

# Estudios Sociales

Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional

Volumen 36, Número 67. Enero – Junio de 2026  
Revista Electrónica. ISSN: 2395-9169

---

Ensayo

Gastronomía y valorización de los espirituosos de agave campesinos.  
Una aproximación social, económica y cultural

Gastronomy and valorization of peasant agave spirits.  
A social, economic, and cultural approach

DOI: <https://doi.org/10.24836/es.v36i67.1746>  
e261746

Ana Luisa Posadas-Bejarano\*  
<https://orcid.org/0009-0000-1230-0439>  
[aposadasb002@alumno.uaemex.mx](mailto:aposadasb002@alumno.uaemex.mx)

Humberto Thomé-Ortíz  
<https://orcid.org/0000-0002-6714-3490>  
[hthomeo@uaemex.mx](mailto:hthomeo@uaemex.mx)

Fecha de recepción: 18 de diciembre de 2025.

Fecha de aceptación: 25 de mayo de 2026.

\*Universidad Autónoma del Estado de México  
Autor para correspondencia: Humberto Thomé-Ortíz

---

Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C.  
Hermosillo, Sonora, México.



# Gastronomía y valorización de los espirituosos de agave campesinos. Una aproximación social, económica y cultural

Posadas-Bejarano, Thomé-Ortiz

---

## Resumen

**Objetivo:** Analizar las articulaciones culturales, sociales y económicas implicadas en los procesos de patrimonialización de los espirituosos campesinos de agave, con especial atención al papel que puede jugar la gastronomía como mediadora en la resignificación de estas bebidas identitarias. **Planteamiento:** Los espirituosos de agave atraviesan cambios relevantes asociados a su valorización patrimonial, en los cuales la gastronomía emerge como campo de relación entre producción y consumo. Sin embargo, la relación entre gastronomía y espirituosos de agave es compleja, ambivalente y polisémica, evidenciando una articulación insuficiente en las estrategias de valorización patrimonial que ponderen tanto su dimensión simbólica como económica. Esta área de oportunidad devela tensiones entre la mercantilización de las bebidas y su reconocimiento como bienes culturales de resistencia campesina. **Abordaje metodológico:** El ensayo se conformó a partir de una descripción densa y cualitativa, orientada a comprender los contextos multifacéticos que configuran los procesos de valorización de los espirituosos de agave. Mediante un análisis interpretativo de prácticas discursivas y socioculturales, se exploraron las interrelaciones entre producción, consumo y significados culturales en contextos gastronómicos que trascienden enfoques reduccionistas. **Conclusiones:**

La gastronomía puede fungir como intermediaria cultural clave en la valorización patrimonial de los espirituosos campesinos de agave, siempre que su papel se articule a un proyecto más amplio que contemple la identidad cultural y el bienestar compartido en los territorios productores.

**Palabras clave:** alimentación contemporánea, representaciones culturales, alimentos, espirituosos, cadena de valor, intermediario cultural.

## Abstract

**Objective:** To analyze the cultural, social, and economic links involved in the heritage preservation processes of peasant agave spirits, paying special attention to the role that gastronomy can play in reinterpreting these identity-defining beverages. **Problem statement:** Agave spirits are undergoing significant changes related to their heritage value. In this context, gastronomy emerges as a relationship between production and consumption. However, the relationship between gastronomy and agave spirits is complex, ambivalent, and polysemous. This reveals an insufficient articulation in heritage valorization strategies that consider both the symbolic and economic dimensions of the beverages. This area of opportunity reveals tensions between the commodification of beverages and their recognition as cultural assets of peasant resistance. **Methodological Approach:** This essay is based on a detailed qualitative description aimed at understanding the multifaceted contexts that shape the valorization processes of agave spirits. Through an interpretive analysis of discursive and sociocultural practices, this essay explores the interrelationships between production, consumption, and cultural meanings in gastronomic contexts that transcend reductionist approaches. **Conclusions:** Gastronomy can promote the cultural heritage of peasant agave spirits if it is part of a broader project that considers cultural identity and shared well-being in producing regions.

**Keywords:** Contemporary food, cultural representations, food, spirits, value chain, cultural intermediary.

## Introducción

Los procesos de producción y consumo de los destilados campesinos de agave se encuentran en una encrucijada. Por un lado, han sido objeto de una creciente valorización patrimonial como bienes culturales y símbolos identitarios; por otro, están siendo apropiados por dinámicas de mercantilización global que tienden a homogeneizar saberes, técnicas y territorios. El auge de la gastronomía como herramienta de desarrollo ha situado a estas bebidas en el centro de las estrategias de patrimonialización que, en apariencia, buscan protegerlas. Sin embargo, dichas estrategias suelen reproducir asimetrías de poder y exclusión, priorizando a actores industriales y comercializadores por encima de los productores rurales y campesinos.

A pesar de que existe una amplia literatura sobre la patrimonialización de bebidas tradicionales, son escasos los análisis que examinan críticamente la forma en la que la gastronomía opera simultáneamente como mecanismo de valorización cultural y como dispositivo de inserción en mercados globales, generando, así, tensiones entre reconocimiento territorial, apropiación económica y justicia social. Resulta pertinente problematizar los efectos de estas dinámicas sobre los destilados campesinos de agave y las comunidades rurales que los producen. En estos términos, la patrimonialización no constituye únicamente un proceso de protección cultural, sino también una forma de creación social de valor que redefine las relaciones entre bienes, territorios y actores sociales (Linck, 2011).

Este ensayo busca problematizar las formas de valorización de los destilados de agave en el marco de los mercados globales. Se parte de la premisa de que la gastronomía, entendida como dispositivo cultural, puede operar tanto como un mecanismo de resistencia y reconocimiento de las identidades locales, como un vector de mercantilización que elitiza y despoja del recurso a sus depositarios originales.

A partir de un hilo argumental basado en investigación documental y evidencias empíricas recuperadas en las comunidades productoras de mezcal, se analiza la tensión entre valorización patrimonial y mercantilización, con el fin de plantear un horizonte crítico: aquel

en el que los destilados campesinos de agave no sean meramente mercancías de lujo, sino bienes culturales vivos capaces de sostener la vida comunitaria y dialogar de manera justa con los mercados globales. De esta manera, el objetivo del ensayo es analizar críticamente el papel de la gastronomía en los procesos de valorización patrimonial y mercantilización de los destilados campesinos de agave, destacando sus implicaciones territoriales, culturales, económicas y sociales.

Para alcanzar el objetivo, el ensayo se estructura en cuatro apartados. En el primero se examinan los antecedentes históricos, culturales y simbólicos de los espirituosos de agave y se destacan su inserción en las prácticas alimentarias y los procesos de construcción identitaria. En segundo apartado, se analiza la relación entre gastronomía, sociedad y patrimonio, poniendo énfasis en los factores que contribuyen a la valorización cultural de los destilados campesinos de agave. En el tercer apartado se discuten diversas estrategias de valorización patrimonial, incluyendo aspectos relacionados con la autenticidad, la experiencia gastronómica, la sostenibilidad y la promoción territorial. En el apartado cuatro se abordan las dimensiones económicas asociadas a estos productos y el papel de los intermediarios culturales como agentes que articulan los vínculos entre productores, consumidores y mercados. El texto concluye con una reflexión crítica sobre las posibilidades y límites de la gastronomía como mecanismo de valorización de los espirituosos campesinos de agave en contextos de creciente mercantilización global.

### *Antecedentes y planteamiento*

Las bebidas espirituosas son aquellas bebidas alcohólicas obtenidas de la destilación de productos agrícolas con, al menos, un 15 % de volumen alcohólico (FEBE, 2025). Previo a su destilación, las bebidas tuvieron una base fermentada que, posteriormente, fue sometida a procesos de destilación continua o discontinua (artesanal). La destilación es un proceso muy antiguo, del que presumiblemente las culturas china, india y griega tenían conocimiento con fines medicinales y después, cosméticos (Cockx, Meloni y Swinnen, 2021). La destilación también ha sido atribuida a los árabes, pero paradójicamente sus leyes religiosas no permiten el contacto con la sustancia puesto que se considera *haram* (prohibido).

El origen de la palabra “espirituoso” data de la Edad Media, época en la que estas bebidas fueron identificadas y preparadas con base en hierbas, frutos y raíces, para tratar diversas afecciones o enfermedades, pues se tenía la creencia de que, tras la sanación, el enfermo

recuperaba el espíritu con ayuda de estas bebidas. Igualmente, se atribuye a su naturaleza gaseosa de algunas de ellas como muestra de su espíritu o esencia (Toribio, 2021). La palabra espirituoso se asocia con la esencia de un alimento, lo que le aporta identidad, la sustancia viva encontrada en su naturaleza más profunda, su carácter frutal, floral o herbal. Simbólicamente, el método de destilación se atribuye a la alquimia como un proceso para obtener elixires, a través de la separación de agua, compuestos aromáticos y sustancias volátiles, que contienen lo esencial de un producto, a través de evaporación y condensación.

No obstante, más allá de sus dimensiones técnicas, históricas y culturales, las bebidas espirituosas son concebidas como objetos de valorización económica y cultural cada vez más disputados. En el caso de los destilados campesinos de agave, esta situación plantea una tensión entre los procesos que reconocen su identidad territorial y aquellos que los incorporan a circuitos globales de consumo, desvinculándolos con frecuencia de las comunidades que les dieron origen. Por tal motivo, resulta pertinente preguntarse de qué manera la gastronomía participa en la construcción de valor de estos productos y cuáles son las implicaciones sociales, culturales y territoriales derivadas de dicho proceso.

### *Espirituosos de agave en México*

La historia de los espirituosos mexicanos se encuentra envuelta en una bruma de múltiples interpretaciones inacabadas que no permiten obtener conocimientos concluyentes respecto al origen certero de la destilación. Autores como Machuca (2018) y Sánchez (2023) han desarrollado investigaciones sobre el origen de la destilación del agave, lo cual ha conducido a tres principales hipótesis. La primera, refiere que los antiguos mexicanos ya sabían destilar; lo hacían con la utilización de ollas de barro, de acuerdo con prácticas agrícolas de los nahoas, habitantes del desierto del norte de México, quienes además destilaban otros granos y plantas (Sánchez, 2023), además en esta investigación se hace referencia a una descripción contenida en Historia de las cosas de la Nueva España, sobre las exploraciones de reconocimiento que hizo Cortés en el Valle de México donde ya se mencionaba al mezcal (Sánchez, 2023).

Esta hipótesis, sin embargo, debe ser estudiada en mayor profundidad puesto que no se cuenta con evidencias en códices que hagan referencia al mezcal como bebida ceremonial o cotidiana. No se ha encontrado mención alguna acerca de rituales, días específicos en los calendarios festivos o agrícolas y no hay evidencia de la existencia de alguna deidad consagrada a la bebida. En el México colonial, a las bebidas destiladas se les llamaba vino, mezcal,

chiringuito o aguardiente, solo los españoles llegaban a nombrar espirituosos a las bebidas con alto grado alcohólico (Machuca, 2018). Durante el virreinato, las grandes rutas comerciales como las que transitaban la Nao de China y el Galeón de Manila contaban con gran tradición en la destilación, ya que desde el siglo XIII, producían bebidas de arroz y otros ingredientes (Machuca, 2018).

La simplicidad del destilador asiático permitió adaptarlo a los recursos disponibles en la región, al mismo tiempo que el uso extendido del mosto de maguey entre la población indígena, aportaron las bases para desarrollar los espirituosos de agave. Los saberes asiáticos sobre destilación se diseminaron rápidamente entre la población local y se difundieron en todos los puntos cardinales de la Nueva España, lo que dio pie a una gran variedad de bebidas regionales.

Una tercera hipótesis señala que la destilación en México es una herencia de la cultura española; es esta una de las mayormente aceptadas, puesto que los europeos a su llegada al actual territorio mexicano transmitieron conocimientos, técnicas, patrones culturales y creencias religiosas a la población indígena. Dentro de la transmisión de saberes, se encuentran los relacionados con la destilación, heredada por los árabes durante su ocupación en Andalucía.

### *Gastronomía y valorización del patrimonio agroalimentario*

Para dimensionar el valor de la gastronomía como herramienta de valorización de los recursos agroalimentarios, es necesario comprender su significado desde distintos puntos de vista. Etimológicamente, la palabra gastronomía proviene del griego *γαστρονομία* que significa el arte de preparar una buena comida, cuya ambivalencia dificulta la definición del concepto.

De acuerdo con Gillespie y Cousins (2001) la gastronomía es un cúmulo de factores entrelazados con el consumo alimentos y bebidas, preparados dentro de una localidad, región o nación y que se dividen en cuatro secciones: práctica, teórica, técnica y alimentaria, sin aportar una definición integradora. Mientras que Rojas, Rendón, Felipe y Cuffia (2020) refieren que estudiar desde el lenguaje de las personas la forma en la que se genera el concepto de gastronomía puede contribuir a su consolidación a través de un marco conceptual. De tal manera que la gastronomía es un componente social, ligado a la cultura, a los métodos, técnicas e ingredientes inherentes a grupos sociales específicos y es un factor central de la vida misma.

En este orden de ideas, los procesos de valorización ocurren en las esferas individual y colectiva, material y simbólica, atravesadas por las coordenadas histórica, de clase y psicológica, respectivamente. La valorización se constituye en una forma social de

configuración del gusto con amplias connotaciones axiológicas (Corraliza, 2000).

Geertz (2003) afirma que la valorización es un proceso que eleva la percepción de un bien, servicio, producto o recurso, a través de acciones específicas en un contexto cultural definido. La gastronomía ha mostrado evidencia de ser un mecanismo de “enriquecimiento” de los productos primarios, del saber hacer y del paisaje (Boltansky y Esquerre, 2017).

### *Vinculación entre gastronomía y espirituosos campesinos de agave*

La articulación entre bebidas y alimentos va estrechamente relacionada con la complejización de las sociedades y con el intercambio dinámico entre personas, productos y territorios. Aspecto que abre paso a la construcción social del gusto; es este un elemento constitutivo de la cultura. Las prácticas de combinación de alimentos y bebidas se ven asociadas a intercambios comerciales, factores culturales y hedónicos; es ello el punto de partida para lo que, hoy en día, conocemos como maridaje (Arellano, Varela, Escalona, Gómez y Galmarini, 2024). Actualmente, existe una robusta base teórica sobre las combinaciones entre compuestos químicos, aromas, sabores de alimentos y bebidas. Entre las que destaca el *Food Pairing* o emparejamiento de alimentos, basado en la hipótesis de que los alimentos que comparten compuestos saporíferos que tienden a saber mejor al combinarlos.

Desde la óptica de este ensayo, en las combinaciones entre alimentos y bebidas cabría un justo medio entre el *Food Pairing* y las perspectivas culturalistas. Lo anterior se trata de una composición histórico-social que se desarrolla a la luz de las características intrínsecas de los alimentos y las preferencias culturales de cada comunidad que dictan cómo y con qué consumir alimentos y bebidas (Pérez, 2007). Hoy en día, tales combinaciones son un componente esencial del discurso gastronómico en el ámbito de los sectores restaurantero y turístico que se orientan fuertemente por la oferta de experiencias (Aguayo, Jiménez y Castro, 2019).

A lo anterior, hay que sumar el marcado abigarramiento de ciertas culturas gastronómicas como es el caso de la mexicana, cuyas combinaciones entre alimentos y bebidas resultan infinitas. En el caso de la interfaz enogastronómica es posible advertir, también, la superposición de épocas históricas que van desde el nomadismo hasta las sociedades de consumo (Rieff, 1998), donde se ha conferido un gran número de significados a esta relación entre comida y bebida. La tecnología culinaria ha jugado un papel preponderante en la interfaz entre bebidas alcohólicas y alimentos, partiendo del proceso de fermentación como primer paso

para perfilar las bebidas espirituosas (Blandino, Al-Aseeri, Pandiella, Canetra y Webb, 2003; Ojeda et al., 2021) cuyas características inscriben, a los actores sociales que las consumen, en estamentos de clase, etnia, historicidad y espacialidad.

Las bebidas fermentadas son las precursoras de los espirituosos patrimoniales de México. En el caso de los destilados de agave, se contaba con una base sólida de conocimiento sobre las bebidas fermentadas, lo cual permitió la fácil asimilación y dispersión de los procesos de destilación. Los espirituosos se elaboraban en regiones alejadas de las comunidades, debido a la prohibición legal de su producción y a la persecución de los destiladores.

Cabe señalar que el cultivo de maguey, en pequeña escala, posee una naturaleza sistémica íntimamente relacionada a la milpa, en una sinergia colaborativa que posibilita patrones identitarios de cocina tradicional (Flores, Orozco, Sánchez, et al., 2022). Las comunidades productoras de espirituosos de agave han configurado sus propias combinaciones entre los destilados y los alimentos locales en función de los ciclos naturales y los calendarios religiosos, donde el rol de la mujer rural es central para la construcción social del gusto, en esta interfaz etílico-culinaria. De manera general se puede apuntar que los alimentos se centran en sus funciones fisiológicas: en las mañanas solo un poco de té (infusiones herbales), para el medio día frijoles, tortillas, salsa, un guisado tal vez con un poco de proteína animal, para la merienda, tortillas, atole o infusiones. Durante el día los destilados son consumidos antes o después de la comida.

En ocasiones, el espirituoso de agave es adicionado a preparaciones culinarias, de la misma forma en que las partes de la planta sirven para elaborar tortillas (Flores et al., 2022) y tortitas de flor de maguey. El *xitē* (película que cubre a la penca de maguey) se usa en la elaboración de mixiotes; también se obtiene aguamiel, gusanos, flores, tallos y pulque (Hernández, García, Ybarra y Colinas, 2020). El excedente de espirituosos de maguey sirve como mecanismo de ahorro y como bien de intercambio para obtener otros alimentos, herramientas y/o artículos básicos (Flores et al., 2022). Los espirituosos de agave poseen un papel ritual y ceremonial, en combinación con diversos platillos de la misma jerarquía. Ello le confiere una función social de comensalidad, cohesión comunitaria, prestigio, integración y sentido de pertenencia (Della-Costa, 2020; Porciani, 2022 Zamorska, 2015). El sincretismo cultural y religioso, característico del pueblo mexicano, ha convertido a estas bebidas y comidas en elementos constitutivos de la identidad (Martínez, 2004).

Las festividades comunitarias rurales (Centurión, Espinosa, Baeza y García, 2021), suelen clasificarse en dos grandes grupos: (i) festividades religiosas (fiestas patronales, agradecimiento de lluvias, Todos los Santos, Fieles Difuntos, Navidad, Triduo Pascual) y (ii) civiles (Presentación, Primera Comuni3n, bodas, cumpleaños), (Centuri3n, et al., 2021), en casi todas ellas se combinan alimentos y destilados de agave, con algunas variaciones a lo largo del pa3s. Algunos ejemplos de ello son la combinaci3n de mezcal, mole y tamales como agradecimiento a San Isidro Labrador y la bendici3n de la tierra en la Sierra Sur de Oaxaca (Barriga y Camacho, 2021), el mezcal criollo acompa3ado con chayotes, calabaza, jitomate, chile y tortilla, en El Zapote, Malinalco, Estado de M3xico (Posadas, 2019). En Tabasco, los altares de muertos incluyen el pibipollo (tamal cocido bajo tierra), frijol en puerco y diversos guisos, frecuentemente acompa3ados de alg3n destilado tradicional (Centuri3n et al., 2021; Garza, 2015). Lo se3alado pone en evidencia que el v3nculo entre espirituosos campesinos y comensalidad es ineludible a la luz de los paradigmas interpretativos provistos por las cocinas tradicionales, particularmente, en aquellas comunidades donde los destilados de agave son parte esencial de la vida cotidiana, social y religiosa.

## **A**abordaje metodol3gico

El presente ensayo se sustenta en un enfoque sociol3gico de corte cualitativo, cuyo alcance es descriptivo y anal3tico, orientado a comprender los procesos de patrimonializaci3n de los espirituosos campesinos de agave, cuya producci3n persiste en diversas comunidades rurales de M3xico. La investigaci3n utiliz3 la t3cnica descriptiva para interpretar la complejidad de los procesos de patrimonializaci3n de los destilados, as3 como las tensiones que emergen entre la mercantilizaci3n global y la reivindicaci3n identitaria de los mezcales campesinos. Se abordaron las dimensiones social, econ3mica y cultural, con lo que es posible penetrar en la complejidad de tales bebidas y reconceptualizarlas como elementos fundamentales de pertenencia social.

Las t3cnicas de recolecci3n de informaci3n utilizadas fueron la investigaci3n documental y las evidencias de campo, se incorporaon datos de informantes clave de los municipios de Tonatico y Malinalco, Estado de M3xico. Las fuentes documentales incluyeron literatura acad3mica especializada, documentos normativos, informes t3cnicos y materiales relacionados con los procesos de valorizaci3n y patrimonializaci3n de los destilados de agave. Las evidencias

empíricas se integraron a partir de testimonios y observaciones obtenidas en contextos de producción y consumo de mezcal.

Para ello se llevaron a efecto entrevistas, observaciones y diversas conversaciones informales, que fueron esenciales para la armazón argumental de este manuscrito. Los informantes fueron seleccionados mediante un criterio intencional en el que se privilegiaron actores con experiencia directa en la producción, comercialización o promoción cultural del mezcal campesino. El trabajo de campo se desarrolló de manera intermitente durante distintos momentos de la investigación, con ello se permitió contrastar la información documental con experiencias y narrativas locales.

Toda la información presentada se organizó alrededor de la interfaz ético-gastronómica, que se desarrolla en torno a la producción y consumo de los mezcales campesinos, en conjunto con la cadena de valor en la que se articulan factores societarios, simbólicos y materiales. El análisis se realizó mediante una estrategia interpretativa orientada a identificar convergencias, tensiones y contradicciones entre los procesos de valorización patrimonial, las dinámicas de mercado y las formas locales de apropiación cultural, las cuales constituyen el eje argumental del ensayo.

## **D**esarrollo

Las representaciones culturales incluyen las prácticas, valores y símbolos que ordenan la cotidianeidad de una comunidad o grupo de personas, considerando a la cultura como dispositivo adaptativo vivo y en constante transformación. Las representaciones sociales son fundamentales para el fortalecimiento de la identidad y la cohesión social (Miles y Gibson, 2016; Silva y Bennett, 2004). A su vez, una de las formas en la que la cultura se expresa con mayor contundencia es a través de la alimentación, cuyos saberes y prácticas son transmitidos por la experiencia y la repetición (Regev, 2024; Napadysta, 2021).

En el Estado de México, existen numerosas celebraciones que aluden a las representaciones culturales vinculadas a los alimentos y las bebidas. En Día de Muertos, los altares se adornan con flores, pan, mole, tamales de diversas formas, además de destilados de agave, ron, pulque, atole y todo lo que le gustaba al difunto que se quiere recordar. Otra festividad muy importante es la fiesta de San Isidro Labrador el 15 de mayo, durante la cual, se llevan semillas y plantas de agave para llevarlas a bendecir con la intención de implorar lluvia,

buena cosecha y buen sustento, además de que el maguey crezca sano para dar buen mezcal (Juan Manuel Olivares comunicación personal, 16 de mayo, 2025).

Se hace referencia también a que durante las fiestas patronales en los municipios de Zumpahuacán y Tonatico, se realiza venta de mezcal y alimentos provenientes de las comunidades. En San Gaspar, Zumpahuacán, persiste la producción bajo el sistema milpa, en cuyo modelo de asociación alimentaria juegan un papel fundamental el pulque y los destilados de agave. En diversas comunidades de Sultepec y Almoloya de Alquisiras, municipios productores de espirituosos de agave, existen alimentos y comidas asociadas al mezcal, tanto en la vida cotidiana como en el ámbito de las celebraciones. En el Municipio de El Zapote, Malinalco, el maíz, frijol, calabaza y agave tienen una estrecha relación con el autoconsumo, mientras que la producción de espirituosos de agave durante la época de secas sirve para complementar el gasto familiar y durante la época de lluvias se siembra la milpa (Juan Manuel Olivares comunicación personal, 16 de mayo, 2025).

Para las celebraciones civiles, el mezcal se encuentra desde el inicio de la vida de una persona, cuando se le lleva a bautizar al templo, en la comida se reparte el destilado acompañando de tamales, mole, cocido de res, cordero o pollo. De forma cotidiana, entre las labores del campo y la convivencia, no falta el “Si tú vas a la tienda y vas a una jornada de trabajo, pues no falta el compadre que te diga: ‘No, pues vamos a echarnos uno’. Pero por lo regular aquí dicen, vamos a echarnos un mezcalito, ‘Vamos a echarnos un mezcal o vamos a echarnos un pegue...” (Aguñaga, 2021, p. 31).

#### *Alimentos y espirituosos desde la óptica de la familia productora*

La articulación entre alimentos y bebidas ha dado lugar a un prisma complejo en el que, además de sus funciones fisiológicas, también les confiere una dimensión estética, ritual y simbólica. Ratcliffe, Weston y Martin (2019) mencionan que “la comida como un bien sagrado o simbólico” (p. 89), es un elemento constructor de identidad, transmitido intergeneracionalmente, atravesando las dimensiones individual y colectiva (Harris, 1998; Lupton, 1994; Mintz y Du Bois, 2002; Ratcliffe, Weston y Martin, 2019; Thomson y Hassenkamp, 2008).

Cada comunidad otorga diferentes significados a los alimentos y a las bebidas de acuerdo con las funciones que se pretenden alcanzar dentro de los dispositivos culturales en los que se producen y consumen, a partir de su capacidad de construir comunidad en un espacio limítrofe

entre lo sagrado y lo profano (Fox, 2003; Kniazeva y Venkatesh, 2007). Los orígenes preclaros que Okri (2016) atribuye a los alimentos apuntan a una profunda relación biocultural e interespecies, que siempre ha existido como matriz de reproducción de la vida. Sin embargo, los correlatos de esta relación frecuentemente adoptan posiciones teopanteístas y místicas sobre los alimentos y bebidas. “Dado que la comida proviene de los elementos, del universo, posee algo sagrado. Por eso, las culturas antiguas asocian la comida con los dioses. La comida posee algo semidivino. Nos aporta riquezas más allá de la tierra. Comer es nutrirse del universo, de la luz solar captada y de la alquimia de los elementos” (Okri, 2016, p. 1035).

En El Platanar, Malinalco, Estado de México, el espirituoso de agave “se toma con mango verde, ciruela verde, trago y trozo de fruta, marinado de carne, mezcal a la barbacoa, para la tos con cuescomate color negro, se combina con copiosas comidas: Maracuyá, tamarindo, aperitivos antes de comer, con mucho hielo, helado, es muy provechosa la comida, más para el calor, para dar agua y comida al cuerpo” (Gilberto Peñaloza comunicación personal, 17 de mayo, 2025).

De acuerdo con lo anterior, es posible afirmar que las bebidas espirituosas no solo cumplen con una función lúdica o dionisiaca, sino que abrigan funciones rituales y terapéuticas que expresan una profunda relación entre el ser humano y la naturaleza, en la construcción del buen vivir de las personas. Las funciones sociales, rituales y simbólicas constituyen la base sobre la cual la gastronomía participa en la valorización de los destilados campesinos de agave. Ciertamente, al integrar estas bebidas en prácticas alimentarias, festividades y formas de convivencia, la gastronomía contribuye a reconocerlas como expresiones patrimoniales vinculadas a territorios, memorias e identidades colectivas.

### *Factores sociales para valorar la gastronomía y espirituosos de agave*

La gastronomía es algo que no puede separarse de la dimensión social, puesto que es un elemento constitutivo de la cultura. Por tanto, los componentes de su dimensión social deben ser enunciados e identificados. La gastronomía entonces es un código cultural, un medio para que un grupo elija cómo identificarse, por medio de los alimentos que produce, intercambia, cocina y combina (Ermolaev, 2023; Hegarty y O'mahony, 1999; Ramírez, Santana y Fernández, 2020; Rojas et al., 2021; Ueda y Poulain, 2021). A su vez, la interacción social, vista desde la comensalidad, plantea que el consumo de alimentos es un acto gregario, con fuertes connotaciones políticas y comunicativas. Las prácticas alimentarias son el reflejo de los grupos

sociales a los que se pertenecen y es una de las acciones más poderosas para el desarrollo de la identidad. En ese sentido, vale la pena resaltar el valor colectivo y social de la gastronomía, cuyo punto de partida primigenio son las estructuras familiares (Ermolaev, 2023; Ramírez et al., 2020 Ueda y Poulain, 2021).

La gastronomía refleja valores hedónicos y atributos sensoriales que atraviesan las dimensiones individual y colectiva; abren paso a la valoración sensorial y la construcción social del gusto, lo que se traduce en que es la propia sociedad la que genera los valores estéticos y los paradigmas socioculturales para percibirlos (Hegarty y O'mahony, 1999; Ramírez et al., 2020 Rojas et al., 2021; Ueda y Poulain, 2021). La construcción social del gusto también constituye un espacio de disputa simbólica en torno a los destilados de agave, donde categorías como autenticidad, tradición y calidad son permanentemente negociadas entre productores, intermediarios y consumidores (Fernández y Carrano, 2023).

La configuración de los destilados de agave campesinos adopta una forma de trama, es decir, que la mayoría de sus atributos y características, se desarrollan en el marco de interacciones sociales, económicas, culturales, políticas y ecológicas, de orden interdependiente. Las articulaciones entre cultura, sostenibilidad y territorio develan procesos coevolutivos y de adaptación en la interfaz biocultural a la que los sujetos se adaptan, a través de la repetición sistemática de acciones y visiones, calificadas como tradición (Balderas et al., 2025).

La identidad cultural es el elemento vinculante entre sociedad y gastronomía. Al respecto Kusch (citado en Pérez, 2003) menciona que la identidad es un fenómeno predominantemente cultural, que incluye su manera de comer, su forma de pensar, sus costumbres, su religión y su lengua. La identidad se construye desde el interior de los grupos sociales y no la imposición de patrones culturales externos, aunque es indudable que las interconexiones entre culturas hoy en día son más complejas debido a los procesos de globalización. Las culturas alimentarias, incluidas sus bebidas patrimoniales, son marcadores de identidad y pertenencia, al mismo tiempo que develan las condiciones naturales del entorno.

La articulación entre lo material y lo inmaterial es lo que convierte a los alimentos y bebidas en objetos culturales complejos, difíciles de conceptualizar, gestionar y proteger, máxime cuando ellos se insertan en el contexto de los mercados globales, que coexisten con modelos de producción campesina, familiar y en pequeña escala. Los sistemas agroalimentarios localizados, como aquellos que articulan la producción de los destilados de agave inciden en la

organización de los grupos sociales. Con ello se despliegan jerarquías, relaciones de poder y estereotipos de acuerdo con los roles de trabajo establecidos por edad, sexo o estatus socioeconómico. Los modelos agroalimentarios son configuraciones socio-territoriales conformadas por condicionantes históricas, culturales, económicas, geográficas y políticas. De ello deriva el concepto de “gusto alimentario” que es un fenómeno de carácter plenamente social.

La incorporación de los sujetos en los sistemas productivos agroalimentarios son interiorizadas desde las primeras etapas de vida; son formas aceptadas de socialización, reguladas por matices lúdicos, dialógicos y pedagógicos. La incorporación en la producción de destilados de agave acontece en el marco de las fiestas comunitarias, pero siempre atendiendo a criterios específicos de edad y género, estableciendo cánones de comportamiento a través de la tradición y la historia de cada territorio (Curiel, 2019; Miles y Gibson, 2016).

Finalmente, es posible afirmar que la educación es una herramienta de articulación entre gastronomía y sociedad. Si bien la educación gastronómica se puede simplificar a la transmisión de conocimientos culinarios, teóricos o prácticos, formales o informales, es verdadero que se trata de una pedagogía mucho más profunda, que intenta situar al sujeto en el mundo, permitiéndole adquirir herramientas para integrarse en la trama de la vida.

La gastronomía es una suerte de campo transdisciplinario (Reyes, Guerra y Quintero, 2017), que incluye un diálogo permanente entre conocimientos institucionalizados y saberes empíricos, en el plano de un proceso evolutivo de naturaleza histórica. En esta misma línea, Balderas et al. (2025) sostienen que la gastronomía debe entenderse como una plataforma de articulación entre sociedad, sostenibilidad y territorio, capaz de generar nuevas formas de valoración de los alimentos más allá de su dimensión económica. Esta perspectiva resulta particularmente útil para comprender los destilados campesinos de agave como expresiones bioculturales cuya relevancia depende de las relaciones que establecen entre comunidades, paisajes y prácticas alimentarias.

Las cocinas tradicionales son ejemplos coloridos de ello, puesto que su umbral de acceso implica involucrarse en prácticas derivadas de la observación, pero, a menudo, para su comprensión social más amplia se requiere de paradigmas interpretativos nutridos por disciplinas científicas y humanistas.

En estos términos, la gastronomía no solo constituye un espacio de reproducción cultural, sino también un mecanismo de creación de valor para los destilados campesinos de agave. Su

capacidad para articular identidad, conocimiento local, comensalidad y pertenencia territorial explica por qué estos productos trascienden su condición de mercancías y adquieren un estatus patrimonial.

### *Estrategias para la valorización del patrimonio agroalimentario*

Partiendo del principio de que la preservación del patrimonio constitutivo de los destilados de agave depende de estrategias de valorización, es necesario identificarlas y discutir las en el contexto agroalimentario contemporáneo. A partir de una lectura vigente de las herramientas de valorización desplegadas en el contexto de los destilados de agave es posible mencionar las siguientes: (i) la evaluación de la calidad y creatividad culinaria, (ii) autenticidad y atributos del alimento, (iii) la experiencia del consumidor, (iv) sostenibilidad, (v) promoción local y (vi) medición de la percepción e impacto gastronómico. A continuación, se abordan en detalle cada una de ellas.

La evaluación de la calidad y la creatividad culinaria se refiere a ampliar la comprensión de los parámetros cualitativos de un producto específico, aspecto que rebasa la simple satisfacción de una necesidad fisiológica, sino que incorpora la capacidad total de descubrir atributos tangibles e intangibles de un recurso agroalimentario, integrando aspectos sobre calidad estandarizada y calidad diferenciada de los alimentos (Basilea, 2023). La creatividad ha generado un parteaguas en términos de la percepción de calidad en el mercado actual de la gastronomía mundial. Las características intrínsecas de los alimentos, el servicio, los establecimientos y el montaje, por citar unos ejemplos, han contribuido notablemente a transitar de una visión centrada en productos a una nueva orientada a los territorios, a la experiencia y la memorabilidad.

En la misma línea de la valorización se encuentra la identificación de autenticidad y atributos de los destilados, tomando en cuenta la participación de actores locales, la tradición de los sistemas productivos y los métodos de producción de cada territorio productor (Morales, 2023). De acuerdo con Morales (2023), el 70 % de los consumidores de productos con calidad diferenciada prefieren marcadores de diferenciación étnica en los productos consumidos, motivo por el cual la amplia variedad de destilados de agave de México debe ser entendida y valorizada en sus contextos de producción y consumo particulares. Ello implica un delicado trabajo que oscila entre la preservación de la autenticidad y la apertura gradual a mercados más

dinámicos, como precondition para la reproducción social y económica de las unidades de producción.

Otro aspecto importante para valorizar los destilados de agave es atender la experiencia del consumidor, entender sus necesidades y crear nuevas, proveer los medios adecuados para superar cualquier expectativa. En este sentido, es fundamental establecer vinculaciones emocionales entre producción y consumo (Alfaro, 2011) confirmando un lugar secundario al precio, en la medida en que los productos cuentan con propuestas de valor ancladas a su calidad diferenciada. Entender a los consumidores de destilados de agave auténticos, implica implementar relaciones de lealtad y a largo plazo, así como contar con información relevante para desarrollar estrategias y condiciones de comercialización.

Finalmente, una estrategia de sostenibilidad y promoción local es fundamental para valorizar los destilados de agave en la medida en que el medio físico, geográfico, natural y su vínculo con la cocina local, aportan elementos para la diferenciación de los productos. Hoy en día es difícil pensar la viabilidad de un producto si este no viene en clave de sostenibilidad multidimensional es decir que este refleje relaciones de equilibrio con el ambiente, el bienestar económico de las personas y el respeto a las culturas locales.

La experiencia internacional demuestra que la valorización gastronómica de los productos agroalimentarios patrimoniales puede contribuir al desarrollo territorial cuando se articula con mecanismos de gobernanza local y apropiación comunitaria. Giamporcaro, Sgorri, Baviera-Puig y Modica (2025), al analizar el caso de la alcachofa de Cerda en Sicilia, documentan cómo el patrimonio alimentario puede transformarse en un recurso estratégico para fortalecer la identidad territorial, dinamizar economías rurales y consolidar procesos de desarrollo local.

Para alcanzar el objetivo anterior, no se puede pensar a los destilados de agave como entidades aisladas sino como componentes de un entramado territorial, dentro del marco de un cosmos, una praxis y un corpus de los pueblos que los producen. De acuerdo con Calvache, Potosí y Nieto (2023) el desarrollo responsable de productos agroalimentarios esta alineado con cadenas de valor que impactan positivamente en los productos, las personas y los territorios, aspecto que nos orienta respecto a la interdependencia entre las tres dimensiones de la sustentabilidad.

El paradigma de sustentabilidad para los destilados de agave tiene una escala necesariamente local, partiendo del principio de que los eslabones agrícolas, de destilación, envasado y comercialización se articulan mediante lógicas de proximidad, reduciendo también

las externalidades negativas que producen los circuitos remotos de comercialización. En otro sentido, los circuitos cortos, asociados a los destilados de agave permiten pensar en modelos de economía circular y de preservación de la biodiversidad local (Landa, 2020).

La sostenibilidad adquiere centralidad para la valorización gastronómica de los destilados de agave, al fortalecer los vínculos entre producto, territorio y comunidad. De tal suerte que la gastronomía opera como un vehículo que permite comunicar y hacer visibles los atributos ambientales, culturales y sociales que difícilmente serían reconocidos mediante enfoques centrados exclusivamente en el mercado.

*Aspectos económicos que integran a la gastronomía en la valorización de los espirituosos de agave*

El sector gastronómico es un fuerte motor de desarrollo económico en el contexto de las sociedades postindustriales y con él se abre un espacio de oportunidad para los productos diferenciados como los destilados de agave patrimoniales. A ello, se debe añadir el papel que los espirituosos de agave juegan en la configuración de las economías familiares, particularmente importante bajo las dinámicas de la racionalidad económica campesina.

El mercado de los destilados de agave ha crecido y se ha complejizado en los últimos años; resulta especialmente interesante el caso de los destilados patrimoniales, entre los que podríamos encontrar categorías como ancestrales, auténticos, campesinos y/o artesanales, cuya tasa de crecimiento anual prevista es del 14.2 % a 2034 (Agaves Pro, 2024). Es posible observar que la autenticidad que reviste a estos productos es un activo económico potente que opera mediante una lógica de diferenciación. De acuerdo con lo anterior, es fundamental considerar la relevancia de los destilados de agave en la sostenibilidad económica de las comunidades, apuntando a su capacidad para generar medios de subsistencia y medios para el emprendimiento social, con impactos positivos para las familias productoras (Mejía y Giomar, 2020).

*El papel del intermediario cultural en la instrumentación de los circuitos cortos de comercialización para los destilados de agave patrimoniales*

El concepto de cadena de valor invoca al conjunto de actores territoriales que se relacionan alrededor de un producto específico, con la finalidad de crear, agregar o aumentar su valor de la producción al consumo (Acosta, Piñones y Tartanac, 2006; Peña, Alemán y Rodríguez, 2008). La presencia de cadenas de valor hace más sencillas las alianzas entre actores territoriales

y vuelve eficiente el uso de los recursos y confiriéndole un peso significativo a la difusión y comercialización del producto (Porter, 1985), con lo que se puede inferir la importancia del intermediario, como un ente especializado en acercar el producto a su consumidor final. De esta manera, el intermediario cultural, es un actor ligado a realidades previas a la ampliación de la esfera cultural, ubicado en situaciones de mediación entre la realidad de dos culturas y encargado de la negociación intercultural (Moguillansky, 2008).

En el caso de los intermediarios culturales, asociados a los destilados de agave destaca su papel como divulgadores de la cultura de los espirituosos, a través de acciones de socialización y en su papel como embajadores de productos claramente anclados a un origen geográfico. El intermediario cultural es un gestor que mantiene cercanía con el productor, trasladando productos de calidad, experiencias y conocimientos, de manera segura, al consumidor final. Este actor social aprende, cuida y protege los conocimientos compartidos por el productor, los estructura y de manera sencilla los difunde específicamente a públicos más amplios, con el fin de que el producto tradicional, pueda ser valorado en función de su historia, cultura y origen territorial, para ser comprendido y consumido mediante intercambios justos. El intermediario cultural es un gestor del patrimonio que puede jugar un papel destacado en el acortamiento de la cadena de distribución.

La cadena de los destilados de agave está compuesta por cuatro eslabones: (i) la producción agrícola del agave, (ii) la elaboración del mezcal, (iii) la comercialización y (iv) el consumo. El intermediario cultural debe ser capaz de transmitir de manera eficiente el contenido de cada uno de estos eslabones, con la finalidad de que el consumidor no se limite a ingerir una bebida, sino que tenga la posibilidad de adentrarse tan profundamente como lo desee en el intrincado mundo de las bebidas patrimoniales.

El transitar de la lógica de consumo de productos a la de adopción de patrones de culturas territoriales permite construir articulaciones sólidas entre productores y consumidores, incrementado beneficios económicos y de calidad en ambos sentidos. La articulación triádica entre productor- intermediario cultural- consumidor final, siempre y cuando este regida por principios éticos y de responsabilidad social, permite expandir la capacidad de valorar los productos locales. El intermediario cultural esgrime un sinnúmero de estrategias como la comercialización altamente personalizada y especializada en bebidas no comerciales, la acción articulada a la experiencia espirituoso-gastronómica, la conducción de procesos de apreciación

y educación sensorial y el turismo agroalimentario, por citar algunos de los ejemplos más significativos.

Los intermediarios culturales desempeñan un papel fundamental en los procesos contemporáneos de valorización de los destilados campesinos de agave, ya que traducen y comunican los significados gastronómicos, culturales y territoriales asociados a estas bebidas. Dicha función permite que la gastronomía funcione como un puente entre las comunidades productoras y los consumidores, favoreciendo formas de reconocimiento que pueden contribuir tanto a la preservación patrimonial como a la valorización económica.

## Conclusiones

El análisis aquí realizado permite afirmar que los espirituosos campesinos de agave constituyen mucho más que una bebida o un producto con potencial económico: representan la cristalización histórica de un conocimiento sistémico, biocultural y comunitario cuya vigencia es inseparable de los territorios, las familias y los rituales que les dan sentido. La gastronomía, entendida no como industria ni como disciplina tecnocrática, sino como dispositivo cultural de mediación e interpretación, emerge en este ensayo como una vía privilegiada para proteger a los espirituosos patrimoniales, en tensión permanente con la lógica del mercado global.

La revisión de los procesos de valorización permite advertir que la incorporación del discurso gastronómico en los destilados de agave no garantiza por sí sola la protección cultural; al contrario, puede devenir en una herramienta de sofisticación estética, descontextualización comercial y apropiación simbólica si no se ancla en la agencia comunitaria, la justicia cognitiva y la redistribución del valor. En este sentido, el aporte central de este ensayo reside en replantear la gastronomía como puente sociocultural y político, capaz de habilitar cadenas de valor éticas, de proximidad, diferenciadas y sustentadas en el reconocimiento de las y los maestros mezcaleros como actores epistémicos y no solo productivos.

Asimismo, la propuesta de comprender el papel del intermediario cultural como un agente ético, didáctico y territorial amplía el marco conceptual con el cual suelen analizarse los eslabones de la cadena productiva, introduciendo dimensiones poco exploradas como la pedagogía sensorial, la legitimidad cultural y la responsabilidad sobre la traducción simbólica de los saberes campesinos hacia mercados emergentes. Sin embargo, y a pesar de los avances

aquí discutidos, persisten importantes áreas de oportunidad para la investigación futura. Entre ellas destacan:

1. Profundizar en estudios etnográficos comparados sobre los diferentes modelos de destilación campesina y sus articulaciones culinarias.
2. Desarrollar métricas de valorización cultural y sensorial no colonizantes, que no reduzcan la autenticidad a parámetros organolépticos industrializados.
3. Explorar metodologías participativas y de coautoría donde los productores no sean solo informantes, sino coinvestigadores y codiseñadores de la reflexión académica.
4. Analizar los efectos socioecológicos de la patrimonialización, incluyendo escenarios de sobreexplotación, monocultivos y extractivismo turístico.
5. Indagar sobre los procesos de transmisión generacional del gusto y del saber-hacer ante un contexto de migración, digitalización y abandono de la agricultura.

Finalmente, este ensayo invita a pensar que el futuro de los espirituosos campesinos de agave dependerá no de su éxito comercial, sino de su capacidad para seguir siendo socialmente necesarios, culturalmente significativos y ecológicamente viables.

## Referencias bibliográficas

- Acosta, L., Piñones, S. y Tartanac, F. (2006). *Agrocadenas de Valor y Alianzas Productivas: Herramientas de apoyo a la agricultura familiar en el contexto de la globalización*. Recuperado de [https://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/ags/publications/Business\\_partnerships\\_es.pdf](https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/ags/publications/Business_partnerships_es.pdf)
- Agaves Pro. (2024). *El negocio de las bebidas espirituosas. Dinámica actual del mercado de Agave*. Recuperado de [https://agaves.pro/creciente-demanda-de-bebidas-premium-destiladas-a-base-de-agave-impulsa-el-mercado-de-mezcal-a-una-tasa-de-crecimiento-anual-compuesta-del-14-2-hasta-2034/#:~:text=%20Grupo%20AFRA.%20\\*%20El%20festival%20Copita.%20\\*%20Carrera%20'Agave%20Somos%20en%20Caltepec%2C%20Puebla](https://agaves.pro/creciente-demanda-de-bebidas-premium-destiladas-a-base-de-agave-impulsa-el-mercado-de-mezcal-a-una-tasa-de-crecimiento-anual-compuesta-del-14-2-hasta-2034/#:~:text=%20Grupo%20AFRA.%20*%20El%20festival%20Copita.%20*%20Carrera%20'Agave%20Somos%20en%20Caltepec%2C%20Puebla)
- Aguñaga, A. (2021). *Centro de Estudios del Maguey y el Mezcal. Diplomado en Agaves y Mezcales de México, hacia una promoción culturalmente responsable*. (No publicado).
- Alfaro, E. (2011). Gestión de la experiencia del cliente (parte II): el abc de dirigir la experiencia del cliente. *MK: Marketing más ventas*, (266), 16-25. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3424513>
- Arellano, A., Varela, P., Escalona, H., Gómez, C. y Galmarini, M. (2024). Explorando el matrimonio de alimentos y bebidas desde un mapeo proyectivo transcultural. *Investigación alimentaria internacional*, 189, 114515, doi <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2024.114515>
- Balderas, A., Iruretagoyena, M., Alonso, L., Church, M., Izquierdo, L., Hill, I. y Larson, K. (2025). Gastronomy and Beyond: A collaborative initiative for rethinking food's role in society, sustainability, and territory. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 39, 101118, doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101118>

- Barriga, V., Camacho, I. (2021). *Manual de experiencia cultural y sensorial del mezcal cuishe de San Dionisio Ocotepéc y Espadín de San Isidro Tapanala, comercializados por la marca recomendada por 24, 25*. (No publicado).
- Basilea, N. (2023). Evaluación de la competitividad de destinos gastronómicos mediante la gastronomía de alta gama. *Sostenibilidad, volumen 15*(14), doi: <https://doi.org/10.3390/su151411157>
- Blandino, A., Al-Aseeri, M. E., Pandiella, S. S. Canetra, D. y Webb, C. (2003) Alimentos y bebidas fermentados a base de cereales. *Food Research International*, 36, 527-543, doi: [https://doi.org/10.1016/S0963-9969\(03\)00009-7](https://doi.org/10.1016/S0963-9969(03)00009-7)
- Boltansky, L. y Esquerre, A. (2017). *Enrichment: A critique of commodities*. París: Polity Press.
- Calvache, M., Potosí, S. y Nieto, G. (2023). *Residuos aprovechables de la agrocadena del cacao: una revisión con enfoque a la sostenibilidad gastronómica*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/MabelCalvache/publication/376077980\\_Residuos\\_aprovechables\\_de\\_la\\_agrocadena\\_del\\_cacao\\_Una\\_revisión\\_con\\_enfoque\\_a\\_la\\_sostenibilidad\\_gastronomica\\_Residuos\\_aprovechables\\_de\\_la\\_agrocadena\\_del\\_cacao\\_Una\\_revisión\\_con\\_enfoque\\_a\\_la\\_sostenibilidad\\_gastronomica/links/6569062bb1398a779dc7f46d/Residuos-aprovechables-de-la-agrocadena-del-cacao-Una-revisión-con-enfoque-a-la-sostenibilidad-gastronomica-Residuos-aprovechables-de-la-agrocadena-del-cacao-Una-revisión-con-enfoque-a-la-sostenibilidad-gastronomica.pdf](https://www.researchgate.net/profile/MabelCalvache/publication/376077980_Residuos_aprovechables_de_la_agrocadena_del_cacao_Una_revisión_con_enfoque_a_la_sostenibilidad_gastronomica_Residuos_aprovechables_de_la_agrocadena_del_cacao_Una_revisión_con_enfoque_a_la_sostenibilidad_gastronomica/links/6569062bb1398a779dc7f46d/Residuos-aprovechables-de-la-agrocadena-del-cacao-Una-revisión-con-enfoque-a-la-sostenibilidad-gastronomica-Residuos-aprovechables-de-la-agrocadena-del-cacao-Una-revisión-con-enfoque-a-la-sostenibilidad-gastronomica.pdf)
- Centurión, D., Espinosa, J., Baeza L. y García, J. (2021). Comidas y bebidas en celebraciones y ritos como rasgo de identidad cultural tabasqueña. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 31(57). Recuperado de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2395-91692021000100119&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2395-91692021000100119&script=sci_arttext)
- Cockx, L. Meloni, G. y Swinnen, J. (2021). El agua de la vida y la muerte: Una breve historia económica de las bebidas espirituosas. *Revista de Economía del Vino*, 16, 355-399, doi: <https://doi.org/10.1017/jwe.2021.9>
- Curiel, C. (2019). Mujeres en la cocina de la mayordomía. Prestigio y costumbre en la mixteca de Oaxaca. *EntreDiversidades*, 6(1(12)), 163-193. Recuperado de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S018773722014000200004&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S018773722014000200004&script=sci_arttext)
- Della-Costa, F. (2020). El Cerdo Sagrado. Ritual de intercambio de alimentos en la festividad de San Antonio en Celano, Italia. *Revista de Estudios Italianos Modernos*, 25, 570-591, doi: <https://doi.org/10.1080/1354571x.2020.1794379>
- Ermolaev, V. (2023). El estado de la gastronomía como reflejo de las necesidades de la sociedad. *Izvestiya del Centro Científico de Samara de la Academia Rusa de Ciencias. Ciencias Sociales, Humanitarias y Médico-biológicas volumen 25*(2), 89, doi: <https://doi.org/10.37313/2413-9645-2023-25-89-58-63>
- Fernández, R. y Carrano, D. (2023). Tolondrones pa' los preguntones. El tequila y el mezcal en la disputa por el sabor. En M. Covarrubias, F. X. Medina y D. Conde (Coords.). *Gastronomías y cocinas para el resto del siglo XXI: patrimonios, territorios, innovaciones y buenas prácticas*. México: Cátedra UNESCO de Alimentación Cultura y Desarrollo-Universidad del Claustro de Sor Juana-ICAF, pp. 73-84.
- Flores, M., Orozco, R. y Sánchez, E. (2022). Las mujeres en la producción del agave-mezcal y su importancia en los sistemas alimentarios. *Regiones y Desarrollo sustentable, volumen, 22*(43), 2- 24. Recuperado de <https://rei.iteso.mx/server/api/core/bitstreams/1e8759ac-1fb0-4e55-b0c6-ae31f804a2e0/content>
- Garza, M. (2015). Comida ritual del Día de Muertos en Culhuacán e Iztapalapa, pueblos originarios de Ciudad de México. En C. Good y LE Corona de la Peña (Coord.), *Comida, cultura y modernidad en México* (93). México: Conaculta-INAH-ENAH.
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona, España: Gedisa.
- Giamporcaro, G., Sgroi, F., Baviera-Puig, A. y Modica, F. (2025). Promoting rural development through gastronomic heritage: The case of the Cerda Artichoke in northwestern Sicily. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 40, 101246, doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101246>
- Gillespie, C. y Cousins, J. (2001). *European Gastronomy into the 21st Century*. Oxford, Inglaterra: Betterworth Heinemann.
- Harris, M. (1998). *Buen comer: enigmas de la comida y la cultura*. Madrid: Waveland Press.
- Hegarty, J. y O'mahony, B. (1999). Gastronomía: un fenómeno de expresionismo cultural y una estética para la vida. *Revista Internacional de Gestión Hotelera*, 20, 3-13, doi: [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(00\)00028-1](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(00)00028-1)
- Hernández, L., García, R., Ibarra, M. C. y Colinas, M. (2020). Nutritional value and antioxidant activity of the maguey syrup (Agave salmiana and A. mapisaga) obtained through three treatments. *Botanicae Horti Agrobotanici Cluj-Napoca*, 48(3), 1306-1316, doi: <https://doi.org/10.15835/nbha48311947>
- Kniazeva, M. y Venkatesh, A. (2007). Food for thought: A study of food consumption in postmodern US culture. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 6(6), 419-435. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/cb.232>

- Landa, C. A. (2020). Alimentos y gastronomía de cercanía: ¿un valor en alza? *Nutrición Hospitalaria*, 35, doi: <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.20960/nh.2124>
- Linck, T. (2011). Del patrimonio a la patrimonialización, refundar el campo epistemológico de la economía. En T. Linck, T. y J. Moguel (Coord.) *Economía popular y procesos de patrimonialización*, México: Juan Pablos Editor, pp. 93-115.
- Lupton, D. (1994). Comida, memoria y significado: la naturaleza simbólica y social de los eventos gastronómicos. *The Sociological Review*, 42(4), 664-685. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-954X.1994.tb00105.x>
- Machuca, P. (2018). *El vino de cocos en la Nueva España*. Historia de una transculturación en el siglo XVII. México: El Colegio de Michoacán.
- Moguillansky, M. (2008). Una genealogía del concepto de intermediario cultural. Revisiones recientes y aplicaciones en procesos de integración regional. In *IX Congreso Argentino de Antropología Social* (pp. 000-080). Recuperado de <https://cdsa.aacademica.org/000-080/447.pdf>
- Mejía, M. y Guiomar, L. (2020). La gastronomía como medio para el desarrollo de innovaciones sociales. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11 (1), 23-33. recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2027-83062020000200023&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2027-83062020000200023&script=sci_arttext)
- Miles, A. y Gibson, L. (2016). Participación cotidiana y valor cultural. *Tendencias Culturales*, 25, 151-157., doi: <https://doi.org/10.1080/09548963.2016.1204043>
- Mintz, S. W. y Du Bois, C. M. (2002). La antropología de la alimentación y la alimentación. *Revista Anual de antropología*, 31(1), 99-119. Recuperado de <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev.anthro.32.032702.131011>
- Morales, D. (2023). Gastronomía étnica en contextos urbanos Diversidad, autenticidad y adaptación. *Revista Científica Kosmos*, 2(2), 41-51. Recuperado de <https://editorialinnova.com/index.php/rck/article/view/48/48>
- Napadysta, V. (2021). Cultura de la vida cotidiana: la cuestión de la estructura y la lógica de contenido de la disciplina educativa. Parte II. *Estudios culturales ucranianos*, doi: [https://doi.org/10.17721/ucs.2021.2\(9\).06](https://doi.org/10.17721/ucs.2021.2(9).06)
- Ojeda, C., Álvarez, G., Figueredo, C., Islas, L., Lappe, P., Nabhan, G., Torres, I., Vallejo, M. y Casas, A. (2021). Bebidas fermentadas tradicionales de México: un paisaje alimentario de uso biocultural. *MDPI Alimentos*, 10(10), 2390, doi: <https://doi.org/10.3390/foods10102390>
- Okri, B. (2016). Comida, ritual y muerte. *Callaloo*, 38, 1034-1036, doi: <https://doi.org/10.1353/cal.2015.0153>
- Peña, Y., Alemán, P. y Rodríguez, F. (2008). Cadenas de Valor: un enfoque para las Agrocadenas. *Equidad & Desarrollo*, (9), 77-85. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/957/95779203001.pdf>
- Pérez, C. (2007). Mezcales tradicionales de los pueblos de México, herencia cultural y biodiversidad. *Revista Ciencias*, (87), 54-61. Recuperado de <https://www.revistas.unam.mx/index.php/cns/article/view/12110>
- Porciani, I. (2022). Tavolate e territorio. Feste, cibo e comunità in Italia dal secondo dopoguerra a oggi. *Storicamente* 18(4), doi: <https://doi.org/10.52056/9791254691984/04>
- Porter, M. (1985). *La cadena de valor y la ventaja competitiva: Creación y mantenimiento de un rendimiento superior*. Nueva York: Free Press.
- Posadas, A. (2019). *Reconstrucción de los procesos de elaboración y dimensiones culturales de mezcales tradicionales de El Zapote, Malinalco, Estado de México*. (No publicado).
- Ramírez, D., Santana, A. y Fernández, H. (2020). Experiencias de degustación de la gastronomía local de un destino en la comunicación turística. *Investigación en turismo y recreación*, 46, 345-359. doi: <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1799293>
- Ratcliffe, E., Weston, B. y Martin, N. (2019). Rituales de consumo relacionados con la comida y la bebida: Una revisión y una agenda de investigación. *Apetito*, 134, 86-93. doi: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.12.021>
- Regev, M. (2024). Cultural Cosmopolitanism as Habits in Everyday Life. *Sage Journals* 41 7-8. doi: <https://doi.org/10.1177/02632764241299748>
- Reyes, A. Guerra, A. y Quintero, J. M. (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. *El periplo sustentable*, (32). Recuperado de: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S187090362017000100009&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S187090362017000100009&script=sci_arttext)
- Rieff, P. (1998). Los conejos y la embriaguez. *Arqueología Mexicana*, (31), 66-73.
- Rojas, E., Rendón, A., Felipe, J. y Cuffia, F. (2020). ¿Qué es la gastronomía? Un estudio exploratorio de la representación social de la gastronomía y la cocina mexicana entre expertos y consumidores mediante un enfoque cualitativo. *ScienceDirect*, 83 (julio), doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.103930>

Gastronomía y valorización de los espirituosos de agave campesinos.  
Una aproximación social, económica y cultural

Posadas-Bejarano, Thomé-Ortiz

---

- Sánchez, E. (2023). La prueba de indicio histórico como herramienta pericial en materia de derechos bioculturales en México. El caso del Mezcal. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 7001-7020. Recuperado de: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/4941/7504>
- Silva, E. y Bennett, T. (2004). *Cultura contemporánea y vida cotidiana*. Estados Unidos: Sociologypress/Rutledge.
- Toribio, C. (2021). *GastroLab*. México. GastroLab. Recuperado de [https://www.gastrolabweb.com/bebidas/2021/3/4/que-son-las-bebidas-espirituosas-por-que-se-les-dice-asi-7427.html#google\\_vignette](https://www.gastrolabweb.com/bebidas/2021/3/4/que-son-las-bebidas-espirituosas-por-que-se-les-dice-asi-7427.html#google_vignette)
- Ueda, H. y Poulain, J. (2021). ¿Qué es la gastronomía para los franceses? Un estudio empírico sobre la representación y el modelo alimentario en la Francia contemporánea. *Revista Internacional de Gastronomía y Ciencia de la Alimentación*, 25, 100377. doi: <https://doi.org/10.1016/J.IJGFS.2021.100377>