

Presentación del libro: 17 Agosto 2023. 12.00 hrs. en El Colegio de Jalisco

La revolución mezcalera.

Los destilados del agave y la invención del mezcal tradicional

Domingo García Garza

Edición de El Colegio de Michoacán. 2022

COMENTARIOS DEL DR. IGNACIO MEDINA NÚÑEZ

(Profesor investigador de El Colegio de Jalisco)

Email: nacho@coljal.edu.mx

Es notable y gratificante hablar de este producto académico de 10 años de investigación, con un extenso estado del arte sobre numerosos estudios que se han realizado sobre el maguey y el mezcal en particular, tal como aparece en el extenso apartado de una bibliografía de 41 páginas. El autor, el Dr. Domingo García, realizó además un extenso trabajo de campo con evidencias empíricas e históricas en diversas regiones del país, particularmente Oaxaca, San Luis Potosí, Puebla, Jalisco y Michoacán pero también en regiones de Francia, España, Inglaterra y Estados Unidos. Con todo ello, es claro que aquí podemos encontrar en este libro un sólido y sobresaliente trabajo de investigación, que merece ser leído y difundido ampliamente.

El autor señala que hay 4 versiones del mezcal:

- 1) El protomezcal existió en tiempo de la colonia, donde hubo una transculturalización europea, asiática y americana en los Siglos XVI y XVII. A partir de la destilación del vino del coco de Filipinas se produjo esta primera generación de mezcal, a partir de la savia de la planta de coco, que apareció en el siglo XVI y fue el primer destilado en Nueva España.
- 2) Ocurrió luego una diversificación de los mezcales en el siglo XVIII y XIX. Fue un aguardiente de agave mejorado con técnicas de los españoles que destilaban orujo con mostos de uva fermentada. Se popularizó en siglos XVII, XVIII y en el XIX con el nombre de vino mezcal. De hecho, el “vino mezcal de tequila” fue producto de la industrialización que comenzó a llamarse tequila en el siglo XIX, que se produce actualmente en Jalisco, Michoacán, Guanajuato, Nayarit y Tamaulipas.
- 3) En el siglo XX, el mezcal “abocado” es un aguardiente de color amarillento producido sobre todo en Oaxaca que incorporó un gusano en la botella.
- 4) Por último, el mezcal tradicional del siglo XXI combina tradición y modernidad, teniendo una relación a la matriz indígena pero perdiendo su identidad cultural al meterse al ámbito global. Se mejoró el proceso de destilación pero continuando en instalaciones rústicas, incidiendo en el mercado global a partir de 1994.

Este mezcal tradicional del siglo XXI es el objeto de este libro, el cual no es producto de la industrialización sino de la modernización que ha mejorado los procesos tradicionales. El autor tuvo contacto con los portadores de los originales saberes mezcaleros y con quienes han incorporado las técnicas y saberes científicos para revalorar los procesos artesanales.

Esta revolución del mezcal con inversionistas nacionales y extranjeros trastocó toda la organización social de la producción y expandió la cadena con la comercialización en ámbitos globales. La modernidad no destruyó la ancestralidad mezcalera sino que la ha preservado para mejorarla con la reinención de los procesos en el marco de la globalización. El agave se encuentra también en el sur de USA y llega hasta zonas de Colombia, pero los maestros mezcaleros afirman que el mezcal está ligado a su procedencia geográfica.

Estas son sus etapas de producción:

- 1) Cocer el agave
- 2) Triturar el agave cocido
- 3) Fermentar el agave triturado
- 4) Destilar el agave fermentado

Hay un mezcal industrializado y uno “tradicional”. El autor se enfoca en este último: un alcohol blanco, sin añejamiento, un grado de alcohol entre 45 y 55 GL (grados Guy Lussac) y cuyo proceso empezó en destilerías rústicas en Oaxaca, Michoacán, Jalisco y Guerrero, surgiendo como bebida artesanal hecha por campesinos en zonas rurales; pero luego de hecho la zona de denominación de origen del mezcal se ha ampliado a Guanajuato, Durango, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas¹.

Es en la última década del siglo XX cuando sucede la revolución mezcalera. En 1994 se creó la NOM para el mezcal, y en 1995 se adoptó la denominación de origen, muy en conexión con los lineamientos del Tratado de Libre Comercio (NAFTA), el aumento del turismo, especialmente en Oaxaca, que concentra el 80% de la producción. Este Estado en sí mismo ejemplificaba las características socioculturales de una tradición porque en la práctica se ha podido hablar de la “oaxacanización” del mezcal. Para mí es especialmente importante el capítulo 4 sobre las luchas por el poder tanto en el nivel de la Denominación de Origen como en la apropiación de territorios. En esto último, se puede ver cómo en el tequila se pasó de Jalisco a otros estados como Nayarit, Michoacán, Guanajuato e incluso Tamaulipas mientras que en el caso del mezcal se ha pasado de 5 Estados (Oaxaca, Guerrero, Durango, S.L.P. y Zacatecas) reconocidos en 1994 a 12 en 2020 (añadiendo Guanajuato, Tamaulipas, Michoacán, Puebla, Morelos, Edo. de México, Aguascalientes).

Para 2019, este mezcal se vende en el extranjero dos veces más que a nivel nacional, con lo cual los productores han tenido que ajustarse a normas internacionales como por ejemplo la necesidad de implementar las medidas sanitarias. Al producirse y comercializarse en grandes volúmenes se le ha despojado también de su simbolismo cultural. Ahora tomar el mezcal se convierte en un placer puro desligado de las condiciones sociales que lo hicieron posible, pero sobresale su consumo por la tendencia global a consumir productos artesanales y orgánicos. Una vez reconocido su consumo en ciudades como

¹ Según la Secretaría de Relaciones Exteriores, “En México, son ocho los estados productores de mezcal: Zacatecas, Durango, Guerrero, Michoacán, San Luis Potosí, Guanajuato, Tamaulipas y Oaxaca, todos ellos cuentan con la denominación de origen del producto” (<https://consulmex.sre.gob.mx/mcallen/images/stories/PDF/2016/spmezcal.pdf>)

New York, también en México empezó a sobresalir como el nuevo espirituoso nacional. En este sentido, el autor señala explícitamente que su objeto de estudio es este mezcal de cuarta generación: “la globalización convirtió al mezcal de cuarta generación en una tradición mexicana... El eje central de este libro es la invención del mezcal tradicional y la forma en que se reinventó su producción” (García G. D. 2022: pag. 25 y 26).

Es muy importante señalar esta diferencia entre industrialización y modernización. Porque este mezcal tradicional no se industrializó pero sí se modernizó: “Entiéndase por modernización el mejoramiento de la técnicas vernáculas de producción, gracias a recomendaciones basadas en la ciencia moderna que garantizan su inocuidad, lo que no significa ni su industrialización ni la generación de economías de escala. Así, no se reemplazaron las prácticas llamadas tradicionales de producción, éstas solo se modernizaron” (García G. D., 2022: pag. 26). Con ello, el autor retoma el concepto de Eric Hobsbawn de “invención de la tradición” definiéndolo como “una práctica validada por reglas y rituales simbólicos que buscan inculcar ciertos valores y normas, lo que implica (forzosamente) una continuidad con el pasado” (Idem), porque se trata de presentar ciertas expresiones culturales para valorizarlas económicamente en el mercado nacional y mundial. Acudiendo también a James Clifford, se trata de mostrar un “presente inventivo” revitalizando e idealizando elementos del pasado para aprovechar ciertas prácticas culturales locales en beneficio del comercio mundial e incluyéndolo en el concepto de la UNESCO de patrimonio cultural inmaterial. En realidad, con una afinidad al modelo neoliberal, se quiere legitimar la autenticidad del mezcal pero en función de un mayor valor comercial. El concepto de tradición incluida en este tipo de mezcal nos hace referencia a las costumbres y prácticas sociales heredadas del pasado (como en el caso de Oaxaca) y que tienen que ver con la autenticidad de la nación con el fin de revalorarlas cultural y comercialmente, aunque lo determinante ha sido la preeminencia de intereses económicos a nivel nacional y global.

No cabe duda que en todo este proceso, los productores artesanales obtienen un beneficio por el pago de algo del valor de su fuerza de trabajo pero la mayor cantidad de las ganancias va para los intermediarios y controladores en el mercado nacional y mundial.

El autor afirma que la revolución mezcalera es producto de tres factores: “una creciente demanda internacional de espirituosos de factura artesanal, la introducción de innovaciones por actores ajenos al sector y la etnificación de su representación” (García G. G., 2022: pag. 28). Y esto empezó a ocurrir en la última década del siglo XX cuando se modificaron las prácticas de producción (como por ejemplo la doble destilación) para adecuar el mezcal a las exigencias del comercio y consumo mundial. Se articularon entonces las prácticas productivas y el intento de construcción de una identidad ligada a la tradición.

El autor también hace referencia a la teoría de “las artes técnicas y turísticas” de Nelson Graburn, quien enfatiza la persistencia de las expresiones locales que han sido estimuladas por el turismo y la demanda de Occidente, que implicaban la voluntad política de un gobierno que quería establecer una imagen nacional positiva con el símbolo de tradiciones culturales propias con productos como el mezcal que se vieron impulsados por fuerzas económicas y comerciales; tanto el tequila como el mezcal se han querido presentar como “bebidas alcohólicas étnicas” y, de acuerdo a ello, han penetrado muy bien en el mercado

internacional; hay numerosos bares y restaurantes gourmets en París, Londres y Roma donde no falta un coctel con mezcal. Con ello, “el mezcal tradicional, entre otros bienes culturales, se ha integrado al flujo global de bienes, representaciones y prácticas que cruzan las fronteras nacionales” (Garza G.G, 2022: pag. 38).

Este producto se suele asociar a la cultura indígena en incluso a las cosmologías y culturas precolombinas, aunque en realidad sea producto del ámbito rural, ranchero y mestizo con origen en el período colonial porque no hay evidencia empírica de una destilación prehispánica. En realidad es la demanda internacional el elemento principal determinante de la producción de artesanías u objetos ligados a las expresiones populares locales porque les ha ofrecido una imagen de distinción, status, caché y prestigio y que se puede complementar con una identidad nacional deseada por los gobiernos para enaltecer un pasado glorioso. Y todo tiene el principal aliciente de ser un gran negocio comercial en el ámbito nacional y extranjero. Es decir, el repunte de muchas tradiciones locales y nacionales tienen que ver con la dinámica del capitalismo nacional y mundial, como sugiere Benedict Anderson.

En síntesis, el caso del mezcal articula de manera clara lo local y lo global, el revuelo de la cadena de mercancías en el sistema-mundo de Wallerstein. Los productores locales en realidad llegan a ser unos simples maquiladores, que son dueños de sus herramientas e instalaciones pero cuyo producto final está subordinado a los intermediarios y con una situación muy vulnerable ante el vaivén de los mercados extranjeros, en donde todo sigue expresando más bien una nueva forma de colonización económica. Inclusive hay marcas como Del Maguey que han sido vendidas a la transnacional Pernod-Ricard.

Este libro que contiene 326 páginas en hojas mayores a una tamaño carta muestra con mucho detalle, después de la introducción, lo que anuncia en los títulos de sus 4 capítulos:

- 1) El primer capítulo ¿QUÉ ES EL MEZCAL? Nos presenta una historia del mezcal desde el siglo XVI hasta el siglo XXI con su regulación y la forma como ha sido revalorado, gracias entre otras cosas a la promoción de los destilados de agave con el discurso de los “400 conejos”.
- 2) El capítulo II titulado LA MODERNIZACIÓN DE LA TRADICIÓN explica cómo se modificaron las prácticas de producción y se etnificaron las representaciones sociales del mezcal a partir de las visitas guiadas a las destilerías.
- 3) El capítulo III llamado LA MODERNIZACIÓN DE LA TRADICIÓN está dedicado a la forma en cómo la oaxacanización del mezcal se promocionó y penetró en el mercado norteamericano en el momento de su revolución coctelera.
- 4) El último capítulo LAS LUCHAS POR EL PODER está dedicado a la guerra por el agave con la lucha por el territorio y por el mercado con los enfrentamientos que tuvieron lugar en este proceso cuando surgió la fascinación por el agave y las bebidas derivadas.

Finalmente, el autor justifica su concepto de “revolución mezcalera” partiendo de la última década del siglo XX y que ha imperado en todo el siglo XXI, donde se mezcla la autenticidad y tradición con la modernización de los procesos de producción como un fenómeno binacional entre México y Estados Unidos. Ahí

se mezcla la idea de “un destilado prístino, impoluto y eterno cuyo origen se remitiría a una edad de oro sobre la cual se finca la formación del Estado mexicano moderno” (García G.G., 2022: pag. 241) con los nuevos procesos tecnológicos modernos que lo acoplan a las normas internacionales. Pero se trata en realidad de un mezcal de cuarta generación, teniendo en cuenta que ya había tres corrientes anteriores productoras. La preferencia internacional sobre los valores tradicionales de una cultura promovieron una creciente demanda del producto para insertarlo en el mercado global a partir de una destilación ancestral y simbólica de grupos étnicos originales. Y este auge se muestra especialmente desde la última década del siglo XX hasta nuestros días cuando México empezó a insertarse en la globalización con los tratados de libre comercio.

Una investigación sobre este tema de la revolución mezcalera es plenamente recomendable para su lectura y difusión y puede conseguirse directamente en El Colegio de Michoacán, México.