

TEQUILA: ORIGEN, ATRIBUTOS Y PATRIMONIO CULTURAL EN RIESGO

Bernardo Olmedo Carranza

Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM),
Edificio B, Planta baja D-014
Circuito Mario de la Cueva s/n, Ciudad de la Investigación en Humanidades
Ciudad Universitaria, Delegación Coyoacán
México, Distrito Federal, Código Postal 04510; bolmedo@unam.mx

Resumen. El tequila es una bebida alcohólica tradicional ligada a diversas manifestaciones culturales de la sociedad mexicana, y se ha convertido en un símbolo de la identidad mexicana. Pero sus orígenes, naturaleza y características únicas han cambiado a través de los años, desde su industrialización hasta la transnacionalización de esta agroindustria. El estudio del tequila arroja resultados a la vez interesantes e inquietantes cuando agregamos el concepto de “paisaje agavero” a la idea de un patrimonio cultural de la sociedad.

Palabras clave: Tequila, denominación de origen, Norma Oficial Mexicana, paisaje agavero, patrimonio cultural, transnacionalización

INTRODUCCIÓN

Los conocimientos ancestrales y los diversos productos en los que se plasman –tangibles e intangibles, materiales e inmateriales–, forman parte del patrimonio cultural de un pueblo, de una sociedad, de una nación e incluso de varias. Un tema cada vez más recurrente y de preocupación legítima para los pueblos originarios, es el la protección de esos conocimientos y saberes tradicionales y sus productos, que se vinculan a la historia y a la identidad sociocultural nacional, regional, aún local de las sociedades en todo el mundo.

Este tema ha adquirido cada vez mayor importancia y relevancia en la agenda económica, cultural, social, política y jurídica a nivel internacional, particularmente por los riesgos que corren esos conocimientos tradicionales, sobre todo aquellos de sociedades subdesarrolladas y de los pueblos más

desprotegidos –los originarios, particularmente los indígenas- que cuentan con una riqueza cultural en este sentido, y que corren el riesgo de desaparecer y/o de privatizarse.

Entre algunos de los elementos de análisis presentes en el estudio de estos temas encontramos aquellos que se asocian a conceptos como el de la denominación de origen (DO) –en su sentido de pertenencia y de territorialidad-, así como también a las llamadas normas oficiales vinculadas con las características técnicas específicas que definen ciertos atributos, sobre todo de calidad, de ciertos productos que forman parte de los conocimientos tradicionales, pero también asociados a atributos de otra naturaleza que permite identificarlos como patrimonio cultural, material e inmaterial de los pueblos.

En este sentido, el estudio del tequila arroja resultados por demás interesantes aunque igualmente inquietantes cuando al tema del patrimonio cultural de la sociedad, se vincula el concepto de paisaje (entorno) cultural como parte de ese patrimonio, más cuando esta agroindustria en México se ha estado transnacionalizando, y los conceptos sobre los que descansan sus atributos se han visto alterados y modificados, poniendo en riesgo su originalidad.

EL TEQUILA, PRODUCTO ÉTNICO Y DE LA NOSTALGIA

Por *productos de la nostalgia* se entienden aquellas mercancías, tangibles e intangibles, “que forman parte de los hábitos de consumo, cultura y tradición de los diferentes pueblos y naciones” (CEPAL 2003:4), partiendo de la idea de que en el caso de los grupos sociales migrantes que viajan al extranjero (nosotros agregaríamos que aún cuando migran dentro de un mismo país, aún dentro de una misma región con gran diversidad cultural), tienden a añorar ciertos productos que forman parte de su vida cotidiana, productos que muy difícilmente pueden procurarse en sus lugares de destino.

En el mismo estudio se señala que en el caso de los *productos étnicos* se trata de productos “asociados a un país, pero que en el exterior los consumen tanto los nacionales como otros grupos de población”, y que en este sentido, estos productos “han logrado penetrar en mercados de mayor dimensión”, aunque nosotros agregaríamos que ello se produce en una especie de difusión y divulgación de los productos con un contenido étnico muy pronunciado que es reconocido entre los extranjeros. En este sentido, cada país es conocido en el mundo por ciertos productos étnicos y/o de la nostalgia, de referencia: así los vinos, el coñac, los quesos y la gastronomía gala, por ejemplo, son referentes de Francia y los franceses, así como para México y los mexicanos son el tequila, los mariachis, los fuertes sabores de su gastronomía –hasta la cerveza marca *Corona*, que es un producto de la nostalgia pero no es un producto étnico.

En este orden de ideas, el caso de los productos étnicos, que remiten a la idea de productos autóctonos con un claro sentido de pertenencia nacional,

regional y local –en el sentido de estilos de vida transmitidos socialmente y que hacen referencia a cuestiones como raza y pueblo, y a otros elementos y características étnicas como peculiaridades religiosas y lingüísticas, el color de la piel, etcétera- (Gould y Kolb 1969:243), al carecer los migrantes de ellos, les impide o dificulta retroalimentar sus formas de consumir, sus costumbres y hábitos, sus tradiciones y sus formas de reproducción social que forman parte de su identidad histórica y cultural, nacional, regional y local –aún familiar-, de sus comunidades de origen (Olmedo 2006).

Por otro lado, lo virtuoso de estos productos –étnicos y de la nostalgia- es que muchos de ellos terminan siendo consumidos por los habitantes –nacionales y también otros migrantes de diverso origen-, de los lugares de destino de la migración mexicana, una característica que no es exclusiva de nuestros migrantes en el extranjero, sino de todos los pueblos migrantes del mundo.

EL TEQUILA, SÍMBOLO DE LA IDENTIDAD MEXICANA

Como sucede en prácticamente todos los pueblos, la alimentación y sus bebidas tienen como origen productos que forman parte de su base alimentaria ancestral y tradicional. En el caso de México, el tequila es una bebida etílica tradicional originaria de una región del país, y forma parte ya de la identidad sociocultural nacional, regional y local.

Es considerado un producto étnico y de la nostalgia (Olmedo Carranza 2006), pero además es, dadas sus características y atributos reconocidos a nivel nacional, un producto que ha devenido emblemático de México a nivel internacional, altamente apreciado en los mercados migrantes mexicanos y por los mismos extranjeros a nivel mundial. Se vincula a diversas manifestaciones culturales de la sociedad mexicana y se le ha conferido el atributo de símbolo de la identidad del mexicano.

Su elaboración se realiza a partir de una variedad particular de agave, a la que se conoce como *Tequilana Weber variedad azul*, que es una planta endémica del país. Elaborado originalmente mediante procesos artesanales desde los siglos XVII y XVIII (algunos ubican las primeras producciones rústicas de tequila desde el siglo XVI), ya en el siglo XIX se fabricó de forma industrial aunque manteniendo los procedimientos antiguos. Su nombre original no era tal, sino “vino mezcal”, posteriormente “vino de mezcal de Tequila” hasta derivar en sólo Tequila –nombre de uno de los cuatro municipios de origen-, como actualmente se le conoce.

No obstante, su origen, naturaleza y características únicas se han ido alterando. Aunque cuenta con una denominación de origen (DO) desde 1974 y una norma oficial mexicana (NOM) –norma de características y atributos de calidad- desde 1994, ello se ha ido modificando. La actividad exportadora y la forma de realizarla, llevada a cabo de manera creciente por empresas de capital extranjero

–empresas trasnacionales-, se ha convertido también en un mecanismo que ha generado alteraciones y prácticamente una adulteración de la bebida.

A lo anterior habría que agregar que en el año 2006 la UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) declaró Patrimonio Cultural de la Humanidad al llamado “paisaje agavero”, que comprende los extensos campos de cultivo, las antiguas instalaciones industriales, las destilerías, las haciendas y los poblados y sus tradiciones. En su origen era una agroindustria de capital familiar, nacional y local, establecida fundamentalmente en el estado de Jalisco de donde es originaria. A partir de los años 60 del siglo XX algunos fabricantes se asociaron a importantes capitales empresariales nacionales y extranjeros. La importancia del capital trasnacional en la industria tequilera mexicana deriva del hecho de que actualmente son propietarios de 9 de las 10 marcas más importantes por su calidad, precio, prestigio y antigüedad. La propiedad incluye desde la producción, envasado y distribución, hasta las marcas y, en buena medida, parte del “paisaje agavero”. Ello supone correr el riesgo de que esto se convierta en una forma de apropiación privada extranjera de este conocimiento y del patrimonio natural, histórico, cultural y tradicional de los mexicanos creadores del tequila, una apropiación que podría darse ante la indiferencia, desinterés y desprotección del gobierno mexicano. En este sentido es necesario proteger la propiedad natural y patrimonial que tienen nuestras sociedades sobre este tipo de mercancías, particularmente las de carácter étnico, cultural y emblemático.

Podría pensarse en que bastaría emitir la certificación de las denominaciones de origen y las normas oficiales nacionales correspondientes -supuestamente de validez universal-, además de legislar sobre ello en el país para evitar que, con el pretexto de la bondad de los llamados derechos de propiedad intelectual e industrial y de las patentes internacionales-preconizadas por los grandes intereses empresariales extranjeros-, se apropien de ese patrimonio cultural en toda su dimensión y en todas sus manifestaciones. Lo cierto es que a pesar de ello, la realidad es un tanto diferente, y hoy se tiene una bebida alterada tanto en su denominación de origen como en su norma técnica oficial, y con el riesgo de sufrir una apropiación privada extranjera de sus conocimientos tradicionales.

DENOMINACIÓN DE ORIGEN (DO)

En un estudio sobre las bebidas etílicas y las regiones en México (Contreras 2005:9–10), se señala que:

Las bebidas etílicas que consumimos en nuestro país [México], propias o adoptadas, destiladas o no, tienen profundas historias vitales. (...) son cosas cultural e históricamente reguladas. Son a la vez producto de los lugares donde se originan, identitarios de los mismos; no sobra decir que las bebidas son condensaciones culturales de tiempos y espacios. (...) Las cosas, como las personas, tienen sus propias biografías.

A propósito de ello y en este sentido, el tequila es un producto altamente vinculado a un territorio; de ahí se deriva el concepto mismo de denominación de origen (DO). Sin embargo, a pesar de su “territorialización” oriunda, ha experimentado una deslocalización y una extraterritorialidad que lo ha convertido no sólo en una bebida vinculada a su territorio original de producción, sino también a sus consiguientes ampliaciones territoriales (deslocalización).

Como otras bebidas mexicanas, el tequila posee un “anclaje” propio en su lugar de origen, en el que se ven incorporados desde el cultivo, pasando por la elaboración y su comercialización, hasta las personas que se encuentran vinculadas en cada proceso, “así como el significado que todo lo anterior tiene para la memoria colectiva.” (Contreras 2005:10). Esto fue tomado en consideración por la UNESCO para definir el llamado “paisaje agavero”, que se retomará más adelante.

Un primer elemento en el proceso de desnaturalización¹ y alteración de la originalidad y calidad del tequila es la cuestión del anclaje territorial nativo y las modificaciones que ha sufrido, y que se concreta en una DO que ya no expresa esa originalidad de una bebida con un territorialidad ubicada en solo cuatro municipios del estado de Jalisco –la bebida original toma el nombre de uno de ellos, Tequila, como ya hemos mencionado-.

El concepto de DO resulta de una disposición generada por la Unión para la Protección de la Propiedad Industrial (UPPI), organismo que tuvo su origen en París el 20 de marzo de 1883 (Luna Zamora 2005:29–30). En 1958, en el Acuerdo de Lisboa (Portugal) se definió a la DO como “la denominación geográfica de un país, de una región, o de una localidad que sirviera para designar un producto de ella originario y cuyas cualidades o características fueran debidas exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendiendo los factores naturales y los factores humanos” (Luna Zamora 2005:30).²

Aún cuando México participó y suscribió los acuerdos de Lisboa de 1958, su gobierno no realizó las gestiones necesarias para dar lugar al reconocimiento de origen del tequila en ese momento, dado que para entonces el gobierno mexicano no había delimitado todavía la territorialidad de la producción de la materia prima utilizada para la destilación del tequila, es decir, el agave de la variedad denominada *azul Tequilana Weber*. A partir de 1974 se cuenta con ella, pero en la reunión de Lisboa, en donde se definieron las condiciones requeridas para la obtención de la DO a partir de una región específica, la UPPI no pudo reconocer internacionalmente la DO para el tequila.

¹ Entendida como la manera en que la bebida original ha sufrido alteraciones en su carácter natural y original, tanto respecto de su lugar de origen (denominación de origen, DO) como de su composición química original (norma oficial); es la manera de alterar y hasta despojar a una mercancía cultural y étnica de sus atributos y características naturales originales.

² Luna Zamora hace referencia en esta definición al trabajo de José Luis Muría 1990. *El tequila. Boceto histórico de una industria*. U de G, México.

En 1978 se realizó el registro internacional del Tequila ante la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). En 1997 se negoció la protección en la Unión Europea (UE) mediante el Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea sobre el Reconocimiento Mutuo y la Protección a las Denominaciones en el Sector de las Bebidas Espirituosas de 1997. Y en 1994 el Tequila es reconocido como bebida distintiva de México en el TLCAN (anexo 313 del Tratado de 1994) (CRT 2014).

Es decir, aún cuando el Tequila no tiene un reconocimiento en tal sentido (la Denominación de Origen del Tequila –DOT- a partir de una región específica), el gobierno mexicano ha realizado negociaciones al respecto en el caso de sus diversos tratados de libre comercio con diversas regiones y con varios países, así como con la misma Organización Mundial de Comercio (OMC) para lograr el reconocimiento de origen del tequila como producto exclusivo mexicano, aunque no su territorialidad original nacional. Este no reconocimiento generalizado de la DO del tequila ha propiciado que se produzca “tequila” en otras regiones del mundo.³

Sin embargo, hay quienes declaran que la DO es un concepto que difícilmente puede sostenerse si se apela a otros criterios como son las diversidades climáticas, de suelo, de orografía existentes en una misma región que pueda detentar la DO, y a ello se agrega la cuestión del envasado, comercialización y venta del tequila, lo que va en demérito de la calidad natural y original de la bebida, en este proceso de deslocalización, desnaturalización y alteración del tequila.

NORMA OFICIAL MEXICANA (NOM)

Aún sosteniéndose la validez de la DO –misma que ha sufrido hasta tres modificaciones en México (1977, 1999 y 2000) y que reconoce hoy como Territorios de Denominación de Origen (TDO) a 181 municipios de 5 entidades federativas (Guanajuato, Michoacán, Nayarit, Tamaulipas y Jalisco)- queda en entredicho la calidad del tequila por un elemento adicional que va a influir en el proceso de desnaturalización del tequila, elemento que dará pie a otros factores que abonarán en ese proceso de distorsión. Hablamos de la Norma Oficial Mexicana, un concepto que se encuentra fuertemente vinculado, por un lado, con el poder de las grandes empresas productoras de tequila y, por otro, con las presiones ejercidas por las empresas trasnacionales que se han asociado o que hoy son

³ Negociaciones diversas del gobierno de México que han incluido la protección y reconocimiento del Tequila como Denominación de Origen Mexicana: Acuerdo de Asociación Económica con Japón; TLC-G3 Colombia – México; TLC entre México e Israel; TLC México – Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala, Honduras); TLC México – Uruguay; TLC México – Chile (CRT 2014). También con China se negoció esta protección en 2013.

propietarias de las empresas productoras de tequila de diverso tamaño, a las que se han asociado o bien absorbido.

De acuerdo con la NOM oficial de 1949 –hay antecedentes de solicitud de una norma oficial mexicana para el tequila desde 1943–, se reconocía como tequila al licor obtenido en proporción de 100 por ciento de la destilación de los jugos de agave *Tequilana Weber azul*. (Luna Zamora 2005:22) Esta era la forma en que se expresaba la calidad natural y original del tequila. Sin embargo, esta norma técnica fue sufriendo modificaciones –prácticas adulteraciones– en función de los intereses económicos de los empresarios productores y de la abundancia o escasez de la materia prima, sin que el Estado hiciera algo por evitarlo y/o planificarlo y resolverlo. Éste ha sido un segundo elemento en el proceso de desnaturalización del tequila, al lado de la cuestión de la DO. A la norma oficial de 1949 se sucedieron otras modificaciones, dando pie a que la calidad del tequila se viera en constante proceso de alteración. Si en 1949 la NOM señalaba que solo podía denominarse tequila a la bebida 100 por ciento derivada del destilado de jugos de agave en la variedad de agave que he venido mencionando –llamada “calidad plena”–, hoy se permite una alteración, de hecho una adulteración, al grado de considerarse actualmente como tal (tequila) a la bebida que contiene hasta 51 por ciento de alcoholes del agave mencionado y hasta 49 ciento de otros azúcares, de acuerdo con la actual norma mexicana de 2012 (NOM-006-SCFI-2012). (CRT 2014)

PATRIMONIO CULTURAL Y RIESGOS DE APROPIACIÓN PRIVADA DE LA RIQUEZA HISTÓRICA Y CULTURAL

Hay dos factores adicionales que han influido en el proceso de desnaturalización del tequila: a) la extranjerización de las principales empresas productoras y las exportaciones a granel (sin envasado de origen), b) la creación del Consejo Regulador del Tequila (CRT) en 1994.

Por ser un producto cultural y étnico, y a la vez constituirse como producto emblemático de México, el tequila ha generado una demanda creciente en los últimos años, sobre todo a nivel internacional. De 2008 a 2013 la producción nacional de tequila en todas sus clases ha descendido, lo mismo que el consumo interno. Pero desde hace varios años, las exportaciones no han dejado de crecer, a costa del consumo nacional, debido quizá a una elevación sostenida de su precio interno. En la actualidad, poco más del 75 por ciento de la producción nacional de tequila es exportada y se vende a alrededor de 120 países, destacando una diversificación de su mercado internacional (CRT 2014: Estadísticas).

Sin embargo, dado el carácter étnico de la bebida y en función de la importancia del mercado migrante mexicano que se ha generado en América del Norte, especialmente en los Estados Unidos donde la población de origen mexicano representa cerca del 75 por ciento del mercado hispano o latino en ese país

—más de 30 millones de personas, o lo que es lo mismo aproximadamente el 30 por ciento de la población total actual de México—, más del 75 por ciento de las exportaciones actuales de tequila tienen como destino el mercado de los Estados Unidos, y el resto se diluye en más de un centenar de países a los que se exporta la bebida. En el caso de Polonia, sus importaciones de tequila son aún muy bajas, aunque en los últimos 5 años casi se duplicaron en volumen; no obstante, representan apenas el 0.5 por ciento de las importaciones de tequila que realiza Alemania, que es actualmente el mayor importador europeo de esta bebida (CRT 2014). No obstante, no todo el tequila que se exporta es 100 por ciento de agave. De acuerdo con las diversas modificaciones sufridas por la norma oficial mexicana, la calidad del tequila se ha ido alterando con el tiempo. Mucho de ello se ha debido, sobre todo, a la presión de las empresas productoras de tequila, en un proceso que se ha visto caracterizado por la presencia cada vez más importante de empresas transnacionales como inversionistas y propietarios.

El proceso de transnacionalización de la agroindustria tequilera se inició desde la segunda mitad de los años sesenta del siglo XX (Luna Zamora 2002:cap. 7), y han jugado un papel importante en el proceso de desnaturalización del tequila. Se han convertido en los propietarios de las principales empresas y de las marcas más importantes, y su presencia creciente ha jugado, sin lugar a dudas, un papel destacado en el llamado Consejo Regulador del Tequila, A.C. (CRT) cuya gerencia y dirección se encuentra prácticamente en manos de empresarios. El CRT tiene como fin “promover la cultura y la calidad de esta bebida que se ha ganado un lugar importante entre los símbolos de identidad nacional”; es el organismo que, con el fin de asegurar la calidad, está acreditado como Unidad de Verificación y como Organismo de Certificación, contando con la aprobación de la Dirección General de Normas (DGN) —la misma que define la Norma Oficial Mexicana— de la Secretaría de Economía.

Así, lo que debiera ser una responsabilidad directa del Estado mexicano, la ha delegado a los empresarios con los atributos que se mencionan, siendo las empresas transnacionales propietarias y/o asociadas de las principales empresas productoras de tequila. En los años 70 del siglo XX, dos de las principales empresas tequileras de México estaban en manos de empresas transnacionales (*Sauza*, entonces en manos del consorcio *Domecq* y actualmente en manos de otra empresa extranjera, y *Casa Cuervo* en las de *Hublein Co.*), y eran responsables del 40 por ciento de la producción total de tequila y las dos principales exportadoras de esta bebida.

Para el año 2002, en un proceso de asociaciones y de absorción con empresas productoras medianas y pequeñas, las transnacionales ya eran responsables de más de la mitad de la producción total de tequila, proporción que disminuyó un poco con la recompra de *Cuervo* por capitales nacionales (Luna Zamora 2005:36), pero que pronto fue equilibrada con el continuo proceso de compra de otras empresas productoras importantes, como fue el caso de la venta de la casa productora del *Tequila Herradura* (comprada por *Brown-Forman*), una de las de

mayor calidad y prestigio, operación realizada en la década pasada. Parecía ser que ya *Cuervo* había realizado negociaciones para ceder su marca a la transnacional *Diageo* en 2012. Sin embargo, las negociaciones se rompieron y *Cuervo* continúa en manos mexicanas (familia Beckman).

De las exportaciones totales de tequila, actualmente alrededor del 37 por ciento es tequila 100 por ciento de agave en todas sus categorías -blanco, joven, reposado, añejo, extra añejo y reservas especiales-, y de acuerdo con las estadísticas del CRT, si bien la proporción exportada a granel ha disminuido y el envasado se ha incrementado, dentro del envasado se ha incrementado el que no es 100 por ciento de agave (CRT 2014:Estadísticas), es decir, han crecido las exportaciones de tequila alterado. Ya hace más de un lustro se decía que alrededor del 90 por ciento del tequila exportado no contaba con el aval del llamado “envasado de origen”, que sería uno de los requisitos que garantizarían la “denominación de origen”. Es decir, es tequila exportado a granel, no embotellado de origen. Así, ese producto es embotellado en los lugares de destino sobre todo por empresas extranjeras, particularmente del mercado de los Estados Unidos, destino de poco más del 75 por ciento de las exportaciones de tequila –una cantidad mayor al consumo total del mercado interno mexicano-, de modo que en ese sentido no se le incorpora ningún valor agregado en el país a estas exportaciones. Por el contrario, según estudios realizados al respecto (Luna 2005:35–36), el tequila exportado a granel se vende a 55° GL para ser rebajado a 38° GL –e incluso hasta 35° GL- para su consumo final, lo que significa que el tequila se desnaturaliza todavía más en esa forma de venta. De modo que resulta difícil que las “autoridades mexicanas” –haciendo referencia al CRT- tengan forma de tener un control sobre la calidad de este “tequila” vendido en esta modalidad, pues se sabe que la bebida se vende también a granel a restaurantes y bares en los Estados Unidos para preparar bebidas combinadas y cocteles, una manera de disfrazar la alteración del tequila.

A todo lo anterior se agrega un elemento adicional. Hace casi 8 años –el 27 de agosto de 2006-, el denominado *paisaje agavero* que, como ya adelantamos, incluye las antiguas instalaciones industriales del tequila, las haciendas originarias de esta agroindustria y lugares donde se ubicaban las instalaciones industriales, los mismos campos de cultivo, así como los asentamientos poblacionales en los municipios y comunidades del estado de Jalisco –origen del tequila-, fueron incluidos y registrados en la lista del patrimonio cultural mundial de la UNESCO. El *paisaje agavero* cuenta con un valor histórico y cultural, y abarca varios municipios jaliscienses –Amatitlán, Arenal, Tequila y Teuchitlán-, lugares verdaderamente originarios del tequila donde se ubican las antiguas instalaciones industriales, campos de cultivo, destilerías, haciendas y poblados, “ejemplo de asentamientos humanos tradicionales en el mundo”, como lo señala la UNESCO.⁴

⁴ Cfr. *Excélsior*, “Puede llevar el nombre, sólo si tiene sangre azul”, México, 29-VIII-2006, p. 2. Sin embargo, en nuestra opinión, el *paisaje agavero* real es todavía más extenso y

Las empresas trasnacionales (que por medio de transacciones mercantiles de compra-venta y/o asociación- se han hecho propietarias no sólo de las empresas ya existentes, sus marcas, sus diseños, además de sus activos –tangibles e intangibles-, así como de su mercado cautivo), son ahora propietarias, en buena medida, de parte importante de ese *paisaje agavero*, que es conocimiento, cultura, tradición, factor étnico de la sociedad y de las comunidades originarias del tequila y, por extensión de México, debido al carácter emblemático de la bebida considerada bebida nacional

CONCLUSIONES

Lo planteado en estas breves líneas nos remite a la necesidad de realizar una estricta regulación por parte del gobierno mexicano para rescatar los orígenes territoriales y las condiciones de calidad del tequila, y enfrentar el riesgo que significaría la eventual transnacionalización del paisaje agavero que es patrimonio cultural de los creadores del tequila y de la nación mexicana. El tequila, por ser una bebida destilada que se produce a partir de un agave que madura hasta los 7 u 8 años de su plantación, presenta por ello serias limitaciones y dificultades para su producción, lo que no sucede con otro tipo de bebidas etílicas producidas a partir de cultivos cuyo ciclo de producción se da una o más veces por año. Éste ha sido un argumento de los fabricantes y de los cultivadores de la planta para extender la denominación de origen, pues de otra manera no habría capacidad para incrementar la producción y el inventario del agave tequilero, y menos aún para elevar la producción de tequila. Sin embargo, esto no debiera ser tampoco un argumento llevado al extremo para modificar la norma oficial técnica e inventarse un tequila adulterado, pues con ello se da pie a que cualquier empresario, en cualquier país del mundo, fabrique su propio tequila –como ha sucedido por años- y se beneficie de algo que es propio del beneficio de los pueblos originarios del tequila mexicano. Lo preocupante, sin embargo, es la práctica ausencia de una política nacional en ese sentido -trátese del tequila o de otros productos étnicos mexicanos-, lo que pone en gran riesgo los conocimientos tradicionales, que son riqueza social y patrimonio cultural e identitario mexicano.

amplio de lo que la UNESCO certifica actualmente como tal, pues a esto se deberían agregar elementos tales como los procesos de cultivo de la materia prima, los procesos ancestrales y artesanales de elaboración del tequila, las marcas –algunas de ellas centenarias-, los diseños de los envases que en muchos casos son verdaderas joyas artesanales, la gastronomía que utiliza al tequila como insumo, y un sinfín de manifestaciones culturales diversas íntimamente vinculadas a la bebida (mariachis, música, charrería, vestido, películas, iconografía...).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CEPAL, 2003. *Pequeñas empresas, productos étnicos y de nostalgia: oportunidades en el mercado internacional. Los casos de El Salvador y México*, CEPAL LC/MEX/L.589, 26 de diciembre, México.
- Consejo Regulador del Tequila (CRT), 2014. México <http://www.crt.org.mx> (access: 23.03.2014).
- Contreras Delgado, C., 2005. "Introducción", en: *Bebidas y regiones. Historia e impacto de la cultura etílica en México*, Contreras Delgado, C. y Ortega Ridauro, I. (Coords.), México, pp. 9–19.
- Contreras Delgado, C. y Ortega Ridauro, I. (Coords.), 2005. *Bebidas y regiones. Historia e impacto de la cultura etílica en México*. UAAAN/UAY/CCANL/PyV Ed. 1ª ed., México.
- Gould, J. y Kolb, W. L., 1969. *A Dictionary of the Social Sciences*, The Free Press, New York.
- Luna Zamora, R., 2002. *La historia del tequila, de sus regiones y sus hombres*, CNCA, México.
- Luna Zamora, R., 2005: "Disyuntivas del patrimonio del tequila en la era neoliberal", en: *Bebidas y regiones. Historia e impacto de la cultura etílica en México*, Contreras Delgado, C., Ortega Ridauro, I. (Coords.), México, pp. 21–38.
- Olmedo Carranza, B., 2006. "Mercados étnicos y de la nostalgia, pequeñas empresas e identidad cultural", X Congreso SOLAR, La Habana.

TEQUILA: ORIGIN, ATTRIBUTES AND THREATENED CULTURAL HERITAGE

Summary. Tequila is a traditional alcoholic beverage linked to different cultural manifestations of Mexican society, and it has become a symbol of Mexican's identity. But its origin, nature and unique characteristics have changed over the years, from its industrialization until the transnationalization of this agribusiness. The study of tequila gives rise to results that are both interesting and disquieting when we add the concept of "agave landscape" to the idea of a society's cultural heritage.

Keywords: Tequila, appellation of origin, Oficial Mexican Norm, agave landscape, cultural heritage, transnationalization

