente con la expansión de esta variedad ya en condiciones de monocultivo, en la región solteca. Si en décadas pasadas esta era una variedad poco conocida y trabajada, pues no es autóctona de la región solteca, más bien procede de los valles centrales del estado, hoy en dia se ha tornado la especie de agave mezcalero predominante. Entre sus virtudes reconocidas sin discusión entre los palenqueros se destaca su gran capacidad adaptativa, su resistencia a las plagas y su proceso de crecimiento y maduración más acelerado que las otras especies, ni otra se le iguala. Cuando pienso en el caso de agave espadín, me imagino que la especie de agave azul o a. weber empleada para el tequila debió haber presentado características similares lo que desplazó a otras especies y promovió la acelerada industrialización de esta bebida emblema de la identidad nacional.

Cuando Miguel estaba aprendiendo a trabajar el mezcal, uno de los primeros pasos que tuvo que aprender fue la selección y corte de las piñas. Su padre lo llevaba a los terrenos en

donde estaban los agaves, ahí aprendió no solo a identificar las especies con las que contaban, sino a distinguir y aprender de los tiempos de los agaves. Es decir, definir el momento correcto para cortarlas, privilegiando su maduración y sabiendo detectar el periodo o fase de mayor concentración de azucares. De igual forma, la técnica de rasurado es vital para evitar futuras modificaciones y alteraciones en el sabor de destilado. Cuando la piña se queda con partes verdes de las pencas, por descuido, es muy probable que el destilado resultante tenga un amargor indeseable. Esto no sólo pone en peligro todo el lote, sino además el prestigio del palenquero, respecto a su capacidad para producir un mezcal de calidad. Miguel opina que la mejor forma de conocer los mezcales es probándolos y contrastándolos con otros mezcales de la región para poder distinguir sus cualidades organolépticas. Catar o degustar es una capacidad que debe ejercitarse, en ese sentido el paladar no es un órgano neutro sino un órgano cultural, atento a los sabores que se identifican y nombra dentro de una serie de acuerdos y supuestos intersubjetivos. Los comentarios de tío Miguel respecto al sabor y la calidad del mezcal, están basados en la experiencia personal de producir mezcal, pero también de consumirlo, de probar distintos mezcales en diversas comunidades. Por lo general, las variaciones en el sabor o los "errores" en un destilado, tienen que ver con el mal rasurado de las piñas; con una mala etapa de fermentación; con una cocción incorrecta o con una inadecuada composición del destilado.

Alberto Cruz Avendaño

Tío Alberto tiene 75 años, es uno de los palenqueros con mayor experiencia y con mayor reconocimiento en la comunidad de Gulera. Es el padre de Tomás, la primera referencia del estudio en este capítulo, así como de otros dos palenqueros; su camino andado y el prestigio ganado a lo largo del tiempo no dejan duda en la zona y así lo consideró: una autoridad en la

materia. Alberto fue el segundo palenquero que conocí en Gulera. Nuestro primer contacto fue casi fortuito y pese a que sabía que era padre de Tomás; yo arribé a su palenque por casualidad, previamente había levantado una lista con los palenqueros más importantes de la región; entre los cuales, en su mayoría estaban los originarios de Gulera, entre ellos Alberto. Pregunté en dónde estaba su casa y tomé camino hacia allá. El lugar en donde vive es uno de los últimos de la agencia, en la frontera con la agencia de Sección Cuarta. Al llegar, justo en una curva del camino se localiza el palenque. Cuando lo visité, Tomás estaba en su servicio en el palenque.

El trabajo consistía en mudar el bagazo de las ollas de barro, es decir, remplazar el bagazo que ya había sido destilado, por uno nuevo que se encontraba en la tina de fermentación. Mientras platicábamos, Tío Alberto, sacó una botella de mezcal para invitarme, me comentó que el no tomaría porque estaba "crudo", pero que me invitaría a mí, y así fue, me sirvió sin insinuar límite, podía servirme lo que quisiera. Mientras tanto, Tomás mudaba las ollas y estaba pendiente de la conversación.

Platicamos acerca de los instrumentos con los cuales se elabora el mezcal, especialmente de uno característico que le da identidad al mezcal de Sola, la olla de barro. Esta ya era una manera de comenzar a discutir sobre los métodos; hablar del barro fue hablar sobre su durabilidad, la cual ronda entre un año y cuatro meses, dependiendo del uso que se les de y de los cuidados tomados. Los cambios de temperatura, son los más peligrosos para las ollas, pero en general, tienen un rendimiento de 12 destiladas. Respecto al ritmo de producción, me ha comentado que él llega a ocuparse en la producción del mezcal durante seis o siete meses del año, siendo las épocas de lluvia las más favorables para la producción. Ya que el agua es indispensable para producir, tanto para las tinas de fermentación, como para la condensación.

Como ya lo he mencionado, antes del “boom” en la comercialización del mezcal solteco este se producía mezclando todas las especies de agave con las que se contaba: el mezcal ordinario. Ya que Alberto, vende su mezcal de manera local y no tiene establecido ningún contrato con una empresa comercializadora, sigue produciendo de tal forma, siendo el agave tobalá el único que produce aparte, la única especie que es separada para su destilación. Las razones de ello, van en principio a la fama que posee dicha especie, que ha dado identidad al mezcal de la región, pero también por las propiedades curativas que están asociadas a su consumo; entre ellas, el alivio de dolencias musculares, de empachos y, el control de los niveles de azucares en personas diabéticas. Punto importante en el conocimiento que poseen los palenqueros, tiene que ver con la composición del destilado, este se da durante la destilación. Se puede apreciar el grado de alcohol dependiendo de la densidad del líquido mezcal, específicamente del perlado que se produce cuando la bebida es agitada y se genera naturalmente una espuma del choque de la bebida con las paredes que lo contienen.

El testimonio y las experiencias de Tío Alberto son irremplazables, pocos palenqueros suman su edad y dedicación en el oficio, por ello nadie como él para tomar el pulso de los cambios y adaptaciones en los métodos. A partir de su conocimiento, mis propias percepciones y juicios han tomado un rumbo y matiz específico. Me percaté que no era necesario defender los métodos artesanales como discurso ideológico a capa y espada, solo por el simple hecho, de aparecer en mi ideario como políticamente correctos. Mi hallazgo o confirmación etnográfica es valiosa porque sin una manipulación de la información o un sesgo para escuchar o interpretar de un cierto modo, Tio Alberto fue en exceso convincente para que pudiera entender que aun en el contexto de la presión del mercado global, las recetas y relaciones que subyacen al mezcal tradicional, artesanal valen mucho más si respetan sus vínculos comunitarios, si se apegan a los gustos y paladares que no son sino un decantado de la cultura local y regional.

Tío Alberto pertenece a esta generación de palenqueros que fueron maestros de los jóvenes que ahora están impulsando la actividad a una escala mas regional. De este modo no solo influenció a sus familiares cercanos para que siguieran desempeñando la actividad, sino también fue ejemplo para otros jóvenes de comunidades distintas y del propio Gulera, a quienes les enseñó el proceso y el trabajo de la palenqueda; así lo hizo con jóvenes de la comunidad de Quialela, que recuerdan como tío Alberto les enseñó el trabajo y cuidado de los agaves y el proceso artesanal de elaboración del mezcal.

Luis Méndez Hernández (Q.E.P.D.)

El señor Luis Méndez fue uno de los principales impulsores de la actividad productiva en todo el territorio de Sola de Vega. Aunque es originario de Guelatao de Juárez, el pueblo que vio nacer al ex presidente Benito Juárez, Luis ha mantenido estrecha relación con la cultura solteca, al grado de que lleva más de 30 años viviendo en esta región.

De profesión ingeniero, Luis se ha interesado por el mundo del mezcal solo a partir de su llegada a Sola de Vega, donde recuerda haber quedado impresionado con el lugar y con la estrecha y poco conocida cultura del mezcal ancestral. De este modo nació su interés por conocer mas de la cultura y no solo ser un observador curioso, sino participar de ella. Entre sus primeros trabajos están haber sido funcionario publico de un programa para el desarrollo de proyectos económico-ambientales, lo que no solo le permitió conocer a la gente, sino además conocer los distintos microsistemas imperantes y las distintas y diversas comunidades que formaban parte del mundo solteco. Don Luis es sin duda un intelectual y un iniciado, alguien que puede pasar como nativo, pero cuando se hurga un poco más comienza a revelarse su singularidad.

Entre uno de sus muchos intereses en la región, el que más llamó su atención fue el del mundo del mezcal, donde comenzó una larga trayectoria que hasta hoy le es reconocida tanto por aquellos que se han visto beneficiados con su trabajo, como con aquellos a los que su trabajo y personalidad no les agrada. Entre sus proyectos más importantes destaca uno que tiene que ver con la comercialización del mezcal local, especialmente en esta nueva etapa de *marketing* que ya he definido en el capítulo anterior. Dada su formación y conexiones al exterior, un grupo de productores locales le confiaron el papel de representante o intermediario para que comprara, embotellara y distribuyera en Oaxaca capital mediante su marca de mezcal: "La solteca". Así fue como Don Luis consolidó una embotelladora en su domicilio. Su negocio creció tan bien que le permitió no solo comprar y revender, sino amarrar la venta directa del mezcal producido en el pueblo de Santos Reyes Sola. Se le concibió a nivel local como un revendedor exitoso. Había épocas del año que eran tantos los palenqueros que llegaban a su domicilio, que no se daba abasto para poder comprar todo el mezcal que le ofrecían, por lo cual o lo rechazaba o acordaban comprarlo a consignación: esto es, comercio sustentado en la confianza y en una reciprocidad mercantil que solo es posible entre vecinos.

Asimismo, uno de los momentos más cruciales en la trayectoria de vida de Luis fue cuando empezó a embotellarle a las grandes comercializadores que compraban mezcal de las comunidades soltecas y lo mandaban a distintas partes del país y el extranjero. Tal vez la de mayor notoriedad fue la marca "Siete Misterios" a quien le embotelló y ayudó a conseguir el contacto de algunos palenques locales; la relación comercial iba bien, todo estaba funcionando de acuerdo a lo que habían pactado las dos partes, pero las cosas comenzaron a "enlodarse" cuando las prácticas de dicha empresa cambiaron y se volvieron más abusivas respecto al trato que estos les daban a los palenques y los palenqueros con quienes tenían acuerdos. Señala Luis

que los dueños de la marca comenzaron a regatear los precios de los mezcales locales, provocando un descontento por parte de los palenqueros soltecos, especialmente porque ya se tenían compromisos de palabra que debían respetarse y también porque se sintió el menosprecio de su actividad productiva, desestimando su conocimiento y su carácter ancestral.

Este fue el primer episodio de una desavenencia; la relación encabezada por Don Luis había sido ejemplar y dio la pauta para que la empresa Los Siete Misterios, comenzaran a malversar la relación y exigir abusivamente sin ofrecer a cambio compensaciones justas. En la reconstrucción de los hechos, me parece que la empresa quiso comprometer y socavar el prestigio de Don Luis. Pero de parte de este personaje no había más que un interés para afianzar sus relaciones locales y obtener beneficios para los actores locales. En el seno comunitario los palenqueros reaccionaron ante las ofensas y la falta de ética por parte de los comercializadores, cerrando los tratos que tenían con dicha empresa. Los Siete Misterios perdió legitimidad y se vio obligada a abandonar la zona, aunque no claudicó por completo de su interés económico, dado que, entonces, se concentró en reforzar sus relaciones en otras comunidades claves y prestigiosas del mezcal oaxaqueño.

Estos escenarios de conflicto, competencia y manejo político son consustanciales al campo cultural mezcalero en mi región de estudio. El mezcal se ha tornado tan importante que no conviene imponer desde el municipio leyes y normas que restrinjan los negocios. Pero las autoridades municipales no poseen las capacidades para proporcionar el respaldo y la asesoría legal a las comunidades que se ven atraídas al ámbito de los intereses empresariales, industriales que planean cual aves de rapiña sobre mercancías de bajo costo productivo y enormes ganancias en la cadena que desemboca en su consumo.

Hasta la fecha de cierre de la fase etnográfica de esta investigación (agosto 2018) el señor Luis continuaba siendo una referencia local importante del mezcal solteco. Mantenía un

fuerte vínculo con los palenqueros y las comunidades productoras. Aunque aun compraba el mezcal de los pequeños palenqueros, esto dejó de ser en la escala que en algún momento lo caracterizó. En cierta forma se puede decir que Don Luis percibió o avizoró los peligros de "entregar el alma al diablo", justo cuando a pesar de las crisis, el soporte es comunitario y no empresarial ni privado.

La vida de Luis ha estado ligada en su mayoría con el universo del mezcal, ya que también ha formado parte de proyectos relacionados con el cuidado y desarrollo de los ecosistemas locales, especialmente con la reproducción de las especies mezcaleras locales. Por ello, no ha sido casual que mis conversaciones con Luis estuvieron muy encaminadas al cuidado de las especies y al conocimiento de su taxonomía y de su desarrollo genético. Fue mi primer contacto con el reconocimiento de los paisajes agaveros y del impacto que ha tenido en el desarrollo de la actividad. Para Luis como para otros palenqueros que forman parte de esta investigación, un punto esencial que permitirá el correcto crecimiento de la actividad, paralela a la conservación de las tradiciones locales, de la economía moral en que surge y actúa, es el manejo sustentable de la materia prima. En otras palabras, depende de la dedicación que se le ponga a los proyectos relacionados con la reproducción y cuidado de las especies y el involucramiento mayor de las futuras generaciones en el cuidado y conservación de dichos ecosistemas. Su lucha personal, tiene que ver con el reconocimiento de la riqueza cultural del mezcal solteco; con el desenvolvimiento de los palenqueros locales hacia nuevos espacios de discusión, ya no solo comunitarios, sino de alcance regional y nacional; Don Luis también expresa, de forma irreductible, su interés por conocer y conservar la riqueza genética de las especies y desde luego, por su manejo sustentable.

Tomas Jaime González Ramírez

Tomas Jaime es originario de la comunidad de Quialela, en el municipio de San Francisco Sola es parte de los palenqueros que goza de mayor fama en toda la región, esto debido a su carisma y su actitud cordial y abierta hacia todo mundo. Jaime fue alumno de los palenqueros mas experimentados, como Pedro Damián o Alberto Cruz, de ahí su gusto y su experiencia en el oficio del palenquero. De este modo, su conocimiento ha sido heredado y no por línea parental, sino por la propia comunidad que ha extendido su conocimiento hacia los demás sujetos interesados del mezcal.

Sin embargo, a diferencia de los palenqueros más tradicionales, tío Jaime tiene un estilo particular, en donde se permite algunas innovaciones en el proceso que otros no intentarían. A pesar de que sigue produciendo bajo el método artesanal, olla de barro, Jaime ha planeado su palenque hacia una vertiente claramente turística; en su visión el mezcal es cultura y un atractivo que debe explotarse en términos turísticos. En ese sentido, su palenque tiene un propósito claro: consolidar una empresa familiar que proporcione beneficios económicos.

El caso de tío Jaime, destaca en la región, ya que posiblemente es el único productor que ha llevado su palenque hacia esa dirección, tal y como lo hacen, los palenques de la región de Santiago Matatlán, cerca de la ciudad de Oaxaca. En dicha región se han construido o rehabilitado un conjunto de palenques/fabricas que forman parte de una ruta turística del mezcal, en la cual, si bien podemos encontrar mezcales de calidad, su principal enfoque es atraer al turismo nacional y extranjero y vender la experiencia del mezcal artesanal. Esto, dicho sea de paso, forma parte del *marketing* turístico oaxaqueño, que desde una cierta óptica es el más desarrollado y por lo tanto es un modelo a imitar o mejorar en otras regiones mezcaleras del país. Dicho modelo ha sido replicado en el palenque de Jaime, claro, guardando las proporciones especiales y de flujo de personas que llegan a visitarlo. De igual manera ha creado su propia

marca y de a poco a poco ha ido generando las condiciones para embotellar directamente su mezcal y venderlo localmente, en las ferias del pueblo, como en otras regiones del estado.

Tío Jaime ha enseñado a sus dos hijos varones el oficio del mezcal, trabajando con ellos en el desarrollo de sus proyectos, transfiriendo así su visión personal del futuro que quiere para su palenque y para su empresa de mezcal. Aunque en el periodo en que lo conocí y conviví con él, aun no había logrado la certificación de su mezcal, esto no fue un impedimento para que lo exportara de su comunidad y se diera a conocer en otras regiones. En las conversaciones amigables y pausadas, que nada tienen que ver con las prosas para escribir una tesis de maestría, Tío Jaime quiso hacerme saber que era una persona entendida en las normas de control y calidad de los mezcales: acidez; niveles de etanol y extracto seco. Aquí subyace la importancia de la comunicación oral, tanto en el desenvolvimiento de las relaciones humanas, como en la trayectoria de vida de las mercancías culturales.

Otro aspecto interesante es la manera en que maneja el discurso; a diferencia de los otros palenqueros Jaime se presenta durante nuestra primera entrevista y me da la bienvenida a su comunidad. Es decir, a diferencia de lo otros, adopta un papel activo, no es como si tuviera que bajar la cabeza para hablar de sus conocimientos campesinos. Al inicio de este texto, hago mención de la moda mezcalera que nombraba a los “maestros mezcalilleros” como especies de gurús alquimistas premodernos cuya autoridad tenía que ser sensatamente acatada en nombre de una estrategia de mercado. Bueno, en este caso, tío Jaime concibe y asimila este discurso, pero además, suma a los conocimientos de la producción, del destilado, una serie de reflexiones, al final un discurso, sobre la importancia de cuidar, conservar las especies silvestres de Sola de Vega.

Aunque la posición de tío Jaime puede resultar polémica, sus argumentos me parecen bastante convincentes y reflexionando en ellos me parece que apuntan a un aspecto fundamental en la economía mezcal, que es una economía mundo: la sustentabilidad socioambiental.

En el terreno práctico tío Jaime aconseja ser receptivos con los compradores y empresarios. No está completamente convencido con esa ola de compradores que atienden las necesidades de la industria, pero considera que esa es una señal para que todos los productores intensifiquen de acuerdo con sus posibilidades, el cultivo, resiembra de las diversas variedades que dan renombre y fama al mezcal de la región. Es probable que el mezcal como el turismo no resuelvan completamente las necesidades de las familias soltecas, dice tío Jaime, sin embargo, se podría producir mezcal todo el año si hubiera un plan agroecológico bien pensado.

Tío Jaime se siente orgulloso del trabajo que desempeña, considera que lo que ha venido haciendo lo posiciona como un microempresario, donde no solo se vera beneficiado por el esfuerzo de su trabajo, sino que además está en la posibilidad de ayudar a otras familias campesinas, ofreciendo trabajo y haciendo circular las ganancias en beneficio de su comunidad y de otras mas pertenecientes a la región. En este sentido, tío Jaime se diferencia del resto de palenqueros por su mayor capacidad de producción; entre 500 y 600 litros mensuales, lo que involucra que ha superado por mucho la barrera de la producción local, llegando a un nivel de semi-industrializacion, pero respetando los métodos tradicionales.

Salomón Rey Rodríguez

Tío Salomón pertenece a la comunidad de Gulera, cercana a la cabecera municipal de Sola de Vega. Tiene una personalidad muy definida, es un hombre desconfiado, serio y muestra poco su sonrisa, pero eso no le impide ser amable y atento a nuestra interacción. Su palenque esta junto a su casa, donde además tiene una bodega donde almacena los lotes de mezcal que ha ido

produciendo. Dicha situación ocurre a razón de que su mezcal se encuentra certificado, teniendo un cliente en especial que le compra todo el mezcal que Tío Rey produce. La marca se llama *Mezcal El Vago* y su mercado exclusivo es EUA, debido a que el dueño de la marca se dedica a buscar mezcales oaxaqueños y comercializarlos en el país vecino. Aunque el palenque de Rey sigue siendo artesanal, su contrato con la empresa antes mencionada, le ha obligado a adaptarlo a las circunstancias, aumentando así las ollas de barro que utiliza para la destilación, las tinas de madera en donde fermenta y los envases (garrafones) de vidrio en donde almacena los lotes producidos. O sea, cabe la posibilidad, con el aumento de la demanda, que la estrategia sea ampliar las capacidades productivas respetando los métodos tradicionales y hasta ancestrales. Esto nos indica que los acuerdos y negociaciones entre productores y consumidores son posibles incluso en el ámbito internacional. El contrato que ha pactado lo condiciona a darle exclusividad a la actividad, lo que lo aleja de sus actividades agrícolas, por lo que existen ocasiones en que tiene que pagar para que jornaleros locales le trabajen la tierra y le cuiden los animales que tiene. Aunque la postura de Tío Rey puede parecer similar a la de tío Jaime, hay algunas diferencias que acentúan el contraste entre ambos palenqueros.

Si bien los dos tienen una idea del negocio mezcalero más allá de un oficio, , lo cierto es que el enfoque es distinto, mientras Jaime quiere explotar su marca y crear un concepto propio del turismo mezcalero y de la especialización agrícola enfocada en el abasto a la industria tequilera y mezcalera, Rey asume un papel de trabajador, donde produce una mercancía artesanal para una empresa que paga por ella; se le obliga a cumplir con ciertos lotes y por ello, se ve obligado a contratar empleados que le ayuden durante las etapas del proceso. Es jefe, pero también es un empleado. Asimismo, un aspecto que comparten los dos palenqueros, es que se han alejado de su comunidad, al menos en los aspectos que se refieren al compromiso social que tienen con el mezcal y con las fiestas de sus comunidades, lo que los aleja cada vez más de la

economía moral del mezcal solteco, al menos en el ámbito de la práctica moral del consumo social.

Unas palabras finales que merece el papel e importancia de tío Rey. Se destaca en el mundo de los palenqueros de Sola de Vega por estar atento a la procedencia de las piñas, de la materia prima, del cuidado y saber campesino que se les dedica para que la bebida sea óptima. Su convicción discursiva no debe ser anulada por el hecho de que bajo ciertas circunstancias él mismo ha tenido que recurrir a la compra de ejemplares de dudosa procedencia.

Francisco Fructuoso

Perteneciente a la comunidad de Quialela, es uno de los palenqueros con mayor respeto. Junto con su padre y uno de sus hermanos, Tío Francisco tiene 15 años trabajando en su palenque, menciona que esto es lo que les ha permitido crecer económicamente a su familia. Empezó a trabajar el palenque desde que tenía 16 años, dedicándose exclusivamente a dicha actividad. Destaca que a diferencia de otros cultivos que requieren mucho cuidado: agua, fertilizantes, etc., el maguey no necesita tanto cuidado, solo que se limpie la maleza que crece alrededor, pero por lo regular es una apuesta que tendrá sus frutos seguros al momento en que se pueda destilar.

Como otros palenqueros locales, su ritmo de producción esta condicionado por la capacidad como palenquero de ir administrando los agaves con que se trabajará. Para Francisco es importante no desesperarse y trabajar las piñas cuando aún no han alcanzado su periodo de maduración, este es un error, pues esto podría significar un bajo rendimiento en la destilación, pero sobre todo un mal sabor, lo que consecuentemente significaría una mala reputación de su mezcal.

Recuerda que antes machucaban el maguey cocido con mazo de madera, pero dicha tarea requería mucho esfuerzo físico. Ahora han optado por usar una maquina hebradora de agave,

que facilita el trabajo y reduce los tiempos. La diferencia que encuentra entre estas dos opciones es que, a diferencia de usar la máquina, cuando se usa el mazo, se van a las tinas pedazos de maguey más grandes, que ayudan a que la fermentación sea más rica y que las tinas trabajen a otro ritmo; las tinas siguen fermentando hasta el momento de la destilación, sin importar si es la primera o la cuarta que se esté manipulando. Es lo que se le conoce localmente, como bilólos.

Francisco forma parte de un grupo de palenqueros locales bien perfilados para captar los beneficios de programas que llegan a su comunidad estimulando la producción mezcalera. Entre esos apoyos cuenta la maquina y algunas ollas que han recibido. Respecto a la renta de la máquina, los costos son: $10 pesos por tambo de fermentación, si se pertenece al grupo y $20 si no se forma parte. Esto va a un fondo, que sirve para las reparaciones y el mantenimiento de la máquina.

En este sentido, a pesar de que Francisco recuerda con nostalgia las formas y los procesos con que se elaboraba el mezcal, también hace saber que algunas de las etapas se simplificaron con las transformaciones que han venido sucediendo. Sin embargo, la producción sigue dependiendo totalmente del conocimiento y la experiencia del palenquero y de los cuidados que se le da al trabajo: la limpieza, el método y el toque particular del palenquero: la sazón del cocinero.

En el marco de las características organolépticas del mezcal, Tío Francisco nos habla de que el sabor en primer lugar depende de la calidad del agave que ha de utilizarse. Algo particular es cuando un mezcal no se logra, puede deberse en buena medida a que el agave utilizado esta tierno, tiene cogollo y eso contamina su sabor al destilado final. También ocurre que cuando se está destilando, se deben sellar bien las hornillas, para evitar que el humo se escape entre las

ollas, ya que esto puede provocar que el mezcal tenga sabor a grasa, a cochambre, de acuerdo a Tío Francisco.

En lo que respecta a las capacidades del palenquero para reconocer los sabores de sus mezcales, las opiniones puedes ser variadas, pero coinciden todas ellas: es casi imposible distinguir entre una especie y otra; con sus excepciones como el agave tobalá o el jabalí. Sin embargo, esto da contraste a las actuales catas de mezcales que se realizan tanto en Oaxaca como en Ciudad de México, en las cuales se asegura conocer la cata de los mezcales mexicanos, llegando a afirmar las capacidades de los "expertos" por definir procedencias, materias primas y tipos de destilación. Pero no se me malentienda, con esto no quiero decir que el palenquero no tiene la capacidad para poder distinguir entre tipos de agave, pero esto solo es posible gracias al conjunto de conocimientos que posee y en especial, a la experiencia que tiene. Por ello, me parece que las catas que realizan "expertos" del mezcal, solo son una forma de turismo cultural y como tal, una herramienta para llevar al mezcal a un estatus de bebida gourmet; al estilo de los vinos de uva o los destilados como el whisky.

En este mismo sentido, una forma en que Francisco dice saber acerca del tipo de maguey, es mediante la observación del perlado que hace el mezcal al momento de checar su graduación alcohólica. Ha adquirido con la experiencia y la práctica, la forma de distinguir entre las perlas de distintos tipos de agave. Para Fructuoso hay un maguey que se dificulta al momento de darle graduación, el agave "Sierrudo"; cuenta que cuando se trabaja con el y se intenta observar las perlas, estas confunden al palenquero ya que dan muestra de que el mezcal esta muy alto; cuando se decide bajarlo con las "colas" este no baja de graduación. Entonces el palenquero decide echarle mas colas de lo habitual, lo que genera que se baje en exceso la graduación. Esto podría solucionarse con el "pasa licor" (alcohómetro).

Finalmente, Tío Francisco menciona que las graduaciones alcohólicas que le dan a los mezcales han ido cambiando con el paso de los años, antes las concentraciones eran mayores, tanto para los palenqueros como para el mercado local que abastecían. Esto se debe a los cambios legales y de administración que han venido sucediendo con el tiempo. Entre ellos a la creación de las denominaciones de origen; la normatividad de producción; los controles de calidad de los mezcales y la adquisición de un gusto global sobre la cantidad de alcohol en los destilados. En la actualidad no se puede comercializar destilados que tengas mas de 55 grados de volumen alcohol. Por lo tanto, los mezcales soltecos tuvieron que adaptarse y bajar sus concentraciones, llegando a un promedio entre los 48-52 grados. Siendo todavía de los mezcales más altos en todo el país. Francisco señala que el prefiere tomar mezcales con alta graduación; si es posible las "puntas"; menciona que si uno llega a emborracharse con las puntas, al siguiente día amanecerá flamante y con ganas de seguir tomando, pero si lo hace con mezcal de baja graduación, el día siguiente se tendrá dolor de cabeza y ganas de dormir, de no salir.

Leobardo Cruz García

Tío Leobardo es uno de los palenqueros más respetados en su comunidad: Chicueca, perteneciente a San Juan Bautista. Tiene 63 años y dos hijos que se dedican a la elaboración del mezcal. Un vecino le enseño a trabajar, primero fue su ayudante, hasta que fue aprendiendo todas las etapas para posteriormente hacerse cargo del palenque.

El palenque que tiene actualmente tiene 12 años de vida. Recuerda que se invirtió una yunta para construir el palenque. Cuando compró sus primeras ollas, estas costaban $550 y los "esquetes" son ollas usadas. Los cazos que sirven para enfriar el agua, costaban $200 pesos. Estos eran de latón y con el paso del tiempo se empezaban a oxidar o en los peores casos se

rompían y tenían que ser reemplazados por otros. Un dato fundamental en la historia del mezcal solteco de barro, es la imagen que se tiene de que este tenía una coloración amarilla; pero esto se debía al propio oxido que bajaba a las ollas y le imprimía dicha coloración. Sin embargo, con la llegada de los cazos de acero inoxidable, esto cambió, adquiriendo así su color cristalino. Leobardo y su esposa Luisa mencionan que aún hay clientes que lo piden así, pero ahora la solución es meter en los bidones pencas cocidas del mismo maguey, para que aporte así la coloración al mezcal. Sin embargo, menciona que queda con olor a choquia, a pesar de que el mezcal este limpio.

Para Leobardo, trabajar con olla de barro es más caro que con alambique, pero la calidad del mezcal que se obtiene es mejor. También encuentra diferencia entre las cualidades organolépticas de cada agave; lo que enriquece la variedad de catálogo que puede ofrecer la región. Manifiesta su orgullo por las características de sus mezcales, rescatando que su método es superior a otros mezcales, especialmente a aquellos de Sección Cuarta. No obstante, los rendimientos son bajos, comparados con el otro método. Tío Leobardo calcula que el rendimiento promedio de sus palenquedas, es entre 18 y 30 medidas por lote, lo que es en comparación una tercera parte del rendimiento de un palenque de alambique.

La economía moral del mezcal incluía una graduación alcohólica de los mezcales, entre 55 y 70 grados, pero esto ha ido desapareciendo, especialmente tras la llegada de la comercialización de los mezcales. Lo que ha ido creando que se dejen de consumir los mezcales altos, aunque existen resistencia por parte de los palenqueros con mayor experiencia, que siguen consumiendo tales destilados. Todos ellos hablan de los beneficios que se obtienen por tomar las “puntas” especialmente en lo que se refiere a los efectos embriagadores y la resaca; que no existe bajo este consumo.

Respecto a la adquisición de contratos con empresa comercializadoras, Leobardo tiene una postura de rechazo hacia dicho trabajo, en especial porque dice que se le compromete a trabajar para una sola persona, haciendo que cuando llegue un cliente habitual, este tenga que decirles que no, ya que todo el mezcal que produjo lo tiene comprometido. Dentro de la economía moral del mezcal, esto significa una dificultad ya que tendría que dedicarse exclusivamente a ello, dejando por lado sus compromisos sociales y lo momentos de ocio de y goce social. Aunado a ello, esta la incapacidad técnica para producir a gran escala; falta de maguey y falta de tiempo para dedicarse de lleno a dicha actividad.

Para Leobardo, los palenqueros locales tienen que cuidar sus agaves locales e impedir que la industria tequilera arrase con los plantíos ya que eso podría tambalear la producción mezcalera y poner en duda incluso la producción que se dedica al mercado local. Si Leobardo no tiene el agave para palanquear, busca quien lo tenga y acuerdan trabajarlo a medias, es decir, de lo que se produzca, se repartirán mitad y mitad del mezcal obtenido y así todos se verán beneficiados con el trato.

Los palenqueros locales no rechazan ningún trato que tenga que ver con la producción. Ningún testimonio de esta investigación hablo de rechazar algún acuerdo local para producir mezcal. Ello refuerza la idea de la forma conjunta en que operan los palenqueros locales y la manera en que se va construyendo la economía moral del mezcal. Mientras el trato sea en beneficio de un palenquero o de su familia, se acuerda el mejor trato posible donde ambas partes se beneficien y puedan sacar adelante su trabajo. La clave aquí es no rechazar en ningún momento una palenqueda, sino apoyarse entre sí para que se pueda llevar a cabo.

En las comunidades que destilan mediante olla de barro, esta idea se extiende en el sentido en que los acuerdos pueden ser más flexibles. Es decir, el palenquero que preste su palenque y sus herramientas, por lo general, nunca buscará obtener ganancias extras por el trabajo que ahí se realiza; sino solo lo justo para que sea rentable y para asegurar la producción. Por ello, es común que palenqueros ya consagrados y que gozan de fama local, hayan visitado palenques por todas las comunidades y trabajando en ellos, ya sea para ayudar a algún amigo o como parte del comité de las fiestas patronales de cada comunidad.

Finalmente, tío Leobardo habla de que prefiere ser nombrado como productor o palenquero y no como maestro, ya que lo asocia con la dedicación exclusiva a la actividad. Algo que él no hace, ya que se dedica a sus labores agrícolas y demás trabajos propios de la vida en el campo. La administración del tiempo es crucial para la continuación de la actividad. Palenquear es un complemento en sus ingresos familiares, le permite trabajar en algo que disfruta y obtener beneficios económicos por ello. Hacerlo de lleno significaría comprometer su tiempo y convertirse en un trabajador de tiempo completo.

Juan Felipe Rodríguez Medina

Tío Felipe tiene 47 años, es originario de la comunidad de Gulera, en Sola de Vega. El inicio de su actividad como palenquero, comenzó de las enseñanzas de su padre, quien le permitió ir conociendo de apoco el oficio y perfeccionando el cumulo de conocimientos que iba adquiriendo conforme las palenquedas aumentaban. Fue a la edad de 20 años cuando emprendió por cuenta propia el hacerse cargo de un palenque, sacando así su propio mezcal. Desde esa edad hasta la fecha, no he dejado de producirlo.

Para Felipe, el producir mezcal es una actividad que ha aprendido desde joven, le ha permitido complementar sus ingresos familiares, además de conservar la tradición que ha ido desarrollando en su comunidad a lo largo de los años. De este modo, ha enseñado a sus hijos a que sigan llevando a cabo la actividad; siendo su hijo Daniel su mejor pupilo, ya que es quien en su mayoría trabaja junto a él e incluso ya realiza sus propias palenqueadas.

El trabajo de palenquear es esencialmente una actividad familiar, debido a que se emplea del trabajo del núcleo para poder llevar a cabo las palenquedas. Esto puede llegarse a complementar en caso de que el numero de maguey a trabajar, sobrepase las capacidades físico-humanas de los integrantes familiares, entonces habrán de contratar a trabajadores de la comunidad, para que ayuden a terminar el trabajo de la palenqueada.

El flujo del mercado del mezcal local está estrechamente relacionado con la vida social de las comunidades productoras y del centro de poder político que es Sola de Vega. Su permanencia en la estructura social solteca, ha sido posible gracias al reconocimiento que se le ha otorgado por parte de los consumidores locales y por su irrefutable presencia en cada una de las celebraciones sociales de los habitantes soltecos. Felipe considera que sería inimaginable vivir una celebración sin la presencia del mezcal local, lo que no solo permite que los palenqueros trabajen para activar sus economías locales, sino además impulsa la propia dinámica comercial regional, fortaleciendo las economías agrícolas de subsistencia.

Al habitar en un lugar remoto de su comunidad, Felipe ha logrado posicionar su mezcal como un producto que solo es para consumidores habituales o de la región. Sin embargo, eventos como la feria del mezcal o demás exposiciones le han dato notoriedad a su mezcal, aunado a la calidad de este, el trabajo de Felipe y sus hijos ha ganado popularidad en la región, siendo reconocido como uno de los de mayor identidad y cualidades organolépticas.

Para Felipe, el producir mezcal depende en mayor medida de la bondad de la naturaleza, que del propio conocimiento que muestra para llevar a cabo su actividad productiva. Debe existir una reciprocidad con la tierra, para asegurar un buen producto y para dar continuidad a la actividad, para que así las nuevas generaciones puedan seguir aprendiendo y replicando dicho conocimiento en la creación de la bebida mezcal. Felipe destaca que las cualidades de los mezcales soltecos son resultado de una amplia tradición local; donde se ha fusionado la naturaleza del agave y el amplio conocimiento de los palenqueros.

El reconocimiento y consumo cotidiano por parte de los habitantes, ha fortalecido la confianza de los palenqueros por seguir trabajando, logrando con ello el crecimiento económico de sus núcleos familiares e incentivando el desarrollo de la región. Esto ha ido animando a los jóvenes soltecos a aprender y emprender sus propios palenques, alentados por los palenqueros de mayor experiencia o por sus familias que han visto en el mezcal una nueva forma de vida.

Es la propia capacidad de agencia que posee el mezcal, lo que permite que este se desenvuelva libremente en el campo político de la región mezcalera, reforzando así su importancia social y su papel como regulador de las relaciones sociales. Pero la forma en que lo logra, no depende solo de sus propias características artesanales, sino de esa capacidad para aglutinar símbolos y hábitos en los habitantes de cada una de las comunidades. Su cotidianidad produce una fuerza de agencia en dicha región, que tiene como efecto regular el impacto de las relaciones sociales presentes. La producción, el intercambio y su mercantilización, son etapas donde el mezcal cobra vital importancia como un agente, haciendo más evidente la identidad

que tiene la región respecto a la existencia del destilado, como una mercancía cultural que surge en el contexto vivido, en las relaciones humanas cotidianas.

En el marco de ideas de *la vida social de las cosas,* los soltecos y los consumidores habituales condicionan la significación del mezcal. Pero es el mezcal en movimiento en el campo político, lo que proyecta su contexto social y humano. A través de la trayectoria del mezcal solteco se han construido y reafirmado las cualidades y los atributos que han sido importantes y determinantes en la definición de su *valor de uso* en el proceso de su comercialización cultural.

El mezcal de Felipe ha cobrado notoriedad regional, debido a la cualidad y el sabor que ofrece. La mediación de los palenqueros y consumidores ha contribuido en la definición de varias cualidades como proceso artesanal, sabores ahumados y conocimiento y tradición, que han ido distinguiendo al mezcal solteco. Felipe ha logrado imprimirles una identidad propia a sus lotes, influenciado por los valores culturales y las relaciones de poder imperantes en las comunidades productoras.

En el contexto de producción y trayectoria tanto del mezcal de Felipe, como del resto de palenqueros que ya hemos abordado en esta tesis, se promueve un sentido de pertenencia de quienes producen y quienes consumen. Como lo mencionan Curiel; Hernández-Díaz y Worthen: "[…] establecen discursivamente un lazo de solidaridad intercultural, que es la que nutre los argumentos y las justificaciones que el consumidor elabora para realizar su compra y, tomando en cuenta las consideraciones anteriores, estará definida por las nociones de autenticidad que hayan sido movilizadas durante el proceso de construcción del objeto (Curiel Et. Al., 2016:27). Las cualidades del mezcal solteco, no es producto de un juicio objetivo, sino

que surge de la propia experiencia del consumidor, construida por los palenqueros y los intermediarios.

Sharon Tiffany (2004) señala que los consumidores también funcionan como intermediarios que generan transformaciones sobre el mezcal mediante la elaboración de narrativas que justifican su consumo. De tal modo, serán los consumidores quienes realicen la estandarización de la bebida mezcal en el proceso de apropiarla. Felipe es participe de esa mediación entre palenquero, consumidores locales y público en general. Su mezcal es parte de una estructura comunitaria fincada en la figura de la economía moral, que busca dentro de sus premisas privilegiar las ganancias sociales del mezcal, invitando así a los palenqueros a producir de acuerdo a los calendarios comunitarios. No es fortuito que Daniel aprendió desde temprana edad el oficio de hacer mezcal, sino hubiera sido su papá quien se enseñara, seguramente algún familiar o vecino le habría enseñado a trabajar el mezcal artesanal. Esto es posible gracias a las formas culturales en que se produce el mezcal y a las disposiciones morales que sustentan la producción y el consumo. La respuesta de Felipe al preguntarle acerca del método de destilación en olla de barro es remanente a su niñez y la manera en que su padre le enseñó; seguir produciendo mediante olla de barro es un asunto de conocimiento, pero también de respeto a la tradición. Tal situación pasada, en la vida personal de Felipe, que persiste en la actualidad es muestra de la consecución de dos macrofenómenos: el de la globalización de las tradiciones y el del auge de las narrativas de lo ancestral.

Simeone García Cruz

destilación en alambique de acero.

Tío Simeone es el primer palenquero que sale de nuestro análisis de los mezcales de ollas de barro, para formar parte de esta serie de productores que trabajan mediante destilación de alambique de acero inoxidable. Simeone tiene 53 años, pero aprendió del oficio a la edad de 17, siendo su padre el mentor que necesito para aprender de a poco la producción y el trabajo que conlleva la elaboración del mezcal.

Recuerda que lo primero que pudo hacer respecto al mezcal, fue acarrear leña y las piñas que su papá cortaba para trabajarlas en el palenque. En esos tiempos la única forma de sacarlas y acarrearlas hasta los palenques, era mediante el uso de bestias de carga. Hoy Simeone señala que ahora el trabajo se ha vuelto menos agotador, ya que acarrearlas se puede hacer mediante camiones o camioneta, según la cantidad y las condiciones topográficas del lugar en donde están desmontando. También recuerda con un dejo de nostalgia, que cuando el aprendió el proceso era artesanal; especialmente durante la etapa de macerado; se empleaban mazos de madera, que se usaban en una canoa de sabino donde se maceraba el maguey que previamente había sido cocido. Cuenta que en la actualidad se emplea una maquina a gasolina, que ayuda a moler el agave, pero ésta por lo regular es rentada a algún palenquero de la comunidad. Lo que un dueño comúnmente cobra, es lo equivalente a 25 litros de bagazo por tambo de 200 litros. Es decir, si el palenque trabaja una tonelada, el dueño de la maquina obtendrá el equivalente del rendimiento, de 125 litros de guarape.

En lo que respecta a los rendimientos, si hablamos de comparación entre los dos métodos, es claro que en alambique de acero o de cobre, se tienen mayores rendimientos y se minimizan las mermas. Simeone calcula que de una mezcla de guarape sobre un estimado de

200 litros, se obtendrán 20 litros de mezcal; siendo esta una cantidad superior a los rendimientos obtenidos mediante destilación en olla de barro. Parte de esta cifra se debe en gran medida, a que, mediante alambique, por lo regular el mezcal es de una sola pasada, es decir, una única destilación.

Tío Simeone fue aprendiendo a base de experiencia el trabajo del mezcal, el conocimiento que gradualmente le fue compartiendo su papá y el otro que iba adquiriendo mediante la observación y la práctica, le permitió ir perfeccionando su técnica e irle imprimiendo distinción a sus palenqueadas. En este mismo sentido, resulta peculiar como durante nuestra primera conversación, su esposa Elvira quiso estar presente y formar parte de la entrevista formal; ya fuera que me respondiera uno u otro o que lo hicieran juntos, la entrevista fue para los dos. El conocimiento que tiene la señora Elvira, desde lo técnico hasta lo intangible, demostrando así que el trabajo de los palenqueros está seriamente influenciado por las mujeres, quienes en muchas ocasiones hacen posible que la actividad continúe.

Fue hasta los 26 años que pudo tener su primer palenque, pero ya había adquirido todo el conjunto de conocimientos que lo encumbraron como uno de los mejores palenqueros de su ranchería. Ahí comenzó a destilar en un tambo de latón, de 200 litros de capacidad, hoy tiene dos alambiques, uno de cobre y otro de acero inoxidable.

Finalmente, Simeone García considera que para que los mezcales locales sean reconocidos, más que influenciar su fama, hay que mejorar los procesos, especialmente los que tienen que ver con la limpieza y con los métodos correctos. Comenta que muchos de los palenqueros pierden porque hacen sus lotes sin las medidas adecuadas, lo que aleja a los posibles consumidores y los va separando de los palenqueros más buscados.

Por otra parte, uno de los aspectos fundamentales dentro del conocimiento heredado es el momento en que hay que otorgarle graduación alcohólica al mezcal. Para tío Simeone, esto es un arte que se aprende mediante la experimentación y la experiencia. Los instrumentos que han de utilizarse son el tecomate y el carrizo; de los bidones producidos se extrae una muestra que se vierte a través del carrizo en el tecomate. El sonido, la densidad del líquido y la morfología de las perlas obtenidas, es lo que dará cuenta de la graduación alcohólica del mezcal producido.

Carlos Morales

Tenía 15 años cuando comenzó a cortar el maguey que su papá trabajaba, de ahí fue aprendiendo poco a poco el trabajo de las palenquedas. Ahora tiene 43 años y nunca ha dejado de trabajar el mezcal. Expresa que es una actividad que le gusta y que complementa los gastos familiares.

Al principio rentaban un palenque para poder trabajar, pero hace 25 años su papá ahorro para tener el propio y desde ese momento se sigue trabajando en el lugar; evidentemente este ha ido aumentando con el paso de los años y también de algunos programas que han llegado a las comunidades y han beneficiado a los palenqueros. Tal es el caso del programa PESA que llego a Sección Cuarta hace aproximadamente cinco años. Carlos y su familia se han visto beneficiados con alambiques de acero, pero también con material que el programa les ha facilitado para la construcción del palenque: piso de concreto, techos, galeras etc. También han recibido maquinas hebradoras de agave que sustituyeron definitivamente a los mazos de madera que se empleaban bajo la etiqueta del mezcal ancestral.

Actualmente el palenque de la familia de Tío Carlos se encuentra certificado, pero no lo hizo de manera individual, sino que, junto con un grupo de 12 palenqueros, formaron una

cooperativa y una marca llamada Rajabule; la cual ha ido ganando fama paulatinamente en el mercado nacional. El mezcal se produce en los palenques de estos hombres que forman parte, pero la embotelladora está en Rancho Viejo. Aunque existen un control sobre el proceso del mezcal y la calidad, ello no impide que se adquieran otros mezcales de productores locales, que no están registrados. Por ello, Carlos me habla de que esto hace circular el dinero en la comunidad, beneficiando no solo al grupo, sino a la comunidad entera.

El tema del gusto histórico y del consenso se vuelve a hacer presente en el caso de los mezcales de Carlos y su familia. Entre dichas particularidades está el hecho de que localmente el mezcal se consumía con alta graduación alcohólica. Esto viene a ratificar los testimonios anteriores, señalando que los palenqueros soltecos preferían los sabores, aromas y sensaciones de los mezcales alto, con "fuerza", los cuales han ido desapareciendo paralelamente al crecimiento de la producción local.

Finalmente, Carlos proyecta el crecimiento del mezcal hacia la especialización de las especies (algo que ya ocurre), es decir, en la separación de las especies y la destilación de tal forma, desapareciendo así los mezcales caseros o dejándolos solo para ediciones exclusivas, limitadas. En este sentido, menciona que esto ha dado oportunidad a que surjan nuevos palenques, pero el paisaje mezcalero está ahora saturado, especialmente si hablamos de la instauración regional de la especie espadín. No obstante, considera que los propios comercializadores empiezan a rechazar dicha saturación y buscan mercado para otros sabores, entres esos están el agave mexicano y el agave barril.

Noé García Olivera

La primera vez que entrevisté a tio Noe fue en presencia de tía Damiana, su esposa. Otro caso de un matrimonio de palenqueros. Tío Noe recuerda que aprendió a la edad de 15 años las etapas que comprendían la producción del mezcal, pues acostumbraba acompañar a su papá, que en ese entonces rentaba palenque para producir sus lotes de mezcal. Ya para los 21 años estaba listo, para encargarse de sus propias palenqueadas.

Para tío Noé lo más difícil del trabajo es conseguir el maguey, que esté listo y maduro para trabajarse. La mejor época para trabajar el palenque es durante época de calor, ya que este ayuda a que las tinas de fermentación trabajen más eficientemente. Abril, mayo y junio son los meses ideales para trabajar, ya que el dulce del maguey aumenta gracias al calor, haciendo que fermente más rápido y que de mejores rendimientos durante la destilación. El lugar donde se localicen los agaves es vital para obtener una buena palenqueada, no importa si es terreno pedregoso o no, sino que la tierra tenga suficiente fuerza para que logre hacer madurar la planta.

El espadín es el agave que más trabaja, aunque señala que ha hecho un esfuerzo por conseguir otras especies. El coyote es el agave que actualmente está impulsando, aunque todavía no lo ha explotado en su totalidad. Abunda casi al ritmo del espadín y también da suficientes hijuelos. El método de reproducción por semillas, no es utilizado en San Juan Bautista, ya que dejarlo que llegue a tal periodo de maduración, significa perder la piña para usarla en el mezcal. Por lo tanto, el método más usado, sigue siendo mediante la replantación de los hijuelos. Otro tipo que se está plantando es la especie sierra negra, pero aún no han obtenido su mezcal ya que las plantas todavía se encuentran en periodo de maduración.

Noé es un palenquero que cada día está más preocupado por el cuidado de la materia prima, por su conservación y la reproducción domestica de las especies locales. Pese a ello, reconoce las facilidades que ha otorgado la domesticación del agave espadín, que se ha adaptado a las tierras soltecas y ha sabido responder a la creciente demanda de mezcal en toda la región. Además, tal vez la razón más importante de su aceptación comunitaria, es que dicha especie es la que mayor promedio de hijuelos ofrece, lo que facilita su reproducción, expandiéndose en el paisaje agavero.

Noé considera que el mezcal de olla es superior a los de alambique; dice reconocer el sabor frente a los otros. Cuando el mezcal es de calidad, te tomas una copa y te da un gusto por beber una más, pero si el mezcal es malo, solo basta tomar una copa para darse cuenta de la mala calidad de dicho mezcal.

Señala la importancia del mezcal en la vida social del pueblo y la región. Cuando hay una fiesta el anfitrión debe prepararse con su mezcal, se les invita una copa como bienvenida, pero se tiene suficiente para seguir toda la celebración, por si así lo quieren los invitados. En lo que respecta a las fiestas patronales, se crea un comité que se encarga de contar con mezcal, ya sea que se coopere con medidas o que el propio comité se prepare para elaborarlo en algún palenque de la misma comunidad. Noé señala que usualmente se preparan 70 medidas (350 litros) que son consumidos durante todos los días que duren las celebraciones: jaripeo, calenda, castillo. Se acostumbra invitar a las autoridades, todos deben beber mezcal y este no debe faltar en ningún momento. Los padrinos y las autoridades sacan sus mejores mezcales y los ofrecen a los invitados más cercanos.

En conclusión, menciona que existen rumores de que mucha gente le hace maldades a los palenques para que estos dejen de producir, esto por las envidias o la mala vibra de las personas. Mantener relaciones sexuales en el palenque afecta el rendimiento, por ello aconseja que los

palenqueros lo tengan cerca de su casa, para evitar estos problemas; aunque reconoce que muchos lo construyen lejos de sus casas debido a la inaccesibilidad a las fuentes naturales de agua.

Las experiencias personales de los palenqueros me han permitido trazar una ruta de análisis paralela a la trayectoria del mezcal. Resulta imposible vivir las trayectorias del mezcal sin la agencia que han mostrado los palenqueros a lo largo de generaciones. Estas experiencias nos han mostrado que el conocimiento y los procesos de adquisición y transformación de los palenqueros, dan orden y desorden a las relaciones sociales de la comunidad y muestran la manera en que una actividad se desenvuelve en el sistema cultural solteco.

En este sentido, parte de dicha experiencia de experimentación y transformación, además de mediación, se vuelve posible en gran medida gracias al conflicto entre las distintas formas de organización social en un mismo contexto y en la propia definición personal del significado del mezcal para cada uno de los palenqueros. Sus formas de organización no son solo sociales, sino también económicas y conjunto, se vuelven posturas políticas frente a un fenómeno creciente y en constante transformación.

En este mismo escenario regional donde actúan los palenqueros, persisten dos modos distintos de concebir una misma actividad productiva; es precisamente esta divergencia lo que enriquece el contenido y forma de las relaciones sociales que giran en torno al mezcal. Como resultado de ello, se enriquece el aspecto cultural de creación y consumo.

La identidad relacional que ocurre entre olla de barro y alambique de acero ha tenido como resultado el impulsar la comercialización cultural a la que ha sido sometido el mezcal solteco. Proyectando así un consumo que este apegado al ejercicio culturalista de las mercancías culturales; al folclore del mercado de lo artesanal.

En efecto, dicha comercialización ocurre, pero esta es creada por los agentes externos y por el manejo de los discursos de consumo; ajenos a las experiencias locales del mezcal. No obstante, no debemos ignorar el hecho de que para los soltecos, su actividad está fundamentada en una economía moral, que privilegia los beneficios sociales por encima de los intereses personales que puedan tener los palenqueros por explotar económicamente la actividad, haciendo de su conocimiento una mercancía que ha de consumirse globalmente.

La imagen prototípica del consumo de productos de origen local, promueve el discurso de que el consumidor tiene total elección sobre las mercancías que elige y que dicha elección está sustentada en el conocimiento que este posee y en el universo de posibilidades que el mundo de mercado global ofrece.

Para hacer referencia a la importancia social del mezcal, me apoyo en las propuestas de Appadurai (1986), quien muestra la relevancia de descubrir los mecanismos que construyen el valor de una mercancía. Poniendo énfasis en analizar la capacidad del consumidor en reconocer dicho valor. Lo que define como "el valor de las cosas"; el mismo que permite y de cierta forma incentiva su consumo. También resulta interesante la idea de mostrar que el conocimiento se ha vuelto una mercancía. Mientras más se domine, se puede tener mayor inferencia en los mecanismos de asignación del valor; por lo tanto, de acuerdo al autor, podemos decir que el valor económico es un producto cultural, que no se asigna en la etapa final de la mercancía, sino durante la construcción social de su valor.

No podemos ignorar aspectos que atañen al carácter local del mezcal y su incursión en las dinámicas de dimensión global, o, en otras palabras, de nuevos mercados al exterior de la región. Hay que distinguir entre dos formas de ver el mezcal: en la región y en el mundo de su comercialización.

Existe una demanda global que está centrando su mirada en el consumo del mezcal, su despegue comercial ha venido a modificar las dinámicas de producción, y en cierta medida, ha propiciado su semi-industrialización. La existencia de un mercado alternativo de productos con características orgánicas, ancestrales y de exclusividad, ha permitido que la industria del mezcal cobre mayor relevancia frente a la hasta ahora única y emblemática bebida nacional: el tequila.

Esta investigación ha buscado dar cuenta de todos los procesos que intervienen en la comercialización del mezcal y el papel que vienen jugando los palenqueros como los poseedores del conocimiento para su elaboración; contrastando así el conocimiento y la economía moral entorno al mezcal. Aunado a ello, destaca el carácter de pequeña producción del que goza el mezcal en la región y la contradicción que surge al momento de pensarlo dentro de procesos de producción y de consumo más amplios, que aspiran a ir más allá de los mercados locales; los que hasta ahora han regido la vida de dicha bebida.

Me apoyo en la idea del "bien limitado" que propone George M. Foster (1965); para sugerir que los palenqueros controlan el mezcal y lo conciben como un bien de acceso finito, que como señala el autor, es inherente a la naturaleza, pero su producción está limitada ya que no puede suceder un aumento potencial. Ello no quiere decir que no se tengan las capacidades técnicas y humanas para producir grandes cantidades, sino que los requerimientos sociales no sobrepasan su capacidad artesanal de producción, lo cual no los compromete a cambiar los métodos, ni a modificar la calidad de los mezcales que producen.

En este sentido, la investigación no sólo señala un sistema productivo y sus etapas en el mercado de lo global, sino que, además, analiza el papel de actores claves como lo son los palenqueros en el proceso de conformación de una economía moral entorno del mezcal. En dicha

lógica, consideran el mezcal como un bien cultural común, los palenqueros son los poseedores de dicho conocimiento, quienes, además, son actores que se ven vinculados directamente con su conservación, su transmisión y su transformación; como un actividad productiva y social.

Las trayectorias de los palenqueros, nos han demostrado que el carácter de lo artesanal esta transformando los escenarios habituales, transcendiendo los espacios globales de consumo. Considero que ello se debe en primer lugar, al aumento de mercado de los productos artesanales y orgánicos; cada vez en expansión debido a la preocupación total por controlar lo que consumimos, buscando alejarnos de productos que resultan nocivos para nuestra salud. En segundo lugar, por el manejo de los discursos de lo auténtico, lo que a su vez, está relacionado con la presencia de las mercancías culturales que están íntimamente relacionadas con el lugar y la cultura intima en donde surgen.

El consumo del mezcal solteco, resulta ser para los consumidores un acto estético de elección informada y propia, producto del conocimiento del valor cultural que tiene la bebida y de contexto específico en donde surge. Los palenqueros pasan a formar parte activa de este capital cultural, no solo por el conocimiento que poseen, sino por su papel de mediadores en los procesos de construcción de valor de la mercancía. El valor del mezcal en el escenario de la dinámica de las localidades productoras, sobrepasa por mucho el valor comercial de las mercancías globales, pero ello no significa que esto no sea influenciado por el mercado de las bebidas industrializadas y por lo propios impulsos del libre mercado y del consumo de masas.

Pese a que el discurso del mezcal solteco pretende alejarse de dicha dinámica, lo cierto es que su auge es producto de la propia demanda del mercado global, que ha venido impulsando la aparición de este tipo de bebidas, que apelan a una imagen de mercancías culturales globales. Mismas que surgen en contextos particulares de países y regiones periféricas, pero altamente "folclorizadas" al menos bajo la idea de las narrativas culturalistas.

El mezcal ante el escenario global

Existen algunos estudios que centran su análisis y erigen sus objetos de estudio, sobre mercancías que marcan y dirigen las economías de una determinada región. Lo que a su vez da cuenta no solo del desempeño de dichas actividades, sino además del crecimiento social de las regiones.

Un ejemplo interesante, es el texto *Dulzura y poder* (1996), el cual plantea entre sus objetivos principales, escudriñar acerca de los orígenes y los procesos de expansión del azúcar como un producto de consumo mundial, así como la influencia que ha tenido a lo largo de la historia mundial de las sociedades: ¿Cómo llegó a popularizarse? En primer lugar, es necesario señalar que el antropólogo Sidney Mintz, comienza precisando su intención por presentar un texto que tuviese la capacidad de analizar el desarrollo de un producto como el azúcar, pero que además fuera capaz de tomar en cuenta el aspecto histórico y las influencias culturales que han permitido el gusto histórico por dicho producto. En este sentido, Mintz expresa que es menester de la antropología tomar en cuenta los estudios históricos en su agenda, en el sentido de ser incluyentes y lograr establecer un diálogo permanente entre lo que es historia y la vida actual de las sociedades que pretendemos conocer.

Es significativo como un producto tiene un desarrollo histórico particular, pensando en el mezcal, debemos ser capaces de mostrar cuales han sido las influencias culturales que han permitido y propiciado que dicho destilado se siga consumiendo hasta nuestros días y de qué manera otros mercados han marcado la pauta y el ritmo en su producción. En este sentido, Sidney Mintz señala que para el desarrollo de un producto a escala global debemos analizar *"la unión a través del tiempo y el espacio para una peculiar cadena de producción"* (1996: página?.

Resulta interesante destacar las relaciones sociales que determinadas sustancias o mercancías hacen emerger a partir de su valoración en términos estrictamente culturales. Así el azúcar con su aporte calórico para sustentar la fuerza laboral de la clase obrera inglesa, creó y fue fundamental para la creación de hábitos culinarios y la introducción de otros alimentos a la dieta de esta y de otras naciones que se sumaron a la cultura del azúcar.

Así en nuestro caso de estudio, el mezcal es inducido a ingresar a la esfera comercial y en buena medida esto está sucediendo, no obstante, en Sola de Vega, y suponemos que en otras regiones, el mezcal no ha perdido su preminencia como propiciador de los vínculos, lazos sociales, familiares y vecinales. Este carácter le brinda un cobijo social y al mismo tiempo pone límites a los potenciales malos usos, permitiendo la cooperación y el sentido de reciprocidad. La identidad que se afianza, hace posible que los miembros de una misma comunidad, pese a que tengan diferencias de personalidad o de intereses, logren conjuntarse en una idea de ser pertenecientes a una cultura específica. La identidad solteca es relacional, necesita el contraste para poder definirse. Sin embargo, no quiere decir que se encuentren encerrados en la imagen que ven a través del espejo y que su definición de ser soltecos recaiga sobre la propia diferencia y el contraste que ellos perciben y reconocen. Una parte esencial para que esto funcione, tiene que ver con cómo son percibidos e identificados desde el exterior. Para ello, me apoyo en lo que Miguel Alberto Bartolomé (2006) define así: […] *las identificaciones* construidas desde el exterior de un grupo, sólo son relevantes si llegan a ser internalizadas por sus destinatarios y pasen a integrar su conciencia social distintiva (Bartolomé, 2006:77). Tal es el caso de Sola de Vega y de la identidad que ha tomado por ser productora de mezcal artesanal. No es fortuito que a través de estas identificaciones construidas, yo llegará a la región y decidiera escoger un tema que no solo está en la superficie de la cultura solteca, sino que forma parte de su propia identidad.

Conclusiones

Realizaré mis conclusiones sobre ciertas reflexiones que he realizado de la investigación hasta este momento. Algunas tienen que ver con los hechos que he recopilado en trabajo de campo y otros más, llevan al análisis de los fenómenos ocurridos mediante la reflexión antropológica de mi tesis:

1. No es posible describir y analizar las etapas productivas y sociales del mezcal, sin tener en cuenta las trayectorias de vida de los palenqueros soltecos. He entrelazado la descripción y análisis de su actividad productiva, con las cuestiones sociales y morales del mezcal;
2. Al inicio del proyecto señalé a los productores como "maestros mezcalilleros". Una vez en campo dicha definición cambio por la de "palenqueros"; preguntando a ellos e indagando sobre dicha cuestión, concluyo en que tal definición se debe a que existe un consenso del mezcal como una *actividad de lo social.* La definición de "maestro" tiene una connotación de un "especialista", de un actor que posee "excesivos" conocimientos sobre la producción, con una orientación clara hacia los mecanismos de comercialización. En términos generales, un maestro va a enseñar a otros el mundo del mezcal, sin importarle el aspecto social de dicho destilado, mientras que el palenquero es un actor que produce mezcal para su comunidad y que si bien es cierto que obtiene una ganancia monetaria por ello, su principal motivación es producir de manera artesanal, enfrentando así los nuevos procesos de producción y consumo y sobre todo las transformaciones que ha experimentado el mundo del mezcal;
3. Para profundizar con mayor detalle en el origen del mezcal como actividad productiva, fue necesario contactar a los palenqueros más viejos, buscando indagar en el origen de

su producción además de las transformaciones que han ocurrido desde que ellos lo conocen hasta la actualidad;

4. Relacionado con el punto anterior, existe la necesidad de realizar un estudio de carácter histórico, que no sólo logre rastrear el origen y la evolución del mezcal, sino que además se permita realizar los cuestionamientos socio-históricos acerca de quién otorga significado al mezcal, quiénes le asignan un valor social y, cuáles son las cantidades de mezcal que se produce anualmente, en comparativa anual.
5. El conocimiento es el eje central sobre el que gira la investigación. Está claro que he señalado aspectos que en sí mismos podrían ser temas de investigación; esto por su complejidad y por su esfuerzo teórico-metodológico. No obstante, no quiero obviar ninguno de ellos, ni tampoco quiero centrar toda mi atención a uno solo. El reto está en demostrar la obvia relación que guardan entre sí, pero sobre todo, el por qué he decidido trabajarlos;
6. El mezcal en el mercado es un tema que tiene que ver con su consumo y con sus consumidores. Tuve la oportunidad de asistir a la ciudad de Oaxaca y observar toda la dinámica de "comercialización cultural del mezcal" y su estructura económica muy definida. El análisis que he realizado hasta el día de hoy, tiene la intención de centrar la mirada en la importancia de los mercados externos al interior de las comunidades productoras;
7. Otro punto que destaco es la (re)configuración social y regional del mezcal. Los palenqueros se están enfrentando a nuevos ritmos de producción y al dilema de decidir entre lo ancestral, lo tradicional y lo comercial. Es decir, se están cuestionando el seguir produciendo su mezcal como lo han hecho a lo largo de su vida o entrar a los modos de producción semiindustriales;

8. En lo ecológico, no hay una postura dominante sobre el cuidado de las especies de agave para mezcal, como tampoco existen estrategias comunitarias para el cuidado de dichas especies;
9. Para futuras investigaciones, habría que ocuparse en el análisis de las cooperativas de productores, el apoyo de programas institucionales, de asociaciones civiles, la introducción de comercializadoras nacionales e internacionales y del emergente y cada vez mayor "turismo mezcalero";
10. El papel de las mujeres en todo el proceso de elaboración del mezcal es esencial. En mi primero periodo de trabajo de campo no reflexione con mayor profundidad en ello; debido en gran medida a que los objetivos que me había planteado no abarcaban el rol de la mujer en dichos procesos. No obstante, es evidente que esto forma parte del cotidiano y en cierta medida da existencia y continuidad al desarrollo de la actividad productiva. No deseo realizar conjeturas apresuradas sobre el fenómeno observado, pero si resulta pertinente mostrar a las mujeres como "administradoras" de la economía local del mezcal; quienes están a la vigilancia de cada una de las etapas, cuidan los intereses de los palenques y permiten que la actividad continúe en lo familiar, incluso impulsan a que miembros de su grupo familiar se involucren en el mundo del mezcal y aprendan de otros que ya lo han vivido (sin importar lazos consanguíneos). De aquí puede partir el interés sobre nuevas investigaciones y,
11. De igual manera que el punto anterior, existen otras posibilidades de explorar el mezcal; ya sea que hablemos de nuevos temas o nos enfoquemos en nuevas regiones de estudio. De tal forma, queda pendiente mi trabajo de campo en el estado de San Luis Potosí, el cual tiene que ver con esta intención comparativa entre dos modos de producción distintos y distantes y en los mecanismos de apropiación regional del mezcal en estos

dos espacios. El conocimiento más generalizado que se tiene sobre los mezcales en esta región tiene que ver sobre una arraigada producción mezcalera en San Luis Potosí, relacionada al "mezcal de hacienda". Sin embargo, existe un municipio en donde se produce de una forma distinta, lo llaman "mezcal de campanilla". Considero que adentrarme en la región me ayudará no sólo a mostrar las diferencias o similitudes que pudiesen existir, sino además a indagar más sobre el origen del mezcal y el desarrollo en contexto diferenciados.

Indudablemente Sola de Vega, representa un universo particular del mezcal. Los escenarios que he analizado, me permiten contextualizar la importancia social que ha tenido el mezcal en la configuración de la identidad solteca. Afianzada en una economía moral, el desempeño de la actividad es vital para establecer las relaciones sociales cordiales y recíprocas. Es decir, ver al mezcal como parte de una actividad productiva y al mismo tiempo social, donde el valor que se le asigna va más allá del aspecto monetario, adquiere una dimensión moral a través de la propia vida que posee y de la forma en que regula las relaciones sociales de los habitantes de Sola de Vega.

Hay que prestar detalle en los mecanismos que permiten que se origine un conocimiento tan particular como el de los palenqueros, así como las funciones que tiene para su comunidad y las formas en que dicho conocimiento puede ser aprovechado. ¿Quién y por qué están volteando las miradas hacia el mezcal? ¿Qué valores le permiten distribuirse en mercados cada vez más globales? ¿Qué características lo vuelven diferente de otros destilados? ¿Qué valor tiene el mezcal en la vida comunitaria de Sola de Vega?

Existen contradicciones entre los procesos de producción-economía moral-comercialización y consumo. Hasta aquí, la investigación ha fijado la mirada sobre actores claves dentro de dichos

procesos y el manejo que hacen tanto de los discursos que poseen, como de los aparatos conceptuales y de conocimiento que han venido enriqueciendo y transformando día con día. Otro aspecto en el que debemos concentrarnos es lo que respecta a los procesos que indican el valor que debe tener cada mezcal, el sabor que se le asigna; dependiendo para qué mercado este destinado y, las relaciones sociales que administra el mezcal: como lo son las faenas, las fiestas patronales y las fiestas comunitarias.

Los habitantes de las comunidades productoras comparten cierto lenguaje de símbolos, sin embargo, el sentido que les otorgan puede ser distinto. Las explicaciones y razones que les permiten reconocerlos, son muy diversas y amplias. No obstante, si implica que están socializados en una misma arena de símbolos y de prácticas; que definen que es la comunidad y cuáles son las expectativas generadas respecto al comportamiento que debe mostrar. La propia existencia del mezcal y su consumo en los campos sociales, es muestra de que existe un entendimiento y explicación del porque se hace así y no de otro modo. Bajo esta perspectiva, la economía moral es el conjunto de reglas y procedimientos que cumple la comunidad en el marco del ejercicio de una actividad productiva. Mi propuesta teórica de análisis, no solo ha tenido que ver con la cooperación y la reciprocidad que muestran los habitantes de las comunidades productoras, sino con el involucramiento total en la trayectoria del objeto mezcal; con el compromiso personal de contribuir en la reproducción de un discurso local y en la defensa conjunta de la tradición.

Consecuentemente, acontece la creación de grupos de poder que surgen desde los productores, los intermediarios o por imposición de agentes externos al lugar, que buscan proteger sus intereses económicos-políticos y propician la creación de redes que les permitan satisfacer sus objetivos personales, aun por encima del desarrollo socioeconómico del mezcal. ¿De qué manera los procesos de adquisición, transmisión y transformación del conocimiento

por parte de los palenqueros, influyen en la construcción de la economía moral y la vida social del mezcal, en Sola de Vega, Oaxaca?

En este sentido, los palenqueros y los habitantes de las comunidades soltecas están atravesando por un proceso de transformación no solo del desempeño de sus actividades comerciales, sino de la forma en que se están relacionando con el mundo exterior. Sucede una reflexión que les hace cuestionar hacia donde van. ¿cómo son y cómo realizan eso que son? El mezcal les permite recrearse, transformarse.

Capítulo 4. Vida campesina y economía moral del mezcal solteco.

Para conocer del mezcal en México, es necesario adentrarse en las regiones en donde este se produce, conocer su historia, sus orígenes y las características que las distingue. De igual manera, hay que hacer evidente que entre los propios mezcales que se producen a lo largo del país, existen diferencias respecto a su modo de producción, su carácter de comercialización y al tipo de mercado que satisfacen. Por lo cual, no podemos hablar solo de un tipo particular de "mezcal mexicano", sino de una amplia gama de mezcales. No obstante, esta situación, lejos de complicar los intereses de la antropología, enriquece el conocimiento que podemos tener sobre procesos productivos específicos, dentro de amplios sistemas de producción global industrializada; de igual forma hay que precisar que no es aquí la manera de hacerlo, venderlo y consumirlo nuestro único interés. También podremos conocer las regiones en dónde surge y todos los procesos socioculturales en los que se desenvuelve. De esta manera, el objetivo que he desarrollado en esta tesis, es no conocer y analizar las trayectorias del mezcal, de sus productores y de sus consumidores, desde cada una de las etapas de las que son participes. De igual forma, habrá que ser precisos al señalar que los espacios en dónde surge el mezcal, son esencialmente agrícolas, por lo tanto, estamos hablando de campesinos cuyo trabajo principal es la labor de sus tierras, pero que como actividad complementaria son productores de mezcal artesanal (palenqueros). Por lo tanto, el análisis necesario es a través de la comprensión de su situación como campesinos y de la manera en que se desenvuelven como grupo y como un tipo particular de clase social.

En primer lugar, hay que destacar, que, al conformar un grupo campesino dependen en su gran mayoría del trabajo agrícola que realicen en sus comunidades; para el sustento de sus

grupos domésticos. Por tanto, destaca la relevancia en la posesión de su unidad territorial, no solo para su cohesión social y el fortalecimiento de su identidad grupal, sino para la consecución del bien común del grupo, definido cultural e históricamente y que en términos específicos se refiere a la posesión de las tierras y el libre uso y goce de ellas. Mario Fuente y Erika Carceño (2016) hablan de dicha identidad grupal, como una acción por la preservación de su espacio vital, como la expresión de los conocimientos específicos sobre la utilización de los recursos naturales y como la base material para la autonomía política. En este sentido, añaden:

> La organización del trabajo comunitario se desarrolla sin compensación monetaria, sino ligado a otro tipo de valoraciones como el desarrollo de prestigio local o de compromisos impuestos desde la comunidad "para seguir perteneciendo a ella". Se expresa a través de una diversidad de actividades. Ejemplo de ello, son las faenas comunitarias: las faenas van de la mano con los cargos cívico-religiosos, es así que se convoca para el arreglo de las calles, mantenimiento de la escuela, de la iglesia, etc. Una persona que con las faenas gozará de un mayor prestigio y respeto en la comunidad a diferencia de aquella que participe poco (Fuente y Carceño, 2016: 228-229).

En el marco de dichas ideas, podríamos hacer una analogía con lo que sucede en el escenario del mezcal artesanal; reconocemos la importancia comunitaria de su producción y consumo. Por tal motivo, se habla de un compromiso social para seguir produciéndolo y una forma específica de consumo local, que privilegia la continuación de los métodos tradicionales, por encima de otros más tecnificados e industrializados. De este modo, los campesinos tienen la capacidad de estampar en los productos que producen, su identidad y su visión de *comunidad,* de modo que no sólo buscarán las ganancias monetarias, sino los beneficios sociales; como lo son el mayor prestigio, el reconocimiento social, respeto por parte de la comunidad, entre otras. ¿Pero por qué ocurre esto?

Frank Cancian (1991) propone como partida de análisis, el conocimiento del mundo al cual pertenecen los campesinos y la manera en que se desenvuelven en él y se relacionan con quienes son ajenos. Poniendo así, en tema la relaciones que establecen los campesinos, con

personas que son ajenas a su mundo, y que no dependen, como ellos, de la producción de alimentos y de la particular visión del mundo que poseen:

> Los campesinos viven en dos mundos. Por un lado, son gente pobre, aislada, orientada a su propia subsistencia y rural. Se preocupan primordialmente por lo que ocurre en sus campos y en sus pueblos, y sus comunidades reflejan esta orientación hacia el interior. Por el otro lado […] los campesinos dependen poderosamente del mundo exterior a sus comunidades. Están sujetos a fuerzas políticas y económicas que emanan de muy lejos el área de sus inquietudes cotidianas, de modo que sus comunidades reflejan también estas importantes relaciones con la sociedad en general (Cancian, 1991:177).

Para destacar las diferencias que existen entre campesinos y ciudadanos de espacios urbanos, así como para determinar el nivel de inferencia que existe entre estos. Habré de mencionar la obra de William Rosberry (2014), quien señala que los campesinos difieren de la elite urbana, que viven en sociedades estables a causa de 1) su separación geográfica, 2) su subordinación económica y política y 3) su capacidad para producir sus propios alimentos […] Tanto los campesinos como las minorías étnicas urbanas están subordinadas en cuanto que se les trata como atrasados y carentes de valor respecto a otras personas de su misma sociedad. Pero los campesinos difieren de las minorías étnicas urbanas porque son rurales y habitualmente producen buena parte de su propia alimentación. Así, están en condiciones de desprenderse más fácilmente de la sociedad en general en tiempos particularmente difíciles (Roseberry, 2014: 178). En este sentido, los campesinos se encuentran en una posición ventajosa, ya que no solo son capaces de producir los alimentos que permitan su subsistencia, sino que, si las condiciones son favorables y los rendimientos son mayores, pueden comerciar con el sobrante de dichas cosechas; complementando así los gastos familiares y permitiéndose trabajar las tierras cultivables, encontrando en ellas su principal actividad económica. De igual forma, tienen la capacidad de producir mercancías subalternas, principalmente artesanías, como alfarería, bordados, textiles, mobiliario, instrumentos musicales, etc.

Bajo esta mirada, pretendo situar al mezcal solteco, el cual proviene de un grupo campesino específico y forma parte de una mercancía subalterna, que, si bien tiene un valor económico en el mercado, es su valor social el que subyace sobre el mundo de los objetos mercantilizados.

Resulta interesante la revisión de Frank Cancian, sobre las tres corrientes teóricas de los estudios de los grupos campesinos: *los teóricos de la homogeneidad*, que conciben a los campesinos como poseedores de un sistema sociocultural especial que los hace diferentes de otras personas y resistentes a asociarse con no campesinos y adaptarse al cambio económico (este tipo de campesinos, cada vez más difícil de encontrar, sobre todo porque se entiende que en el mundo actual, resulta imposible estar aislado culturalmente y, más difícil aun, económicamente de los diversos grupos sociales que forman parte de la sociedad) ; *los teóricos de la heterogeneidad*, que conciben a los campesinos como semejantes a otras personas y los encuentran generalmente ansiosos de cambiar cuando disponen de auténticas oportunidades para ello y, *los teóricos de la diferenciación*, a los cuales les preocupa la forma en que las relaciones con el sistema económico global afectan a los campesinos, así como la historia de la transformación de los campesinos de productores relativamente independientes de su propia subsistencia a residentes rurales que deben vender sus productos o su fuerza de trabajo para sobrevivir. Es precisamente esta última postura, la que me interesa para comprender el fenómeno de transformación que experimentan los campesinos soltecos. Ya que, al producir una mercancía extra a sus requerimientos alimenticios, una en especial que tiene que ver con la recreación y el goce, están en posibilidades de ampliar su economía, al tiempo en que establecen relaciones comerciales con otros campesinos y con otros *no campesinos* de la región y del estado de Oaxaca. Esto tiene un doble impacto: en primer lugar, activa su economía y les permite

expandir sus ganancias económicas a través de la producción de una mercancía especializada, que además posee la etiqueta de ser un producto cultural, lo que no solo permite crecer en sus conocimientos agrícolas, sino además les ofrece un ingreso extra a los obtenidos por la venta de sus cosechas. En segundo lugar, los sitúa en una posición ventajosa sobre aquellos campesinos que no trabajan el mezcal, pero a su vez, los obliga a dedicar su tiempo libre, en la realización de la actividad productiva, lo que puede tener consecuencias sociales, como lo es la segregación comunitaria. A la luz de la evidencia de las relaciones comerciales que establecen los palenqueros y sus familias; este tipo de campesinos, están más interesados en lograr establecer relaciones de comercio con aquellos que no son campesinos, ya sea para la obtención de materia prima o para el propio fenómeno de mercantilización del mezcal, de creación y uso de un mercado.

Pese a que la demanda aumenta y los requerimientos globales por el mezcal son cada vez más exigentes, los modos de producción en Sola de Vega, siguen conservándose mayormente de forma artesanal, por lo cual, puedo afirmar que continúan siendo lotes pequeños que aún conservan las cualidades organolépticas que tanto han dado fama al mezcal solteco. Ayudará en medida, la definición de George Foster (1965) del "bien limitado", la cual explica que dicho bien declara parte del comportamiento campesino que contribuye a la conservación de la homogeneidad de la comunidad. Los campesinos temen perturbar el equilibrio que incluye su porción del peligrosamente pequeño y local "pastel". En su orientación cognoscitiva, ningún campesino desea destacar de ninguna forma. Es cierto que esto sucede en algunos grupos campesinos y que la disposición del bien limitado, puede darse incluso en una parcialidad del grupo. Sin embargo, lo que deseo destacar de dicha definición es la analogía que podríamos realizar respecto al mezcal artesanal, como un bien limitado, pero primordialmente *exclusivo.*

Los campesinos soltecos han producido dicho destilado siguiendo las tradiciones y a través del conocimiento que han heredado generación tras generación; son precisamente dichos saberes los que han dado identidad a su mezcal y le han permitido subsistir frente a otras bebidas industrializadas y con procesos de producción más homogéneos y eficaces. El sostén de dicha *exclusividad* ha estado en el respeto a su tradición y en la conservación de los métodos ancestrales, en menoscabo de técnicas y procedimientos más eficaces. Los palenqueros ven en dicha forma de producir, la esencia de su mezcal, lo que no solo implica la conservación de un conocimiento, sino los motivos que le han dado identidad y prestigio al mezcal de su región. Los lotes siguen siendo pequeños, las mezclas heterogéneas y especiales. Los destilados que mayor orgullo producen en los palenqueros, son bebidos durante las celebraciones mediante el acto total del goce y de la enervación de los atributos del mezcal producido. No se bebe para "cumplir con la tradición" se hace porque es un acto de goce total. En dichos momentos de euforia, los palenqueros suelen presumir sus mezclas particulares, que pueden ser tan variadas y posibles, como lo es su imaginación. Acá no hay necesidad de separar las especies para su destilación, ni destinar solo ciertos agaves para la producción. Las mezclas hechas pueden ser tan amplias, que podríamos encontrar en una misma palenqueada la gran mayoría de las especies agaveras que existen en la región. En estas mezclas encontramos los mayores atributos organolépticos que posee el mezcal solteco, producto del conocimiento arraigado y transmitido generación tras generación.

Cuando realicé mis visitas a los principales palenques de la región, los palenqueros invitaban de los mezcales que producían; los hombres más "sociables" o con quienes generé mayor empatía, me ofrecían de los mezcales que ellos tomaban. Es decir, de los mezcales caseros, compuestos por serie de combinaciones de agaves locales. Lograr encontrar los

enunciados correctos para describir los sabores y aromas de estos mezcales, significa una tarea difícil y por demás subjetiva. La imposibilidad de describir con precisión las características de estos mezcales caseros, no impide poder apreciar sus cualidades únicas. Si son distinguibles algunos aromas y consistencias frente a otros mezcales más homogéneos. Algunos de estos palenqueros me obsequiaban botellas con estos destilados, al regresar al lugar dónde habitaba, le invitó al señor Luis a que probemos el mezcal de que hablo. El me menciona que los mezcales que me obsequian son de una calidad superior, lo que explica dos cosas: la evidente capacidad técnica y humana para producir destilados de grandes atributos, bajo el marco de la producción artesanal y, el amplio uso histórico de los agaves locales. Los cuales se han perpetuado en el gusto histórico de los soltecos, siendo estos los que mejores mezclas han producido, de acuerdo a los propios palenqueros.

No obstante, dichas prácticas están en riesgo de ir desapareciendo, debido a la exigencia del mercado por ir separando las especies que se producen y en especial por la implementación de un monocultivo como lo es el agave espadín. Lo que no solo debilita la tradición de los mezcales caseros, sino además pone en riesgo la variedad de especies mezcaleras.

Por otra parte*, el bien exclusivo* se manifiesta en la preservación de la tradición y en especial, en el hecho de seguir produciendo en pequeñas cantidades y bajo el lema de hacerlo de la forma *ancestral.* El bien exclusivo, además tiene que ver con la valoración que realizan los campesinos soltecos de la producción y el consumo del mezcal, destacando así su importancia social y el equilibrio entre producir para la comunidad y paralelamente comerciar con el mezcal "sobrante" o con el excedente de los lotes.

Tanto los campesinos como sus acciones, son heterogéneas y aunque buscan la conservación de sus tradiciones y de sus atributos identitarios, no son ajenos al contacto externo

con agentes que no forman parte de sus comunidades o que no forman parte de su grupo campesino. Al depender del sistema global y estar influenciados por la demanda global del mezcal, podríamos analizar su caso como campesinos a través del siguiente lente:

> La comunidad abierta se diferencia de la comunidad campesina corporativa en varios sentidos. La comunidad campesina corporativa está compuesta fundamentalmente por una subcultura, el campesinado. La comunidad abierta comprende en cambio diversas subculturas, entre las cuales el campesinado es una más, aunque ciertamente constituye el segmento funcional más importante. La comunidad corporativa acentúa la resistencia contra influencias que pueden amenazar su integridad. La comunidad abierta, por el contrario, acentúa la interacción permanente con el mundo exterior y hace depender su fortuna de las demandas externas. La comunidad corporativa reprueba la acumulación individual y el despliegue de riqueza y se esfuerza por reducir los efectos de tal acumulación en la estructura colectiva. Se resiste a la modificación de las relaciones y defiende el equilibrio tradicional. La comunidad inclinada hacia la apertura, permite y promueve la acumulación individual y el despliegue de riqueza durante los periodos en los que se incrementa la demanda exterior y concede a esta nueva riqueza una enorme influencia en la modificación periódica de los lazos sociales (Wolf, 1955: 462, cit. en Cancian, 1991:211).

El caso solteco muestra una comunidad corporativa, en el sentido de la búsqueda por el equilibrio tradicional, que rechaza el cambio y la acumulación individual de las familias de los palenqueros certificados y observa con recelo la desestimación de la vida social del mezcal. Aunque existen sus diferencias respeto al rigor de dicha comunidad corporativa. Cuando tío Rey decidió emprender el negocio de certificación de su mezcal a través de una empresa comercializadora, pudo actuar con total libertad de responder a sus intereses personales, la comunidad campesina a la cual pertenece, no actúo corporativamente, ni se le segrego del grupo ante tal decisión. Sin embargo, su relación para la comunidad si se vio modificada, en especial porque se notó comprometido a cumplir con un trabajo por contrato, abandonando así sus compromisos como campesino, alejándose de la dinámica social de la vida comunitaria.

> […] los trabajadores que fungen como proletarios en el proceso laboral son a menudo "semiproletarios" desde el punto de vista del hogar. Es decir, combinan el trabajo asalariado en la agricultura capitalista con la producción campesina en su propia, y muy limitada, tierra (y con otras actividades desempeñadas por los diversos miembros de la familia) para sobrevivir. […] la coexistencia de la producción campesina y la capitalista es más ventajosa para los capitalistas que la eliminación del modo de vida campesino (1991: 224-225).

Los palenqueros certificados que han adquirido “independencia” de la comunidad a la que pertenecen, se han convertido en “semiproletarios” ya que ofrecen su trabajo en la producción de una mercancía para un mercado específico, controlado por los capitalistas (no campesinos), quienes dependen del trabajo de los palenqueros y del modo de vida campesino. Frank Cancian, sería más específico al llamarlos: productores de “mercancías subalternas”. Como productores estarían rompiendo con el principio de homogeneidad campesina, ya que obtienen mayores ganancias por la producción y comercialización de su mezcal, pero a su vez, genera una ruptura en el equilibrio social de la producción y consumo local, cortando de esta forma, con los principios de la economía moral sobre la cual está fundada la identidad del mezcal solteco.

Al ser productores de una mercancía subalterna, los palenqueros invierten poco capital (no más allá de sus posibilidades financieras) y entregan escasa fuerza de trabajo; la cual la distribuyen en sus momentos de descanso o alternándola con el trabajo agrícola habitual. Si han establecido un contrato con una empresa comercializadora, el caso será distinto; al aumentar la demanda se eleva el número y cantidad de recursos necesarios y la energía requerida para llevar a cabo las tareas asignadas. Ocurren discontinuidades de poder; con intereses y valores preexistentes y nuevos. La decisión de ser productores de una mercancía que entra el mercado global, ocasiona que surjan múltiples formas sociales, en un mismo campo social. No dejan de ser soltecos, pero la forma en que interactúan cambiará.

Naturalmente, para que ocurra la venta del mezcal es necesario que sucedan continuas relaciones económicas reciprocas, que aseguran que el trabajo invertido en la producción de la mercancía, será retribuido de acuerdo a los valores económicos establecidos con anterioridad. Si no existieran dichas relaciones económicas, producir mezcal sería demasiado incierto como

para intentarlo. Stuart Plattner menciona que (1991) para que los actos económicos sucedan, deben ocurrir transacciones, las cuales se refieren a todo cambio en el estatus de un bien o servicio entre personas, tal como sucede en una venta. Las transacciones tienen sus costos, alguno de los cuales son obvios: si utilizo tarjeta de crédito, lo más probable es que deba pagar intereses sobre la cantidad gastada; si la tienda de mi preferencia está al otro lado de la ciudad, tendré que realizar varias horas a realizar mi compra (Plattner, 1991: 285-286). Sin embargo, las transacciones no son del todo seguras, ya que existe el riesgo de que se realice una mala compra. Un "mal mezcal" puede generar que el prestigio del que goza el palenquero entre en predicamentos, lo que no solo perjudica su estatus como palenquero, sino que además pone en riesgo futuras transacciones. Y no solo eso, la mala fama de un mezcal ligado a una región específica, puede afectar la trayectoria de los mezcales más auténticos que cumplen con los estándares de calidad y de identificación.

Las transacciones pueden ser impersonales o personales, según sea el caso. Para la venta de mezcal a agentes externos a las comunidades, cuyos vínculos con los palenqueros y las comunidades, son meramente comerciales, estaríamos hablando de transacciones impersonales. Que además pueden ser únicas e irrepetibles, según sea el trato que se haya alcanzado. El objetivo único es intercambiar, pero no ir más allá; no hay un involucramiento personal. Caso contrario al de las ventas locales del mezcal (entre región y en las comunidades), donde el tipo de transacción que opera, es personal. Es decir, hay un involucramiento entre los agentes que no tiene que ver exclusivamente con la calidad de la mercancía ofrecida en la transacción, ni con las características de está, sino con el compromiso social del productor y con las propias "posibilidades sociales" de la mercancía. Este tipo de transacción está incrustada en las redes de relaciones sociales. El mezcal que se intercambia, posee múltiples atributos y cualidades, acerca

de las cuales el comprador está informado: haciendo valoraciones de dichas características y dando en contexto, *valor* a dicha mercancía.

En esencia, estoy hablando del acto propio de la comercialización de las mercancías, que es aquella certeza que hace posible que los productos se sigan produciendo, haciendo que detrás de ellos, exista una trayectoria que no solo involucre a la cadena productiva como tal, sino que sea explicativa de las relaciones sociales que de ella subyacen. Para definirla con mayor detalle, usaré el trabajo de Kotler (1980) quien expresa lo siguiente: […] La comercialización consiste en que los bienes y servicios adecuados sean obtenidos por las personas adecuadas y en el momento adecuado al precio adecuado y con la comunicación y promoción adecuadas (Kotler, 1980:9). La comercialización es el desempeño de las actividades comerciales que dirige el flujo de bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario. Acá la cuestión sería determinar el grado de inferencia que tienen los grupos sociales que participan, sobre el propio acto de la comercialización. Está claro que al hablar de un grupo como los campesinos soltecos, debemos hacer énfasis en las características culturales y económicas que los definen, para así ser capaces de comprender sus transacciones comerciales y en especial, el ímpetu y los motivos que los conducen a seguir produciendo mezcal artesanal.

Como lo he venido mencionado, el mezcal solteco es único y exclusivo, parte del principio de visión que tienen los campesinos sobre la creación y uso de los bienes que producen. En esta lógica, juzgo al mezcal ancestral como un bien limitado, ya que su existencia está condicionada por las leyes de la naturaleza, ya que su producción depende en principio de la reproducción de las especies de agave domésticos y la conservación de aquellas otras "silvestres". Aunado a ello, está el hecho de que su producción y consumo, es en esencia, social. Destacando en este proceso su *valor de uso*, por encima de su *valor de cambio*.

Es así como la decisión de aumentar la producción e industrializar los procesos, supondría una ruptura de la economía campesina local y significaría una amenaza para la comunidad. Si un palenquero mejora económicamente y lo hace de manera intempestiva, puede pensarse que es a expensas de la comunidad y del equilibrio ecológico de la región; dejando por un lado la importancia social del mezcal y sus significados locales.

Funciona como una especie de "regulación social" para la expansión de la actividad productiva, el cuidado de la tradición y la consolidación de la economía moral sobre la cual está fundamentada la identidad del mezcal solteco. La definición de un bien limitado en el mezcal, no tiene fuerza respecto a la diferenciación económica y las mejoras que puedan tener en el nivel de vida y en el aumento del poder adquisitivo del palenquero y su familia. Sin embargo, si sucede en la pérdida del protagonismo social del mezcal y en la suplantación sufrida al momento de ser un producto altamente mercantilizado, ajeno a los intereses comunitarios.

Toda vez que el individuo o la familia que hacen progresos económicos significativos o adquieren una cantidad desproporcionada de algún otro "bien", serán vistos por el seno comunitario como personas que se han aprovechado de los intereses de la "corporación", semejantes cambios, serán vistos como una amenaza a la estabilidad de la comunidad. Asimismo, la cultura campesina está provista de dos mecanismos principales para el aseguramiento de la estabilidad esencial, a saber: a) una norma de conducta de su gente, convenida, socialmente aceptada y preferida, y b) sanciones y recompensas para asegurar que la conducta real se aproxime a dicha norma (Foster, 1965:104).

Esto nos lleva a pensar en una propia forma de organización social en torno de una actividad productiva, en donde son los campesinos quienes establecen las reglas del juego o intentan hacerlo. Así es como podríamos ver en el mezcal solteco, un intento de los campesinos

por organizarse bajo la idea de lo que se conoce como *comunalismo.* Claudio Garibay (2008) hace referencia a dicha definición, pero con la distinción de que analiza comunidades forestales industriales, las cuales son de ascendiente campesino con culturas tradicionales específicas relacionadas con formas de vida de comunidades pequeñas. Estas tienen en propiedad mancomunada amplios territorios y, en su interior, bosques que controlan como una sola unidad de explotación forestal. En comparativa, el caso de los campesinos soltecos tiene similitudes y diferencias importantes; comparten un mismo espacio territorial, del cual poseen propiedad, que usan tanto para los cultivos agrícolas de alimentación, como para la reproducción de las especies de agave mezcalero. Además, muestran una cultura tradicional característica, en la cual maniobra la mercancía que producen. No obstante, y a diferencia del caso que explica Garibay, los campesinos soltecos no están organizados en una empresa comunitaria, sino por el contrario, hay una búsqueda por corromper los intentos de industrialización de la actividad. Si actúan comunitariamente si se trata de exigir las obligaciones sociales de los soltecos para el mezcal y las recompensas que se tienen por participar del mezcal.

Aunque han ocurrido algunos intentos de asociación como grupos, estos han sido solo por el desarrollo de la actividad comercial del mezcal y en especial en aquellas comunidades que menos rasgos de artesanal presentan. Hasta ahora, no puedo hablar de la presencia de un grupo campesino organizado y con objetivos claros que defienda los intereses de la colectividad.

Ante este escenario, la economía moral del mezcal que manifiesto, está fundamentada en el patrón de relaciones sociales, donde la comunidad es rectora de los "intereses" del mezcal, es decir, de anteponer su consumo local por encima de los esfuerzos personales de los palenqueros de comercializar su producto hacia fuera del mercado local y, en consecuencia, del desestimo social de la bebida. Pero ello, ejemplifica que el mezcal cobra *agencia,* ya que es

capaz de tener una triple inferencia sobre cómo debe producirse, sobre cómo debe consumirse y de qué manera debe comercializarse; estableciendo así, un orden social de las cosas que gira en torno a su propia existencia. Si los palenqueros buscan contrarrestar el impacto que ocasiona la transformación hacia la industrialización de su actividad productiva, deberán conformar un gobierno local (una asociación /cooperativa) que consolide la actividad como ejercicio de una economía local, bajo el marco moral; la cual aspire a salvaguardar los beneficios comunitarios, por encima de los comerciales. Buscando así una autonomía respecto de control de la actividad y de sus etapas productivas.

Para Garibay: ello supone un discurso comunal y una práctica social disciplinaria, lo que resulta en una cultura política local marcada por altas dosis de autoritarismo dirigido contra aquellos que desvían u oponen al nuevo orden (2008:18). Segregar socialmente a los palenqueros certificados, cuyos intereses comerciales se interponen a la importancia social del mezcal y las actividades que el mezcal promueve y que dentro de la tradición, ha venido reproduciendo generación con generación.

> La comunidad estará construida por fronteras simbólicas que encapsulan su identidad. Las marcas que delimitan dichas fronteras pueden ser de múltiple tipo: marcas físicas en el paisaje que delimitan las fronteras territoriales, marcas inmateriales que distinguen a los individuos que pertenecen de aquellos que se excluyen; finas marcas de distinción de raza, lengua origen, comportamientos, experiencia compartida, valores morales, creencias compartidas, etcétera. […] la eficacia identitaria de las fronteras simbólicas no radica en sus miembros otorguen el mismo sentido a los símbolos compartidos; ni significa que los miembros definan de la misma manera la identidad comunal. Pero sí que están socializados en una misma gramática de símbolos comunitarios que contienen los términos de interpretación de lo que es y debe ser la comunidad, y la posición que el individuo tiene de ella (Garibay, 2008: 32).

Existe una red discursiva local, con la cual los soltecos están comprometidos, pero en ella ocurren desacuerdos que propician los conflictos respecto a la interpretación de los símbolos que definen la identidad del mezcal local. Se establece un código de símbolos que se organizan

en un discurso, el cual está cargado por otro código de principios morales. Los limites serán determinados mediante ese discurso y se exigirá su cumplimiento a través del compromiso social que se adquiere entre miembros de la misma comunidad. Un claro símbolo de ello, es el discurso que se hace de la olla de barro, frente a los mezcales de alambique. De igual manera un símbolo interesante, resulta ser la idea extendida de que los mezcales de barro debían tener una coloración amarillenta, ante los de alambique que se tornaban blancos/cristalinos. Esto se relacionaba con los mezcales que se efectuaban mediante destilación de olla de barro, cuya característica principal era su coloración, debido a que para enfriar las ollas y producir la condensación se empleaban cazos de latón, que con el tiempo se oxidaban y le otorgaban dicho color a los mezcales que se producían. Ya con la llegada de los cazos de acero inoxidable, esto dejo de suceder y los mezcales amarillentos, ahora eran cristalinos; lo que en un principio genero ciertas dudas al consumidor habitual, que asociaba el color con la procedencia del método de destilación empleado.

De tal modo, estoy hablando de una economía campesina regulada por el equilibrio de los bienes de los propios campesinos y por el establecimiento y defensa de una economía moral, la cual no sólo pretende homogeneizar los términos en que se deben interpretar los valores sociales que dan identidad al mezcal y al grupo, sino además establece las reglas de operación respecto a cómo debe ser llevar a cabo la actividad productiva y comercial. La economía moral, está orientada a influir en los espacios de definición social del mezcal, por lo tanto, es reguladora de la interacción del mezcal con sus comunidades originarias. En el sentido de comunidad, prevalece el valor social del mezcal, resaltando las implicaciones morales, por encima de los intereses económicos de unos cuantos. De tal modo, podemos hablar y definir la presencia de una economía campesina solteca, regulada por el "equilibrio" de los bienes campesinos y la

consolidación de los preceptos morales que la dotan de estructura. No solo pretende homogeneizar los valores sociales que dan sentido a la identidad de la región, sino además establece las reglas de operación en cuanto a producción, consumo y comercialización del mezcal (especialmente en el ámbito local).

La economía moral solteca tiene como propósito influir en los espacios de definición de la cultura mezcalera, de los escenarios en donde se socializa el mezcal y en los campos en donde cobra relevancia. Este tipo de economía ¿pertenece a una sociedad campesina corporada? Si, en el sentido en que se establece un compromiso moral con la comunidad, de salvaguardar la vida social del mezcal por encima de las aspiraciones personales de los palenqueros por industriarlizar sus procesos artesanales y por convertir su mercancía en el producto principal de sus actividades económicas, además de impulsar su trayectoria como producto cultural. No obstante, la escapatoria de dichos compromisos morales no implica la expulsión social de dichos sujetos, pero si la segregación de la "comunidad"; entendida bajo el discurso simbólico de la identidad solteca.

Los recursos culturales y la venta del folclore oaxaqueño, han ayudado a realzar el consumo del mezcal de la región. En las propias cualidades del mezcal que producen los palenqueros, existe una capacidad de creación y conservación de un mercado local. Aunado a ello está el reconocimiento exterior de las cualidades y la riqueza expuesta en la existencia del mezcal solteco, lo que amplía los horizontes que explorará el destilado y abre la posibilidad de nuevos espacios de discusión y consumo. El sostenimiento de la tradición que promueve el discurso moral, busca dar autonomía local a la comunidad y evitar en lo posible, las tensiones y transformaciones que ocurrirán con la industrialización de la actividad. Es una moralidad que no desea estar determinada por los factores externos; pero que a pesar de eso, ha encontrado en

ellos los símbolos estéticos, identitarios y de forma, que dan justificación a la existencia de los mezcales ancestrales.

Para que la etiqueta de lo ancestral cobre relevancia, debe haber una contraparte que porte el estandarte de productos industrializados y de cadenas de producción estandarizadas.

De igual manera, los campesinos (especialmente los palenqueros) deben evaluar los posibles beneficios económicos de industrializar su proceso y certificar sus mezcales. Siendo conscientes que, con ello, deberán lidiar con las exigencias de las obligaciones morales y las dinámicas sociales sobre las cuales gira el mezcal solteco. Como lo he venido explicando, la industrialización supone una transformación en el orden social local, hacia una economía mezcalera tecnificada y en la conversión gradual de los campesinos en trabajadores asalariados, en semiproletarios. Los comercializadores buscarán dividir a la comunidad y reestablecer el poder político a cierto grupo de la comunidad, con el que previamente han pactado la realización de actividades comerciales, permitiendo así cumplir con sus objetivos de mercado al menor costo posible.

Garibay, menciona que por norma, en las sociedades campesinas la economía está organizada por una multiplicidad de unidades domésticas campesinas, autogestivas, descentralizadas, con derechos particulares e independencia organizacional en su gestión territorial y productiva. Los espacios comunes son regulados para eventualmente ordenar los derechos de acceso de las familias usuarias, pero rara vez son organizados como empresas colectivas de carácter aldeano. Añade: “Un proceso de corporativización que en los casos más extremos avanza hacia una especie de “cierre social”, hacia una intimidad comunitaria que logra integrar dentro de sí una especie de pequeña totalidad social. Hacia un “nosotros” comunitario orgánicamente articulado. Hacia una comunidad moral (Garibay, 2008:65).

La corporativización sobre la cual discute Garibay, permitirá que los diversos actores sociales involucrados, tomen decisiones que reivindican su protagonismo en el campo y en la manera de desempeñar sus actividades económicas. De igual manera, es interesante la propuesta de Claudio Lomnitz-Adler (1995), de no observar exclusivamente el comportamiento campesino, sino de ir más allá en el análisis, logrando conjuntar la comprensión del campesino en su región, para así poder hablar de culturas regionales:

> Cuando hablamos de cultura regional no nos interesa solamente la cultura regional común. Sin duda, el discernir si tal cultura común existe, o si existen imágenes de la misma, es parte de nuestra tarea. Pero más nos interesa investigar la manera en que las interacciones culturales se configuran en el espacio regional, para de allí explorar la dimensión espacial de los significados. […] Una cultura regional es aquella cultura internamente diferenciada y segmentada que se produce a través de las interacciones humanas en una economía política regional. Los diversos "espacios culturales" que existen en una cultura regional pueden analizarse en relación con la organización jerárquica del poder en el espacio. Así, dentro de una región dada es posible identificar grupos de identidad cuyo sentido de sí mismos (o sea, los objetos, experiencias y relaciones que valoran, o sus fronteras) se relacionan con sus respectivas situaciones en la región de poder. Además, una cultura regional implica la construcción de marcos de comunicación dentro y entre los grupos de identidad, marcos que a su vez ocupan espacios (Lomnitz-Adler, 1995: 35-36 y 37).

La región cultural solteca, se encuentra ligada a la región económica del mezcal oaxaqueño, y a la propia dinámica económica y comercial que esta promueve. Dicha región cultural, ha construido sus propios marcos de comunicación dentro de sus espacios de dominio, dentro de los cuales, el mezcal, es un elemento determinante que da identidad a las relaciones humanas y socioeconómicas que se establecen. No obstante, no estamos hablando de culturas homogéneas o de un actuar democrático; para que una región cultural se afiance deben predominar relaciones de poder y de dominación, especialmente aquellas que destaquen la diferenciación de clases:

> Una región cultural es un espacio que se articula a través de un proceso de dominación de clase; en ese proceso se subyugan grupos culturales, se crean clases o castas, y estas clases o castas se ordenan en un espacio jerarquizado. […] Desde un punto de vista pragmático, se genera ideología cada vez que un individuo o un grupo selecciona un aspecto de cada cultura para ejercer poder. […] Las culturas íntimas, son los signos y significados desarrollados por una clase localizada. Estas culturas se basan en experiencias localizadas de clase dentro de una región de poder y se relacionan estrechamente con el estatus y la etnicidad. Compartir una experiencia de

> clase significa compartir una posición en el espacio y en el tiempo, al igual que una serie de intuiciones culturales referidas a dicha posición (Lomnitz-Adler, 1995: 45-52).

Cuando las culturas intimas logran articularse y relacionarse, ocurre la creación de una cultura de las relaciones sociales; la cual es las relaciones sociales que existen entre los grupos que la conforman y que ocupan o no, una misma región cultural. En este caso, estamos hablando de una **cultura intima del mezcal** (economía moral), que pertenece a una misma región cultural que promueve la producción, consumo y comercialización del mezcal solteco, pero a su vez, establece una serie de pautas y ejercicios de poder que buscan imponer voluntades de clase y de control, por encima o entre otros grupos. Promoviendo así los estatus y las posiciones en la cadena productiva y en el consumo social que se ejerce.

En este sentido, discerniendo respecto del impacto de las regiones culturales; valiosas resultan las aportaciones que realizan Ana Patricia Sosa y María Lopes (2007), al señalar la relevancia cultural del estado de Oaxaca y su diversidad en lo que llaman arte popular. Aunque ellas se refieren específicamente al trabajo de alfarería, es un ejemplo importante, ya que da evidencia de la creación de mercancías culturales y el impacto que tiene en el desarrollo de las relaciones sociales de las regiones productoras. Que no solo permiten un ejercicio comercial que beneficie a sus habitantes, sino también les da herramientas y argumentos que los ayudan a conformar una cultura de las relaciones sociales y una identidad paralela a la creación de una mercancía cultural.

De igual modo, dichas relaciones sociales, se ven reflejadas en la propia condición de campesinos y en su trabajo agrícola cotidiano. Para las investigadoras, el arte popular es una estrategia para complementar los ingresos familiares, ante el escaso desarrollo agrícola y la mala distribución de la tierra. […] las cualidades estéticas de los productos de Atzompa tienen dentro de la producción alfarera del país, reconocimiento social; sin embargo, no sucede lo mismo con

el trabajo de las y los artesanos. La sociedad al valorar los productos deja de lado a la productora o productor que trasmite su cultura y su concepción e interpretación del mundo, y olvida que este trabajo ancestral ha contribuido a la constitución de la riqueza cultural del estado de Oaxaca (Sosa y Lopes, 2007: 268-270). De la misma manera, en los mezcales ancestrales que se producen en la región solteca, existe una suerte de juego estético en las botellas que se ofrecen (siempre ajeno) a la concepción de la mente productora (palenquero), pero si como el fruto del cual el comercializador extrae las cualidades culturales e identitarias del mezcal, plasmándolas en una botella única y exclusiva.

Asimismo, la totalidad de producción del mezcal solteco, se realiza en talleres artesanales (palenques), que afianzan la economía familiar y permiten establecer las normas para un consumo social. Al mismo tiempo ocurre una consolidación en el establecimiento de una identidad comunitaria, fincada en la idea del respeto a la "tradición" y del aislamiento social de aquellos palenqueros que atentan contra dicha conservación y obediencia de los procesos y los consumos tradicionales del mezcal.

Sin embargo, en la actualidad la estrategia imperante que se usa para comerciar con "mercancías culturales"; es aquella que busca resaltar las cualidades estéticas de las mercancías/productos, destacando de ellas sus características culturales, provenientes de una identidad local y/o regional. No obstante, y a diferencia de momentos previos en el desarrollo de las mercancías culturales, se explota de sobremanera el origen de las comunidades productoras (como si con ello y en un acto innato de reconocimiento, las comunidades y sus habitantes crecieran económicamente y se vieran beneficiados por ello). Destacando en ellas sus características remotas, sus contextos rurales y sus ascendencias milenarias. Los "nuevos productos culturales" son tan artesanales como los anteriores, tan auténticos y exclusivos como

los que se han producido generación tras generación, solo que en este momento de la historia, han tomado singularidad respecto a sus orígenes y a sus personajes creadores; con la "intención" de otorgar de este modo, reconocimiento, contexto y esencia a los productos. No obstante, se siguen ignorando las voluntades de los pequeños productores, a pesar que ante el público en general se muestran como los únicos poseedores de un conocimiento especializado, como los artistas que ofrecen una parte de su cosmovisión al mundo entero, a aquellos sujetos que sean dichosos de consumir su creación. Pero tristemente, esto no es más que una simulación, ya que no se ve reflejado en el crecimiento económico de las comunidades productoras, ni en la economía familiar de los palenqueros.

Intermediarios y comercializadores se han beneficiado de este nuevo auge por productos culturales, notando en esta forma de comercializar un beneficio expedito a sus capitales, sin necesidad de inyectar recursos directamente en las comunidades productoras, sino a través de contratos pactados con los palenqueros; en los cuales se estipulan los litros a entregar y las especies que se trabajarán, así como los tiempos establecidos. Pero a pesar de dicho establecimiento de los lazos comerciales, en la mayoría de los casos, se dejan por un lado las dificultades técnicas que vivirá el palenquero o los problemas sociales y locales, consecuentes a la dedicación exclusiva del palenquero y su posterior alejamiento de la comunidad a la cual pertenece.

El reconocimiento que le otorga la comunidad a los mezcales locales, es influenciado en medida, por la aceptación y el impacto comercial que tienen dichos destilados en el mercado regional y nacional, aunque esto no es algo que se reconozca abiertamente. No obstante, en ningún caso dicha aceptación está por encima de su forma de vida campesina y de sus actividades agrícolas. Por ello, no debemos apartar la vista de dicho hecho y tendremos que

resaltar tal condición a la luz de actividades complementarias (pero no menos importantes) como lo es la producción de mezcal. Para Eric Wolf (1971):

> […] el campesino es, a la vez, el agente económico y el jefe de una familia. Su arriendo es una unidad económica y un lugar. La unidad grupo de campesinos no es, por tanto, sólo una organización productora constituida por x manos que realizan el trabajo del campo; también forma una unidad de consumo, con tantas o más bocas que trabajadores. Además, no solamente ha de alimentar a los miembros de su grupo, sino que asimismo ha de facilitarles otros servicios. […] la existencia del campesinado no sólo implica una relación entre el campesino y el que no lo es, sino un tipo de adaptación, una combinación de actitudes y actividades cuyo fin es apoyar al labrador en su esfuerzo por mantenerse a sí mismo y a su clase dentro de un orden social que amenaza su conservación (Wolf, 1971: 24-29).

Cuando dentro del campesinado, se promueve la realización de una actividad productiva, las decisiones estarán sujetas a fluctuaciones que favorecen uno u otro producto, según el momento que atraviese la comunidad y la demanda global de mercancías. Por ello, el momento actual del mezcal y el impulso que ha tenido en su producción y comercialización global. Ante ello, los campesinos soltecos habrán de encontrar estrategias que les permitan sortear entre las demandas externas por mezcal y las actividades propias de su vida agrícola y de desarrollo comunal. En primer lugar, hay que fortalecer la economía moral, afianzando el sentido de pertenencia que se tiene con el mezcal y con las obligaciones morales que se imponen.

Sin embargo, al ser campesinos de subsistencia necesitan vender sus mercancías subalternas inmediatamente a su producción, para poder comprar productos o servicios de subsistencia. Por ello, aunque en esencia se privilegia el consumo y producción social del mezcal, no podemos ocultar que al ser una mercancía producto del esfuerzo de los campesinos con una inversión económica para su producción, el mezcal debe venderse de manera inmediata, tanto para asegurar el retorno de los recursos invertidos, como para ayudar en la economía campesina, pero en especial, para asegurar el mantenimiento de la producción y permitir a los pequeños palenqueros seguir produciendo; ya no sólo para la comunidad, sino para el abastecimiento del mercado regional.

En lo que respecta al mercado en que participa el mezcal solteco, es pertinente mencionar el análisis del autor al señalar: ahora bien, cuando el campesino se ve implicado en una red de mercados, se enfrenta con una proliferación de especialistas en la labor de intermediarios y en servicios comerciales, con quienes han de rivalizar no sólo económica, sino socialmente. Los participantes de los mercados seccionales antes citados afrontan este problema mediante la exclusión social, agrupando a todos los especialistas de un género distinto del suyo y de su sección y considerándolos como extranjeros y enemigos en potencia. Todos ellos son miembros de grupos y las relaciones sociales pueden ser reguladas de acuerdo con las existentes entre los grupos. En términos sociológicos, esto significa que unos son miembros del grupo y que los otros son miembros-fuera-del-grupo (o miembros de grupos exteriores). El grupo propio del campesino es el grupo de referencia positiva; los demás grupos tienen referencia negativa. No mantienen otras relaciones con ellos que las implicadas por las exigencias del mercado (Wolf, 1971: 65-66).

Ante tal escenario, la economía moral del mezcal solteco, ejerce una coacción social sobre aquellos palenqueros que busquen desvincular la producción del mezcal, de la vida social que posee, al tiempo en que segregan el valor que ha adquirido socialmente, no sólo el mezcal sino también el acto de producirlo y consumirlo. Acá no estamos hablando de que se agrupen dentro de una sección, pero si del hecho de que se separan y consideran “extranjeros” a aquellos palenqueros que trabajan por fuera de los intereses comunitarios. O peor aún, los comercializadores estadounidenses y de Ciudad de México (los más habituales) son vistos como agentes completamente ajenos a la dinámica comunitaria. Son los “no campesinos”, que pese al pesar de los palenqueros más puristas, son parte fundamental del crecimiento exponencial de la actividad.

> […] hay presiones que dimanan del sistema social del campesinado. Algunas de estas presiones pueden derivar de la necesidad de mantener una hacienda donde se trabaje en conjunto frente a las insatisfacciones particulares y los anhelos de independencia […] cuando los mercados-red penetran en una comunidad campesina y transforman todas las relaciones de simple interés de individuos por artículos para la venta. Esto convierte a los miembros de una comunidad en competidores de objetos que son evaluados primariamente en términos económicos, sin ninguna consideración por los valores no económicos (Wolf: 104-109).

Esto ocurre en las comunidades productores soltecas; al aumentar la demanda del mezcal a nivel global, las exigencias de producción aumentan y las necesidades de aumentar los palenques e industrializar los procesos son cada vez mayores. Entre los palenqueros, existen enunciaciones particulares por seguir produciendo de la manera artesanal, respetando los ritmos comunitarios y destacando el valor de uso, sobre el valor de cambio. No obstante, los anhelos de crecer la producción y de vender su producto a empresas externas, va en aumento: especialmente por la "seguridad" económica que esto significa.

Uno de los palenqueros que sigue el método ancestral, me comentó que algo que representa un obstáculo para el crecimiento personal de los palenques locales, es la incapacidad de los propios palenqueros de solventar los gastos que implican el operar el palenque como una fábrica. Es decir, los gastos de operación como lo son agua, luz, trabajadores y maquinaría, entre otros. Aunado a ello está en la dificultad para llevar a cabo programas de plantación y replantación de especies; lo que sin duda pone en riesgo ecológico los ecosistemas locales y los detiene en los planes de expandir la actividad, ya que, en muchos de los casos el comprar el agave fuera de la región o aún dentro de esta, merma las ganancias y pone en suspenso la calidad final de los destilados obtenidos.

Asimismo, la mayor producción fragmentaria la economía moral en que está sustentada la producción y el consumo del mezcal solteco; debilitando los lazos comunitarios que se establecen entre productor y comunidad. Se han suscitado algunos intentos, especialmente de la

Universidad Chapingo, por comenzar a estudiar este nuevo fenómeno, enfocándose en las formas de producir y en la tecnificación de los procesos productivos; llegando a concretarse tesis sobre los procesos técnicos y algunos videos documentales sobre las etapas de producción. Todos ellos, desde un enfoque más técnico y mayormente preocupados por los ecosistemas del agave; pero segregando el papel social tanto de las especies como del proceso productivo del mezcal.

Economía moral

Respecto a la "economía moral", E.P. Thompson la define como […] el conjunto de creencias, usos y formas asociadas con la comercialización de alimentar en tiempos de escasez, así como las emociones profundas estimuladas por ésta, las exigencias que la multitud hacía a las autoridades en tales crisis, y la indignación provocada por el lucro durante emergencias que ponían en peligro la vida, le daba una carga "moral" particular a la propuesta. En este sentido, toda acción económica propia del mezcal solteco, es parte de su economía moral. Busca resistir a los embates que genera la economía de libre mercado; pese a que la demanda aumenta, esto no ha beneficiado de manera directa a las comunidades productoras, tampoco ha ocurrido con los palenqueros y sus familias. Por lo cual, el aumento de la demanda solo ha beneficiado a los comercializadores externos que han sacado mezcal de la región a un bajo costo de producción, pero no han inyectado capital de manera directa a las comunidades en donde surgen los mezcales.

La comercialización del mezcal, está sucediendo en tiempos de pérdida de la tradición, a causa y como efecto de esta. Las implicaciones sociales que genera el producir y consumir

localmente; en la comunidad y para la comunidad, le han otorgado una carga moral a la economía del mezcal. De tal modo, los impactos que esta tiene en las actividades comerciales de la región están matizados por la repercusión social que genera la lucha constante por salvaguardar la tradición. La comercialización que ignora los "intereses" comunitarios, pone en peligro la vida social del mezcal, ya que deja por lado su valor de uso e impulsa el valor de cambio de la mercancía. Dicho fenómeno es extensivo a todo el estado de Oaxaca, especialmente en el área que se le conoce como la "Región del mezcal".

La economía moral del mezcal solteco, ha hecho posible el control en la sobreexplotación de la actividad, ya que, al regular el comportamiento en conjunto, consigue marcar el ritmo en que se producirá, se consumirá y en el cual se comercializará. Es una interacción cultural que produce una economía política regional. Formar parte de una economía moral, implica compartir una posición y un estatus en el campo social.

Lo apremiante de la vida, pone a los soltecos en disyuntiva respecto a la ruptura de los discursos dominantes. Hay transformación, hay mediación y hay negociación. Cada acto relacionado con el mundo del mezcal, influye directamente sobre la dinámica comunitaria y sobre el conjunto de relaciones sociales que ahí se establecen. Resulta interesante ir descubriendo que posición política están tomando palenqueros y consumidores frente a los nuevos retos que se les presentan. La decisión de seguir continuando con la herencia, es una posición política; en el enfrentamiento o el desacuerdo se construyen ideologías. Dicha creación es lo que permite que se siga produciendo y que no se abandone la actividad.

En este sentido, la investigación de Juan Antonio Bautista y Melchor Terán (2008), puntualiza como dicho fenómeno no solo está ocurriendo en una comunidad productora que se guía bajo los preceptos de la producción ancestral, sino también en aquellas otras que han

industrializado sus tecnologías y poseen un gran reconocimiento respecto a la producción y comercialización de los mezcales que ahí se producen. Es así como presentan una interesante metodología sobre cómo abordar el tema de la producción y la mercadotecnia del mezcal en Oaxaca. Destacan el concepto anacrónico de lo rural, como aquel que define a lo local; a lo cerrado, a las expresiones culturales, costumbres y tradiciones propias y a una economía que se expresa en limitaciones de intercambio comercial.

Los procesos que han propiciado la transformación del medio rural están relacionados con la globalización. No obstante, han permitido la configuración de una "nueva ruralidad", que, para los autores, forma parte de un amplio conjunto de reestructuraciones geoeconómicas y reacomodos geopolíticos que tienen lugar en diferentes niveles (global, nacional y local), pero en cada lugar o país adquiere sus particularidades.

El estudio muestra como la sociedad rural está sufriendo la imposición de la racionalidad económica en sus sistemas productivos tradicionales. Lo que implica que sus objetivos de producción estén cambiando, entrando de lleno en el escenario de la competitividad comercial, teniendo así que adoptar nuevas tecnologías para llevar a cabo sus procesos productivos. Se hace más visible, la crisis en las formas de gestión tradicionales, que se asemejan más al caso que intento discutir acerca de la economía moral; y que no es otra cosa, que la perdida de decisión de los productores de cuándo y cómo producir. Gradualmente han ido perdiendo sus formas de gestión tradicionales, obligándose a responder a los lineamientos y políticas nacionales e internacionales de mercado. Lo que ocurre es un quebranto del poder de acción de los productores sobre las mercancías que producen; esto desde el nivel de su gestión, hasta llegar al horizonte de su comercialización y distribución. Tal parece que lo que están produciendo son "productos agrícolas" y no mercancías culturales, como lo es el mezcal, logrando así separar las

cualidades sociales del producto, de sus características comerciales; evitando así que se le limite su crecimiento económico, cambiándole el sistema en que se produce, hacía uno mas estandarizado.

No obstante, aunque la agricultura aglutina a lo rural y define en contexto las actividades de los campesinos, ha ido perdiendo de a poco, capacidad de "definición", es decir, de englobar el total de actividades que se estima desempeñan y el "mundo campesino" en que se desenvuelven. Ello por dos razones: 1. No podemos ignorar que en la actualidad, casi ningún grupo humano es ajeno a los efectos de la globalización y del libre mercado y, 2. Debido al desplazamiento que ha sufrido la agricultura campesina a razón de su tecnificación; la propagación de monocultivos y la instauración de regiones especializadas en ciertos productos agrícolas (por lo regular, países de economías "emergentes"). Ante dichos escenarios, la producción de productos culturales ha permitido a los campesinos subyacer a los embates del libre mercado y a la pérdida de comercialización (redituable) de sus productos agrícolas, al punto en que su producción se ha vuelto solo de subsistencia, sin posibilidades de comerciar con ella o exportarla. Ante tal escenario, los productos culturales como lo es el mezcal artesanal, han permitido a los campesinos, una fuente de ingreso constante, aunque con cierta inequidad respecto a la forma en que la venden y en cómo los intermediarios explotan el valor cultural y comercial del producto.

En el análisis que realizan Bautista y Terán de la situación actual de la región: el sistema productivo del mezcal en Oaxaca […] se encuentra en un proceso de recomposición productiva fundamentado en el aprovechamiento de la materia prima o agave mezcalero (A. Angustifolia Haw); condición que se asocia con los recursos económicos provenientes de la migración internacional, el mercado emergente del tequila, los bajos precios del agave y mezcal y la falta

de una política integral de fomento y desarrollo para este sector productivo. Sin embargo, ante estas condiciones desfavorables los productores campesinos han continuado con su resistencia y persistencia productiva y su reproducción socioeconómica, a través de procesos de adaptación y diseño de estrategias de reproducción socioeconómica a partir de la complementariedad y diversificación de actividades productivas (Bautista y Terán, 2008: 117).

Del mismo modo, sucede con mi caso de estudio. La implementación del monocultivo (agave espadín) ha tenido distintos niveles de aceptación y de repercusión en las comunidades productoras. Por una parte, ha significado un aumento en el número de palenques y en la capacidad de producción de los mismos; a razón de que los periodos de maduración son menores y que los cuidados de la especie son "más sutiles" para la mayoría de palenqueros y de productores de maguey. Por lo tanto, se ha favorecido el aumento en la producción y ha propiciado la especialización agrícola, es decir, la creación de agricultores dedicados exclusivamente a la reproducción del agave. Sin embargo, se ha menguado la capacidad de reproducción de las especies locales, lo que a su vez ha generado un dominio de mezcal espadín en el mercado, lo que va en detrimento de las características únicas de los mezcales soltecos.

Aumentar la producción no es solamente un beneficio para los productores, ya que, en pocos casos esto se ve reflejado en la mejora de las condiciones de vida de los palenqueros. Caso contrario para los comercializadores o los compradores terciarios, quienes, si encuentran beneficios con este aumento de los palenques y de los lotes producidos, ya que su objetivo principal es el crecimiento de sus empresas y no así, el desarrollo económico de las comunidades productoras.

Por ello, no debemos obviar los fenómenos subyacentes que surgen a la par del crecimiento productivo, como lo son las muestras de resistencia y de lucha por la tradición, que

no solo indican un rechazo colectivo, sino además representan una respuesta ante el embate comercial que se vive en las comunidades productoras, y que hasta hace algunos años les era ajeno.

Raúl Román (2015) tiene una propuesta importante que da dimensión a la situación y emplaza al fenómeno en un contexto más amplio. Explica que posterior al tiempo del campesino revolucionario, surgió un nuevo régimen de acumulación flexible: la globalización. La cual buscaba acabar con la soberanía de los Estados-Nación con base en la exclusión de los productores locales: campesinos. Por ello, vivieron un momento álgido en donde no solo se puso en duda la importancia de sus actividades, sino además la propia necesidad de su existencia.

No obstante, y pese a esta incapacidad de decidir (pero si inferir) en el mercado global, los campesinos se fueron organizando en movimientos y en conjunto, para pelear por sus intereses y resolver las demandas que surgían al interior del grupo. Es así como el internacionalismo de los campesinos se expresa en la vinculación de diversas organizaciones en un escenario común, desde el cual se constituye en actor global, logrando así, la soberanía alimentaria y el reconocimiento de los derechos campesinos a nivel global (Román, 2015:28).

Algunos otros elementos actuales de la situación del campesino y, que tienen mayor semejanza sobre el grupo campesino del que estoy hablando, son:

Identidad cultural;

Soberanía alimentaria;

La reforma agraria popular;

La producción campesina de alimentos (ya no solo de subsistencia);

El precio justo;

El control de los medios de producción y comercialización y,

El derecho sobre la propiedad intelectual.

Pese a todos estos esfuerzos, la situación de los campesinos soltecos, como de muchos otros más, está lejos de acercarse a las expectativas que ellos mismos se han generado, quedando lejos de las metas que como movimiento han ido construyendo. Es cierto que han construido diversas estrategias, especialmente en lo que respecta a la valoración de su actividad campesina y de la creación de su mercancía cultural.

Tal vez la más efectiva de ella y la que me ha impulsado para emprender esta investigación, es la que han creado en torno a la economía moral del mezcal, ya que no sólo estipula comerciar con una mercancía, sino además la "protege" al tiempo que aglomera una economía comunitaria, que busca salvaguardar los intereses grupales, por encima de los personales. Afianzando así, la idea de un mezcal solteco, único e inigualable; el cual tiene la capacidad de ser comercializado bajo la etiqueta de lo artesanal/ancestral. Las comunidades se mantienen unidas y los productores rigen el crecimiento de la actividad, conforme los intereses comunitarios no se vean comprometidos. Esto no quiere decir que la actividad productiva no busque el crecimiento económico de la región y de los productores locales, sino que dicha economía moral busca en primer lugar la continuación de la actividad productiva con el fin principal de asegurar la vida social del mezcal y de las comunidades productoras. Cumplir con los compromisos sociales ligados al mezcal es la clave y el objetivo central de dicha economía, no obstante, y como cualquier otra mercancía, su comercialización será crucial para impulsar y

dar seguimiento a la propia economía moral que existe, además de permitir el crecimiento económico de la región.

El asunto de su independencia, va más allá de la lucha por las tierras o por el control de los medios productivos (no es que no luchen por ello, pero no es en este momento el asunto principal), lo que aquí se juega tiene que ver con la identidad solteca; y no me refiero a la "exaltación" de los atributos culturales del pueblo y sus habitantes, sino a la identidad en acción, es decir, aquella que se vive cotidianamente y manifiesta los modos de vida de los soltecos, los retos y los anhelos que tienen como comunidad , pero además los relaciona con el mezcal, que es quien les ha otorgado cierto reconocimiento nacional, frente a otras regiones que no disfrutan del hecho de ser productores de una mercancía cultural en constante expansión.

Es así que procuré que esta investigación fuese capaz de superar las definiciones tradicionales de campesino, que resaltan su condición agrícola por encima de sus características identitarias y de sus interacciones culturales. Sin pretender caer en la redundancia; son campesinos porque cultivan sus alimentos básicos, en su gran mayoría solo para la subsistencia familiar, con pocos excedentes para comerciar en el mercado. Entre sus principales particularidades es que actúan como grupo, basados en una economía moral que soporta la producción y consumo del mezcal; la cual no sólo regula la manera en que se desempeña la actividad comercial, sino además rige otros aspectos de la vida social de los habitantes soltecos. Si habláramos en el marco de normas y obligaciones sociales, para el mezcal existen ciertos compromisos sociales adquiridos desde la propia concepción del destilado, hasta llegar a los escenarios sociales en donde interactúa. No está apartado de la gestación y desarrollo de relaciones humanas que lo hacen posible, que le dan existencia; y no solo por el hecho esencial

que es producto del trabajo humano, sino especialmente porque tiene la capacidad de actuar entre los distintos niveles de la estructura social en donde emerge.

Lo determinante aquí es que no solo estoy refiriéndome a los fenómenos económicos de una comunidad o una región específica, sino además a los aspectos cotidianos como conversaciones casuales; rutinas de trabajo; emprendimientos personales; actos cívico-religiosos y momentos de duelo y confrontación. El mezcal tiene presencia en cada uno de estos escenarios, también en la cosmovisión y en la forma particular en que un pueblo o región ve el mundo que los rodea. Está íntimamente relacionado con el quehacer cotidiano de las comunidades y de los habitantes de dichos espacios; en el desarrollo de sus relaciones humanas. Necesario es repetir que los palenqueros, son en primer lugar campesinos por el hecho fundamental que cosechan sus propios alimentos, pero también por lo evidente que resulta que el producto que ofertan en el mercado, es esencialmente un producto agrícola. En este sentido, como lo he mencionado la elaboración del mezcal requiere de la siembra y el cuidado de los agaves mezcaleros caseros y la domesticación de otro de origen silvestre. A diferencia de otras regiones con mayor grado de tecnificación y con procesos industriales de producción, en Sola de Vega el trabajo relacionado con la materia prima (agaves) y su procesamiento (palenqueadas/producción), sigue siendo responsabilidad entera del palenquero y no de proveedores externos, ni de trabajadores técnicos especializados; es decir, sigue siendo un trabajo 100% artesanal, que requiere el conocimiento campesino para el óptimo funcionamiento. A cambio ofrece al consumidor un proceso artesanal y un producto orgánico, efecto de un conocimiento arraigado y en constante transformación. El palenquero solteco es distinto al resto, porque aún conserva el control de todo el proceso y de las etapas correspondientes, por ello la

singularidad de los destilados que crea y la diferencia que marca frente a otros que ya no controlan cada una de las etapas.

Pese a la unidad de la que hablo, existen algunas diferencias al interior del grupo campesino, que tienen que ver principalmente en cómo se desempeña y se da continuidad a la actividad productiva. Ello no quiere decir que no actúen como grupo campesino y que no desempeñen una actividad conjunta que los identifica de otros campesinos. No obstante, al interior del grupo imperan distintas voces que promueven uno u otro modo de seguir llevando a cabo la actividad de producción y venta del mezcal. Dentro de estas voces, están presentes dos posturas; la primera de ellas tiene su fundamento en la creación de riqueza, de excedentes económicos a través de la industrialización y tecnificación de los procesos productivos. La segunda, tiene que ver con el respeto y promulgación de la tradición, conservando los métodos de producción artesanal o en algunos casos ancestrales, que se han venido defendiendo generación tras generación y que, son precisamente estos los que le han dado notoriedad a la región.

Conclusiones finales

Desde su origen, este trabajo ha demostrado flexibilidad en los objetivos que ha perseguido. En un primer momento, mi interés era solo conocer los procesos productivos y el impacto social del mezcal en una región particular. Conforme avanzaron mis reflexiones, el trabajo de campo enriquecía la información y generaba más preguntas, de modo que fui reformulando mis objetivos y asociando mis objetos de estudio. De tal modo, esta tesis no solo demuestra las etapas productivas del mezcal artesanal, sino su componente social, el cual no podemos disociar el uno del otro. Es así que este trabajo basa su análisis sobre cuatro ejes: 1. La descripción y el análisis del proceso productivo y de los paisajes agaveros; entendiéndose con ellos el cuidado de las especies locales, los procesos de transformación y las nuevas formas de consumo y de comercialización, 2. La vida social del mezcal y su capacidad de agencia en el entramado de las relaciones sociales. 3, La comercialización cultural del mezcal y el papel mediador de los palenqueros entre dos discursos contradictorios: la conservación de la tradición, frente a la industrialización de los procesos y la estandarización de la actividad y, 4. La economía moral del mezcal. La supremacía del valor de uso sobre el valor de cambio de las mercancías. En ello esta además la transformación de un objeto en mercancía cultural, gracias a su interacción en el mercado, sea este local o global. En este sentido, sitúe mi postura teórica en la estructura de dos paradigmas, la antropología de las cosas y la antropología de la sociedad del consumo. No obstante, he buscado que la postura sea flexible y más que encasillar a mi trabajo dentro de una vertiente de estudio, quiero que el estudio de caso que ha servido de inspiración para esta tesis, nos ayude a pensar procesos locales de producción de mercancías culturales, a través de la antropología. Por ello, mi objeto de estudio no ha sido el mezcal en sí mismo, sino la relación de coexistencia que existe entre el mezcal, los palenqueros y la sociedad en donde surge y se desenvuelve socialmente. Por lo tanto, esta tesis ha sido un esfuerzo por mostrar el alcance de

las trayectorias sociales en complejos procesos de mediación cultural y política, que por un lado buscan favorecer el impulso de una mercancía cultural que incursiona en mercados globales de consumo y por el otro, resisten las tentaciones del mercado globalizado y globalizante, que pretende instaurar nuevas técnicas y procedimientos productivos, en menoscabo de la tradición que impera en la región y en el conocimiento que poseen los productores.

Los palenqueros viven una situación de confrontación consigo mismos, ya que su determinación no solo guiara el futuro de sus empresas locales, sino la forma en que veremos a Sola de Vega en el futuro próximo. La lucha entre tradición y modernidad es una constante que, aunque se niega en algunos espacios, no se puede ignorar, especialmente porque el propio mercado ha ido encausando tal fenómeno.

Antropológicamente, la ambigüedad que representan estas dos posturas es lo que le da relevancia al estudio. Ya sea que por un lado, la industrialización del proceso significaría un incremento en los recursos económicos de los productores que se benefician de la actividad; no obstante, los ejemplos que han vivido las comunidades productoras demuestran que dichos "beneficios" pocas veces han llegado a la mano de los palenqueros o de sus familias, han recaído principalmente en los comercializadores foráneos que explotan la producción y extienden la capacidad de ganancias que deberían tener frente a los productores del mezcal. Entre las principales barreras que impiden un crecimiento económico paralelo están las siguientes:

- Entre algunos comercializadores se desconoce o se minimiza la condición social del mezcal y la importancia comunitaria que posee;
- Esta actitud genera descontento por parte de los palenqueros más puristas, propiciando la división del grupo entre *pro industrialización y pro tradición*; lo que a su vez significa un decrecimiento en los proyectos locales de comercialización;

- La propia naturaleza de las especies agaveras, representa un inconveniente para la producción industrial, por lo que el crecimiento de la producción es un riesgo para los sistemas ecológicos de la región y, por lo tanto, es poco amigable con los ecosistemas agaveros;
- Ligado a dicho problema y en respuesta a tal dificultad, tanto productores como comercializadores han buscado alternativas en la compra de maguey mezcalero en otras localidades del distrito, además de distintas regiones del estado. Sin embargo, no en todos los casos han encontrado beneficio en dicha solución, principalmente porque al hacerlo se pierde trazabilidad genética del producto que se adquiere, lo que pone en entredicho la calidad del mezcal que pueda ofrecerse y, en especial, la exclusividad de dicha mercancía cultural;
- Complementario a dicho punto, está el hecho de que la mayoría de reproducción de las especies agaveras es mediante implantación de hijuelos, lo que de igual manera merma la capacidad genética de las especies; propiciando que estas se enfermen, adquieran plagas o simplemente mengüen en su rendimiento;
- En la órbita de la economía moral del mezcal y de su vida social, está presente lo que Appadurai llama *la economía de las cualidades*, que es la capacidad del actor, de convertir los atributos simbólicos de la tradición y la resistencia en atributos consumibles. Es decir, es la propia capacidad de agencia de la mercancía lo que permite que dichos atributos se impongan por encima del discurso de las mercancías estandarizadas. Sin embargo y paradójicamente no hay un involucramiento personal directo, sino es el propio ejercicio de producir, vender y consumir, lo que va construyendo las bases de este tipo de economía y, a su vez, es la economía moral lo que

hace posible la instauración de los cimientos que sostienen lo que llamo economía de las mercancías culturales;

- La economía moral es esencial, ya que da legitimidad a las prácticas que hacen posible la existencia del mezcal solteco, como mercancía cultural. No debemos ver a la economía moral como un ente único, con fronteras y limites definidos, sino como un proceso en constante transformación; está en el propio discurso de la tradición y de transmisión, o no es acaso eso lo que nos hizo voltear nuestra mirada hacia estas latitudes y centrar nuestras inquietudes en una bebida ancestral, que pese a la demanda mundial ha resistido a las tentaciones que la profanan, permaneciendo única, exclusiva y pura. Es el mezcal solteco, dentro de la amplia revista de mezcales mexicanos, uno de aquellos que goza de mayor prestigio y de mayor reconocimiento. ¿Pero cómo se construye este discurso?;

Todo comienza con la necesidad de vivir, de intentar "vivir mejor". Después surge la oportunidad de aprovechar un recurso natural en beneficio propio; una vez que se domina el manejo y el aprovechamiento de dicho recurso, hay que otorgarle "valor social", encontrando en el un objetivo directo y una significación social, que permita a los sujetos, explotar un producto con la intención más profunda, sencilla y la primitiva necesidad de obtener un beneficio monetario por ello. No obstante, dicha búsqueda no es lineal en su narrativa, ya que como todo proceso de la vida social humana, el mezcal es un fenómeno sociocultural que está determinado e impulsado por una cultura propia que es cambiante y se encuentra en constante transformación. Aunque resulte obvio, debemos ser conscientes de la capacidad de agencia que muestra el mezcal, lo que no solo implica su relevancia social en la estructura económica de la región, sino además demuestra su capacidad para influir sobre las relaciones sociales cotidianas.

El mezcal debe sortear los dilemas éticos del cambio en su esencia de existencia como mercancía cultural y como un producto regional que está aspirando a satisfacer mercados globales. Pese a que las intenciones iniciales de los palenqueros siempre han sido el salvaguardar la tradición, lo cierto es que se han visto absorbidos por la propia dinámica cambiantes del fenómeno mercantil.

No solo se trata de esta necesidad primaria por obtener un beneficio económico, también es cierto que no se puede construir solo sobre las cualidades; será siempre necesario, encontrar la rentabilidad de toda actividad comercial para asegurar así su continuidad.

Por lo tanto, una economía moral del mezcal, solo tendrá vigencia si se conjunta la necesidad material de la subsistencia humana y el deseo propio de dar explicación al comportamiento humano. De dar cuenta del ejercicio de la socialización y del consumo local, por encima del interés personal de verse beneficiado al producirlo y comerciarlo.

En las entrevistas con los palenqueros soltecos, fue notoria la búsqueda de los mismos, por dar detalles acerca de su decisión por seguir trabajando el mezcal, y claro, entre los más recurrentes, está el de continuar con la tradición; percibida como un atributo que se ha transmitido de generación tras generación y que dará razón de ser a los palenqueros y a los habitantes de las comunidades donde se producen, otorgando poder a quienes son gozosos de consumirlo y de respetar su tradición local.

Su identidad es el mezcal, parte de su personalidad y de la forma en que se relacionan con su entorno y con quienes forman parte está representada en la propia existencia de la bebida. Es un agente más poderoso que cualquier otro de los muchos productos agrícolas que tienen, y no porque estos carezcan de poder, sino por la dualidad del mezcal, ya que es

una mercancía fruto del trabajo campesino especializado; es un producto cultural que identifica tanto a productores, como consumidores. No es únicamente una economía de lo simbólico, sino de la participación social. Destaca por encima de todo, su valor social y su importancia en las relaciones comunitarias.

Los campesinos son habitantes de las comunidades donde se produce, en una región específica y en un modo particular de percibir la vida. El mezcal ha logrado traspasar la barrera impuesta a las mercancías agrícolas y a los productos de valor alimenticio, que son de mero consumo nutricional. Para llegar a convertirse en un producto cultural de culto, que se consume como un ejercicio de enriquecimiento, alejado de su efecto embriagador, convirtiéndolo en un acto de goce total. El consumo del mezcal en las comunidades se convierte en una forma de participación social, donde no solo intervienen los intereses económicos, sino la economía moral que condiciona las transacciones humanas y el libre tránsito de la mercancía cultural. Lo moral subyace a lo económico, el mezcal es un actante que se desenvuelve en los escenarios en disputa, lo que indica todo este conocimiento de los palenqueros tiene poder gracias a las diferencias de posiciones dentro de un mismo grupo social.

Las múltiples formas sociales del mezcal y sus actores, hacen posible que el conocimiento se transmita, generando así identidad asociada a un estilo de vida donde el mezcal es un actor central.

Si bien el mezcal está ligado a las condiciones de la vida material, lo cierto es que también ha demostrado que tiene la capacidad para guiarlas y determinar el rumbo que tomará una región en lo que respecta a su economía moral y a la manera en que esta se relaciona con la economía de las mercancías culturales. De este modo, la economía moral

es relevante porque es en definición interacción cultural, que da origen a una economía política regional que maneja el discurso que imperara en una sociedad, respecto al posicionamiento que tomarán frente a amenazas que pongan en riesgo los equilibrios sociales que han venido funcionando a través del tiempo.

Dentro de su capacidad de agencia, los mezcales soltecos operan con "autonomía" regional, debido a que sus características particulares (procesos; agaves y técnicas artesanales) los destacan por encima de otros mezcales que tiene características más homogéneas y comunes al mercado mundial de destilados.

No obstante, dicha distinción no sería suficiente si no existiera una armonía entre la trayectoria social del mezcal y la trayectoria de los palenqueros, quienes deben ir encausando la vida de la bebida, reforzando así la identidad regional y estableciendo los mecanismos de contención que impiden el abandono de la tradición y con ello, de los procesos ancestrales. Dichos mecanismos pueden manifestarse mediante la postura del palenquero de rechazar aquellos mezcales, donde existe incertidumbre acerca de su origen y de sus métodos, siendo vistos como ajenos a la tradición y con pocas cualidades que entregar al público consumidor ya muy experimentado y exigente. Además, la tesis nos ha mostrado que son los propios habitantes de las comunidades productoras quienes han venido construyendo y transformando la economía moral del mezcal. No es casual que el mezcal operé en los escenarios sociales de Sola de Vega, en especial porque es gracias a esta misma socialización que el mezcal se define y se afirma. Si este no fuese tan central en la dinámica regional, no estaríamos hablando de una economía de lo moral, sino de una economía del consumo o también de una economía que reflejara los impulsos de los mercados culturales; más cercanos a lo que se conoce como el turismo cultural. Ello no quiere decir que no esté

sucediendo ahora, pero es evidente que lo que aquí se muestra es una economía propia que se transforma conforme las ideas arraigadas del grupo se fortalecen y las disyuntivas entre tradición-modernidad hacen más efervescente la narrativa.

Los manejos de los escenarios de interacción del mezcal, son las pautas que nos dan certeza de que estamos presenciando un fenómeno fuerte de comercialización cultural, que interactúa cotidianamente con un modo de comercio local que fija su postura en la economía moral del mezcal. Entre ellos está la fulgurante vida mezcalera que se vive en la ciudad de Oaxaca, en donde el mezcal ha cobrado una importancia vital, tanto para el consumidor habitual, como para los nuevos consumidores nacionales y extranjeros. La experiencia de entrar en un cosmos del mezcal, les ha permitido a las empresas mezcaleras de la ciudad afianzar sus marcas y proyectos, controlado así el mercado de los mezcales ancestrales. De ahí que el crecimiento de dichos mezcales está relacionado con el desarrollo de la gastronomía regional, ya que actualmente el mezcal es una bebida de culto mundialmente, acoplándose de buena manera a la gastronomía mexicana.

En resumen, la agencia que ha establecido el mezcal en Villa Sola de Vega, es una determinación dada en sus variadas características, especies; periodos germinativos; procesos de domesticación y expansión de cultivos. Aunado a ello esta su capacidad de gestión frente a los impulsos voraces de las sociedades de consumo y su contraparte de los mercados locales y artesanales.

El propio impulso del mercado de las bebidas alcohólicas ha buscado apropiarse de los orígenes culturales de dichas bebidas, con el firme propósito de explotarlas comercialmente y obtener los beneficios de los productores únicos y exclusivos como lo es el mezcal artesanal. Sin embargo, este trabajo ha demostrado la capacidad adaptativa de los contextos

locales frente a las demandas externas a sus realidades. Los palenqueros han mediado el embate del nuevo mercado, afianzado su conocimiento y reforzando los métodos que le han dado identidad a su mezcal. Además de ello, las propias comunidades han mostrado resiliencia frente a los nuevos actores que se han presentado en sus arenas, siendo en la mayoría de los casos acciones comunitarias las que han impedido que se transforme lo artesanal en procesos industriales de mayor explotación. En efecto, han logrado resistir gracias a la economía moral donde se fundamenta la existencia del mezcal solteco. Con ello no quiero decir que existan prohibiciones frontales por parte de los miembros de la comunidad hacia los palenqueros, lo que si ocurre, es que la propia agencia del mezcal y al actuar en su campo político han hecho que se medien los efectos de dicho fenómeno, logrando así reforzar dicha economía, por encima de la comercialización global del mezcal.

No debemos dejar por un lado el hecho de que todas estas arenas que hemos descrito y analizado, que han sido origen y objetivo de nuestras discusiones, tienen sus disputas y sus rupturas, que dan matices al tema de las economías locales y de los procesos de comercialización y consumo. Sola de Vega es un bastión importante y determinante para los intereses de la Región del Mezcal y para la industria, tanto la mezcalera como la tequilera, por lo cual resultan evidentes las intenciones y las cartas que se juegan sobre este tablero. Esta investigación pretende contribuir en la discusión de las mercancías culturales y de la antropología de las cosas, pero además de ello, el estudio intentó mostrar la realidad actual de una región que hasta el día de hoy ha sido poco explorada; pero que resulta ser el campo perfecto para observar y analizar fenómenos tan vastos como lo son: la identidad indígena y campesina; peregrinaciones y cultos católicos; campesinos y sistemas agrícolas; disputas territoriales y fronteras interiores, solo por nombrar algunos.

Son las disputas territoriales, un tema que se asomó en nuestras observaciones y durante el trabajo de campo. Si bien no quiero hacer mayores comentarios sobre ello, debido a que no profundicé mas allá y mis comentarios podrían resultar atrevidos para el más experto en el tema, si preciso hacer mención que el actual estado de ebullición territorial que vive Sola de Vega, ha determinado la forma en que sus habitantes se comportan y, claro que ha venido cambiando el ritmo, la percepción y la manera en que la industria local del mezcal se puede desarrollar. Como se ha mencionado, los palenqueros se han organizado en grupos/cooperativas para llevar a cabo sus proyectos productivos. Sin embargo, hasta la fecha no han sido del todo exitosos y esto se debe en medida al ambiente de tensión y zozobra que se vive en algunas comunidades productoras, mismo que ha provocado que los esfuerzos colectivos y/o individuales sean otros, descuidando así los proyectos productivos existentes y el emprendimiento de los palenqueros.

En conclusión, el mezcal es una mercancía que ha podido sobrepasar la barrera entre lo industrial y lo limitado, entre los mercados globales y los locales. Pese a que su naturaleza es tradicional, ha sabido adaptarse a los escaparates mundiales que la observan como una bebida exclusiva y por tal, la cotizan bajo esta mirada. Tanto el mezcal como los palenqueros están en un continuo proceso de aprendizaje, en sus mismas trayectorias deben sortear las contradicciones de sus discursos y definir su identidad. El mezcal artesanal ha creado su propio nicho, dedicado a la contemplación y el goce total de una bebida 100% cultural. Paralelamente los consumidores locales han reafianzado su identidad relacional, encontrando en el mezcal parte de la identidad que los define.

La economía moral ha guiado el comportamiento del mercado hacia el exterior, marcando las pautas que deben seguirse y desencadenando una serie de valoraciones culturales

que los propios soltecos realizan de su bebida, misma que hacen destacar por encima de otros mezcales regionales y que en efecto, los distinguen si hablamos de mezcales artesanales. Le mediación entre los discursos define el campo político en que actúan todos los agentes y determina de aquí en adelante la manera en que la actividad productiva se va a desenvolver y la forma en la economía local va a subyacer dicho fenómeno. Sin embargo, la autonomía local será determinante para guiar el rumbo del mezcal y de los palenqueros, afianzando así esto que he analizado y llamado, economía moral del mezcal solteco.

Bibliografía

APPADURAI, Arjun (ed) (1991). *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Grijalbo.

ARGUETA Villamar, Arturo; Corona- M, Eduardo y Hersch, Paul (coords). (2011). *Saberes locales y diálogo de saberes*. México: Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM, INAH, Proyecto Compartiendo Saberes, FONCICYT.

BAUDRILLARD, Jean (2009), La sociedad del consumo, sus mitos y sus estructuras, Madrid, Siglo XXI.

BAUTISTA, Juan Antonio y Ramírez Juárez, Javier, "Agricultura y pluriactividad de los pequeños productores de agave en la región del mezcal, Oaxaca, México", en Agricultura *Técnica en México*, vol. 34, núm. 4, octubre-diciembre, 2008, pp. 443-451.

BAUTISTA, Juan Antonio, Ramírez Juárez, Javier. (2015). Origen, auge y crisis de la agroindustria del mezcal en Oaxaca. En Vera Cortés, José Luis y Fernández, Rodolfo (Comp). *Agua de las verdes matas. Tequila y mezcal*. México D.F.: Artes de México y el Mundo, Instituto Nacional de Antropología e Historia. .

BERUMEN Barbosa, Miguel Enrique (2009), Oaxaca: La actividad productiva maguey-mezcal, Santiago Matatlán, Oaxaca: s/d editoriales.

CANIZALES Romo, Margil de Jesús (2008), *De las mieles al mezcal. Haciendas y ranchos mezcaleros en Pinos, Zacatecas (1890-1930),* San Luis Potosí, S.L.P., El Colegio de San Luis, H. Ayuntamiento de Pinos, Zac.

CÁRDENAS Salcido, Esperanza y Hernández-Díaz, Jorge (2016), "¡Ay mezcal, me volviste a dar! Experiencias hedonistas para el consumo de una bebida destilada del agave", en Worthen Holly; Hernández-Díaz, Jorge y Curiel, Charlynne (coords) (2016), *El valor de las cosas. Aspectos sociales y culturales de la producción y el consumo*, México, UABJA, Juan Pablos Editor.

CÁRDENAS Salcido, Esperanza y Hernández-Díaz, Jorge (2016), "¡Ay, mezcal, me volviste a dar!, experiencias hedonistas para el consumo de una bebida destilada del agave", en Worthen, Holly; Hernández-Díaz, Jorge y Curiel, Charlynne (coords) (2016), *El valor de las cosas. Aspectos sociales y culturales de la producción y el consumo*, México, UABJA, Juan Pablos Editor.

COLUNGA-García Marín, Patricia; Eguiarte, Luis E. y Zizumbo-Villareal, Daniel (2009), En los ancestral es futuro: del tequila, los mezcales y otros agaves, Mérida, Yucatán, Centro de Investigación Científica de Yucatán A.C., SEMARNAT, CONABIO, INE.

DAMIÁN, Rafael (2009), Atiztatzin. *El mezcal en la cultura popular de la Región Centro de Guerrero: consumo y producción cultural,* Guadalajara, Jalisco, CIESAS Golfo, [tesis de maestría]

DETTMER, Jorge. (2006). Redes, flujos y capital social en la sociedad del conocimiento. En SUÁREZ, Rodolfo (coord.) (2006). *Sociedad del conocimiento. Propuesta para una agenda conceptual.* México: UNAM.

DIGUET, Léon (2015) [1907], "Bebidas alcohólicas mexicanas extraídas de los agaves", en Vera Cortés José Luis y Fernández Rodolfo (comp.) (2015), *Agua de las verdes matas. Tequila y mezcal*, México, D.F.: Artes de México y el Mundo, Instituto Nacional de Antropología e Historia.

FORAY, D. y Bengt Ake L. (1996). The Knowledge-Based Economy: from the economics of Knowledge to the Learning Economy. En *Emplyoment and Growth in the Knowledge-Based Economy*, París: OCDE.

FOSTER, G. M. (2 de abril, 1965). El carácter del campesino. *Revista de Psicoanálisis, Psiquiatría y Psicología*, 1: 83-106.

GARCÍA Canclini, Néstor (1993), "El consumo cultural: una propuesta teórica", en Sunkel, Guillermo (coord) (2006), *El consumo cultural en América Latina,* Colombia, Convenio Andrés Bello.

GONZÁLEZ, Humberto, "Especialización productiva y vulnerabilidad agroalimentaria en México", en *Comercio Exterior*, Vol. 63, Núm. 2, marzo y abril de 2013, pp. 21-36.

GUZMÁN Chávez, Mauricio Genet. (2014). El mezcal potosino como patrimonio en el contexto mezcólatra. Haciendas mezcaleras potosinas: las raíces de un patrimonio industrial olvidada. En Ruiz Medrano, Carlos Rubén; Roque Puente, Carlos Alberto y Coronado Guel, Luis Edgardo (coords), *Paisajes culturales y patrimonio en el centro-norte de México, siglos XVII al XX*, San Luis Potosí, México: El Colegio de San Luis.

HERNÁNDEZ López, José de Jesús (2013), *Paisaje y creación de valor. La transformación de los paisajes del agave y del tequila,* Zamora, Michoacán, El Colegio de Michoacán.

----------, José de Jesús (2016), "El mezcal como patrimonio social. De indicaciones geográficas genéricas a denominaciones de origen regionales, CEGH, COLMICH, Michoacán.

----------, José de Jesús. (2011). "El paisaje agavero, patrimonio cultural de la humanidad". En De La Peña, Guillermo (coord*). La antropología y el patrimonio cultural de México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

HUERTA Rosas, Rogelio y Luna Zamora, Rogelio (2015), "Los caminos del mezcal y el tequila", *e*n Vera Cortés José Luis y Fernández Rodolfo (comp.) (2015), *Agua de las verdes matas. Tequila y mezcal*, México, D.F.: Artes de México y el Mundo, Instituto Nacional de Antropología e Historia.

LARSON, Jorge; Valenzuela-Zapata, Ana G. e Illsey, Catarina (2007). Del whisky escocés al mezcal: diferenciación y etiquetado, desarrollo y conservación. En Colunga-García Marín, Patricia; Larqué Saavedra, Alfonso; Eguiarte, Luis E. y Zizumba-Villareal, Daniel (edits). (2007) *En lo ancestral hay futuro: del tequila, los mezcales y otros agaves*. Mérida, Yucatán: Centro de Investigación Científica de Yucatán, A.C.

LONG, Norman. (2007). *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor.* México: Colegio de San Luis, CIESAS.

LUNA Zamora, Rogelio (2007). Economía y estética de los destilados del maguey. En Colunga-García Marín, Patricia; Larqué Saavedra, Alfonso; Eguiarte, Luis E. y Zizumba-Villareal, Daniel (edits). (2007) *En lo ancestral hay futuro: del tequila, los*

mezcales y otros agaves. Mérida, Yucatán: Centro de Investigación Científica de Yucatán, A.C.

MARTÍNEZ-GÁNDARA, Alejandra, "Tequila, mezcal y cerveza de México para el mundo", en *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, vol. 5, núm. 2, julio-diciembre, 2008, pp. 143-150.

Mintz, Sydney (1996). *Dulzura y poder: el lugar del azúcar en la historia moderna*, Distrito Federal, México: Siglo XXI.

NATES Cruz, Beatriz. (2011). *La territorialización del conocimiento. Categorías y clasificaciones culturales como ejercicios antropológicos*. Distrito Federal, México: UAM, Anthropos.

NAVARRO, Ochoa, Angelica (2015), "Representaciones sociales de un oficio. Raicilleros de la región Sierra Occidental en Jalisco", en *La raicilla. Herencia y patrimonio cultural de Jalisco,* Jalisco, El Colegio de Jalisco.

PAZ López, Martha Elba; López Molina, Eric y Solórzano Rodas, Jorge. (2011) *¿El conocimiento, principal fuente de la globalización?* México: Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, Miguel Ángel Porrúa.

PÉREZ Hernández, Elia; Chávez Parga, Ma. Del Carmen y González Hernández, Juan Carlos, "Revisión del agave y el mezcal", en Revista Colombiana de Biotecnología, vol. XVIII, núm. 1, enero-junio 2016, pp. 148-164.

PERÉZ, Cornelio. "Mezcales tradicionales de los pueblos de México, herencia cultural y biodiversidad". En *Ciencias*, julio-septiembre, núm. 087, 2007, pp. 54.60.

PONTE, Stefano & Gibbon, Peter (2005), "Quality standards, conventions and the governance of global value chains". Economy and Society, n.34 vol.1.

SAHLINS, Marshall y Ellman Service (Eds.) (1960). *Evolution and culture*, Anne Arbor : University of Michigan.

SASSATELLI, Roberta (2012), *Consumo, cultura y sociedad,* Buenos Aires: Amorrortu Editores.

SERRA Puche, Mari Carmen y Lazcano Arce, Jesús Carlos, "Producción, circulación y consumo de la bebida del mezcal arqueológico y actual", en *Históricas Digital*, diciembre, núm.- 23, 2011, pp. 169-183.

SERRA Puche, Mari Carmen y Lazcano Arce, Jesús Carlos. (2015). Etnoarqueología del mezcal: su origen y su uso en Mesoamérica. En Vera Cortés, José Luis y Fernández, Rodolfo (Comp). *Agua de las verdes matas. Tequila y mezcal*. Distrito Federal, México.: Artes de México y el Mundo, Instituto Nacional de Antropología e Historia.

---------- (2015). Etnoarqueología del mezcal: su origen y su uso en Mesoamérica. En Vera Cortés, José Luis y Fernández, Rodolfo (Comp.). *Agua de las verdes matas. Tequila y mezcal*. Distrito Federal, México.: Artes de México y el Mundo, Instituto Nacional de Antropología e Historia.

VILLORO, Juan (2016) [1982], Creer, saber, conocer, México, Siglo Veintiuno Editores.

TIFFANY, Sharon (2004), "Frame that Rug! Narratives of Zapotec Textiles as Art and Ethnic Commodity in the Global Marketplace", en *Visual Anthropology*, vol. 17, núm. 3-4, pp. 293-318.

WORTHEN, Holly; Hernández-Díaz, Jorge y Curiel, Charlynne (coords) (2016), *El valor de las cosas. Aspectos sociales y culturales de la producción y el consumo*, México, UABJA, Juan Pablos Editor.

WOLF, Eric, (1971), *Los campesinos*, Editorial Labor, España.

LOMNITZ-ADLER, Claudio, (1995), *Las salidas del laberinto. Cultura e ideología en el espacio nacional mexicano*, Planeta, México.

THOMPSON, Edward P., "The moral economy of the English crowd in the eighteenth century", in *Past and present*, num. 50, 1971, pp. 76-136.

GARIBAY Orozco, Claudio, (2008), *Comunalismos y liberalismos campesinos: identidad comunitaria, empresa social forestal y poder corporado en el México contemporáneo*, El Colegio de Michoacán, Zamora, Michoacán.

PLATTNER, Stuart, (coord.) (1991), *Antropología económica*, CONACULTA, México.