



PERIÓDICO	PÁGINA	FECHA	SECCIÓN
EL HERALDO DE MÉXICO	3	12/09/2022	COLUMNAS Y ARTÍCULOS



[eufrosina.cruzmendoza2021@gmail.com](mailto:eufrosina.cruzmendoza2021@gmail.com)

## “PARA TODO MAL Y PARA TODO BIEN”

● Cuando yo nací, mi padre se tomó un trago de mezcal. Lo bebió de un solo golpe y me impuso el nombre de Eufrosina.

Cuarenta años después, cuando él partió, lo despedí de la misma manera: con un trago de mezcal y el orgullo de llevar el nombre que Don Domingo me regaló.

Hoy el mezcal se ha puesto de moda. Siglos después de haber sido entregado por los Dioses a los hombres de la montaña, esta bebida inunda las mesas y los paladares de millones de personas en el mundo.

Pero su popularidad es justo su mayor amenaza por parte de empresarios que lo están envasando, creando marcas y redes de distribución globales, cuando en el pasado la consideraban una bebida demasiado “prístina” y “poco refinada”.

Este tesoro líquido, elixir que sirve para amenizar fiestas y adornar nuestros altares, está en riesgo de extinguirse ante la falta de reglas claras y limitaciones que impidan que las empresas transnacionales se apropien de un producto cuya denominación de origen es resultado de una lucha de años y donde las familias mexicanas han puesto sangre, sudor y lágrimas.

Hace casi un año presenté una reserva para exentar del pago del Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios (IESPS) a los pequeños palenqueros, y maestras y maestros mezcaleros, cuando se trate de una producción artesanal o ancestral no superior a 50 mil litros anuales y cuyas fábricas o palenques se encuentren establecidos en municipios indígenas y afroamericanos empleando mano de obra local.

Sin embargo, mi reserva fue desechada por el grupo parlamentario que tiene la mayoría en la Cámara de Diputados.

Pero la lucha sigue y en alianza con los productores artesanales de Oaxaca y de otros siete estados, estamos pugnando por defender la industria local de nuestros pueblos originarios y productores artesanales, frente a los grandes industriales y figuras del espectáculo internacional que compran grandes volúmenes de la bebida sin el proceso tradicional y artesanal, la envasan y bautizan de forma rimbombante, saturando los mercados con campañas mediáticas contra las que nuestros pequeños productores no pueden competir.

Esta es mi lucha, porque llevo a mi padre y su jarro de mezcal en el alma, en la memoria y en el corazón.