

Capítulo 78. Estudio etnográfico para la valorización de la bebida tradicional de Acachul (*Ardisia compressa*) como bien cultural de la Sierra Norte de Puebla (Región de Xicotepec de Juárez).

Vidal Armas Torres
Juan Chávez Medina
Norma Angélica Santiesteban López
José Aurelio Cruz de los Ángeles

Universidad Politécnica de Puebla
<https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.15.5.78>

Resumen

La importancia y presencia de las plantas medicinales y multiusos se denota en muchas manifestaciones culturales y tecnológicas, están presentes en nuestro medio cotidiano como el acachul (*Ardisia compressa* Kunth) en Xicotepec, Sierra Norte de Puebla; donde se ha desarrollado desde principios del S.XX una tradición en la agroindustria de esta frutilla para elaboración de vinos y licores. A través del tiempo la sociedad ha evolucionado a la par del recurso fitogenético adquiriendo de forma indirecta gran importancia económico-social, pero sobre todo es un elemento de valoración de un bien cultural que aglutina la identidad de esas áreas geográficas, para aquellos que lo recolectan y quienes han desarrollado la tecnología para su transformación.

Palabras clave

Bebidas tradicionales mexicanas, acachul, comercialización, económico-social, agroindustria

Introducción

México país megadiverso no solo en flora y fauna, sino en tradiciones que engloban un misticismo desde la época prehispánica, enriqueciéndose en el virreinato de la Nueva España. Alimentos y bebidas nuevos fueron desarrollados con base en este sincretismo. Asimismo, debido a la amplia variedad de frutos que México ofrece al mundo se entiende la amplia gama de bioproductos que se entiende como bebidas tradicionales, posicionando a este país como un referente gastronómico.

Existe una bebida poco conocida a nivel nacional, pero reconocida en su región; Sierra Norte de Puebla denominado Acachul, bebida que se prepara de forma artesanal y siendo Xicotepec de Juárez el principal transformador, además de comunidades como la UNO, la Ceiba, Jalapilla y las Pilas. (Pacheco San Juan, 2021). Desafortunadamente se carecen de estrategias de comercialización mercadológicas y logísticas ya que los procesos son del orden artesanal y limitado y un 70% del consumo local, un 20% de personas que son oriundas de la región y viven principalmente en la CDMX y en Puebla y el último 10 % se realiza por parte de visitantes a la región de otras latitudes geográficas. Lo que no permite su adecuada apreciación en el ámbito cultural de la Sierra Norte de Puebla.

En este estudio en particular se desarrollará la importancia del patrimonio cultural de la bebida de acachul en la región de Xicotepec de Juárez, que, de acuerdo con la UNESCO, (2022), el “patrimonio cultural” ha cambiado bastante en las últimas décadas, debido en parte a los instrumentos elaborados por esta organización.

Lo que resulta que no exista un posicionamiento del licor de acachul (*Ardisia compressa*) en otras latitudes geográficas no se desarrolle una adecuada comercialización. El siguiente artículo tiene como finalidad realizar una propuesta para la comercialización y valoración de la este producto en Xicotepec de Juárez.

Revisión de la Literatura

De acuerdo con el Gobierno de México a través del artículo publicado por la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2016), las bebidas mexicanas más conocidas en México y en el mundo por la tradición se encuentran:

a) Sotol: Es un destilado del agave sereque (*Dasyllirion*) que se acostumbra beber en festividades y reuniones de la región norte del país y es una tradición prehispánica.

b) Bacanora: Es la bebida tradicional de Sonora, que se obtiene de la destilación del agave *Angustifolia* y que lleva 300 años elaborándose de manera artesanal.

c) Charanda: Es un aguardiente de caña de azúcar típica del estado mexicano de Michoacán. Este destilado ha existido por lo menos desde 1857.

d) Comiteco: Esta bebida encuentra su origen exclusivo en el maguey Comiteco, es un fermentado-destilado que se puede encontrar en distintos grados de añejamiento y sabores (níspero, nanche, zarzamora).

e) Pulque: Es la bebida de los dioses, se produce del corazón del maguey pulquero del cual destila aguamiel, que tras un elaborado proceso se fermenta para obtener esta tradicional bebida. El aguamiel sin fermentar es un delicioso refresco, dulce y transparente.

f) Colonche: En Zacatecas es el aguardiente obtenido por la maceración de tuna roja cardona y azúcar. En San Luis Potosí es el jugo de tuna roja fermentada con canela molida, mientras que en los estados de Aguascalientes y Guanajuato es el líquido resultante de la maceración de la tuna cardona y azúcar.

g) Raicilla: Es una bebida de Jalisco, artesanalmente destilada del agave lechuguilla silvestre o también llamado Maximiliana. Es un trago fuerte, complejo y profundo.

h) Tascalate: Bebida de los Altos de Chiapas elaborada con cacao, maíz tostado y/o tortillas, achiote y canela, se bebe en reuniones como agua fresca.

i) Tesgüino: Del náhuatl tecuin, latir el corazón, es una bebida ceremonial y curativa preparada con maíz fermentado, de aspecto lechoso y gusto agradable, muy popular entre los pueblos indígenas del norte y noroeste de México.

j) Xtabentún: Es la bebida típica de Yucatán, que se obtiene de la fermentación de la miel. Se acostumbra servirlo con hielo o simplemente frío. Se bebe como digestivo acompañándolo de café.

La idea de lo biocultural de ha convertido en muy breve tiempo en un nuevo campo de la investigación científica, de la discusión intelectual y de las novedades periodísticas; Ante esta expresión que expresa lo cultural y lo (eco-)biológico, se debe asumir una responsabilidad y un interés que no solo visibilice la importancia de este complejo, sino que también contribuya a su protección y a su rescate (Toledo y Alarcón-Cháires, 2018).

La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación (UNESCO, 2022). Se reconoce a Mesoamérica como zona de origen y diversificación genética. En México se ha privilegiado la herencia de conocimientos tradicionales y saberes ancestrales que han perdurado hasta la actualidad, un ejemplo la domesticación milenaria del maíz silvestre-teocintle- (Goodman y McK Bird, 1977).

El patrimonio inmaterial constituye el legado de una matriz cultural determinada, siempre vivificándose y recreándose (Douglas y García Canclini, XXXX). Es la relación metafórica o incluso metonímica entre cultura y patrimonio (Pereiro Pérez, 2005). No solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales (UNESCO, 2022)

El marketing etnográfico es la aplicación, en marketing, de principios teóricos y metodológicos derivados de la antropología. En este sentido, no aspira a ningún nivel de teorización, a diferencia de la antropología del consumo (Barbosa, 2003).

Metodología

La presente investigación muestra un corte cualitativo como cuantitativo que de acuerdo con Hernández Sampieri (2016). A medida que el mercado se vuelve más competitivo, el intento de establecer intercambios relacionales es ahora visto como una alternativa capaz de Promover una mayor personalidad en las relaciones con los clientes, asegurando una mayor proximidad en las relaciones comerciales. Así, el área de marketing estaría experimentando un cambio de paradigma: de transaccional a relacional. Sin embargo, un cambio de paradigma requiere que los investigadores actitud hacia la adopción de nuevos enfoques, métodos de investigación y observación de contextos específicos para llevar a cabo su investigación (Lourenço, 2008).

La investigación cualitativa a emplear en este artículo es del corte etnográfico. La etnografía se define como un método de investigación en ciencias sociales y como su producto final escrito. Como método, la observación etnográfica consiste en una base profunda y a largo plazo en un campo de estudio para documentar sistemáticamente la vida cotidiana, los comportamientos y las interacciones de una comunidad de personas.

Por lo tanto, el propósito de la etnografía no es solo desarrollar una comprensión de las prácticas e interacciones, sino también lo que estas cosas significan para la población estudiada (Greenlane, 2021). El objetivo de un estudio etnógrafo es desarrollar una rica comprensión de cómo y por qué las personas piensan, se comportan e interactúan como lo hacen en una comunidad u organización determinada (el campo de estudio), y lo más importante, comprender estas cosas desde la perspectiva de los estudiados (llamada "perspectiva de emisión" o "perspectiva interna").

EL objetivo de esta investigación es emplear herramientas etnográficas para la valorización de la bebida tradicional de Acachul (*Ardisia compressa*) como bien cultural de la Sierra Norte de Puebla es una estrategia para la conservación, manejo, desarrollo como patrimonio turístico y agroindustrial a través de su transformación.

Objetivo específico:

1. Describir la especie comercializada y denominada como acachul a través de técnicas participativas para la colección y su determinación.

2. Determinar la identidad cultural del Acachul mediante un análisis etnográfico de usos y costumbres de la región respecto al organismo.

3. Desarrollar un diagnóstico de las bebidas tradicionales de acachul a través de una perspectiva de su comercialización primaria para la proyección de la transformación como bebida tradicional.

Hipótesis: A través de un estudio etnográfico se puede determinar la valorización del acachul y sus bebidas tradicionales como un elemento del patrimonio biocultural de la Sierra Norte de Puebla.

La etnografía se basa en la observación de los seres humanos en su entorno natural en lugar de como parte de un experimento científico. El diseño etnográfico es generalmente visto como una versión "ligera" de las prácticas establecidas de las ciencias sociales. Abarca una variedad de técnicas, que incluyen:

- Observación participativa: Los investigadores se sumergen en la vida cotidiana y los entornos sociales de los sujetos para comprender mejor sus vidas poniéndose en sus zapatos y adoptando su punto de vista.

- Evaluación ambiental: La evaluación ambiental cubre toda la duración del cumplimiento. El objetivo es estudiar la situación de los participantes, su entorno inmediato y la influencia de sus valores, relaciones y comportamientos en sus vidas.

- Entrevista etnográfica/semiestructurada: El investigador hace preguntas basadas en sus objetivos de investigación, mientras observa al participante realizando ciertas tareas en su entorno habitual.

- Exploración cultural: Esta técnica incluye actividades gratuitas o sugeridas como el uso de gadgets u otros medios para ayudar al participante a describir su vida cotidiana en el momento que más le convenga (Ontario, 2022).

Estas técnicas se pueden combinar según sea necesario para generar respuestas y comentarios. Se debe desarrollar una guía de discusión para enmarcar el contenido que se cubrirá. Los sujetos deben ser informados de antemano de que se les puede pedir que realicen una actividad y / o muestren cómo utilizan un producto o servicio.

Al combinar todos los resultados de los métodos cualitativos (estudios etnográficos b2b, grupos focales) y cuantitativos (antes y después de las encuestas), una empresa podrá comprender mejor un mayor número de factores y características deseados que influyen en la decisión de realizar una compra. Tener esta información es muy valioso para las funciones de producción, marketing y ventas que pueden encargarse de crear nuevos productos o servicios que satisfagan mejor las necesidades de los usuarios. Compensación: dependerá del tiempo requerido para el mantenimiento. Si se solicitan tareas adicionales, debe haber un pago adicional por cada una.

Zona de estudio

El Municipio de Xicotepec de Juárez se ubica Al norte 20° 26', al sur 20° 13' de latitud norte, al este 97° 45' Y al Oeste 98° 03' de longitud oeste. El municipio de Xicotepec representa el 0.56% de la superficie del estado de Puebla. El municipio de Xicotepec colinda al norte con

los municipios de Tlacuilotepec, Jalpan; al este con el estado de Veracruz Llave y el municipio de Zihuateutla; al sur con Zihuateutla, Juan Galindo y Huauchinango, y al oeste con Huachinango y Tlacuilotepec. Con un área de 312.3 km² (INEGI, 1995).

Estudio Etnografía

Mediante observación participativa se hicieron visitas a productores y recolectores en los años 2013, 2015 y 2021 que venden y compran en el día de tianguis del mercado municipal de Xicotepec de Juárez y directamente con casas transformadoras. Se realizó un censo de las casas productoras de acachul; identificando a 100 personas que comercializan esta bebida. De forma inicial se identificaron las principales localidades productoras/recolectoras, se colectaron ejemplares de herbario y se describió el proceso productivo y de comercialización.

El diseño y logística de la técnica para recolectar de datos se realizó mediante visitas a la comunidad, información obtenida por parte de los colaboradores empíricos del sistema y de revisión de literatura en páginas de datos oficiales y científicos de carácter nacional e internacional. La premisa desarrollada en la observación participativa se dividió en cuatro etapas:

- 1) Presentar de la especie vegetal, colecta, reconocimiento y documentación de la importancia del fruto y la bebida tradicional como elemento del patrimonio biocultural y bien cultural/turístico en palabras de los pobladores;
- 2) Seleccionar, recolección, almacenamiento y transporte del fruto;
- 3) Comercializar y contactar con principales casas transformadoras donde se documentó el precio promedio por 20 litros y a granel por medida tradicional de sardina (180 gramos aproximadamente);
- 4) Identificar las casas transformadoras de acachul para determinación del volumen transformado de fruto como materia prima y el volumen de insumos necesarios para su transformación.

Resultados

Etnografía

- 1) Sobre la importancia de la especie, selección y recolección

Como resultado del proceso etnográfico de observación participativa se identificó que *Ardisia compressa* recibe diferentes nombres por los colaboradores recolectores de las diferentes comunidades: capulín, capulincillo, capulín agarroso, acachul. De forma particular el término acachul se acuña para el estado fisiológico de maduración con el cual se elaboran bebidas tradicionales, ya sea fermentadas o de maceradas con aguardiente. La popularidad del fruto y su transformación data de la primera mitad del Siglo XX, donde posterior a la Revolución Mexicana y la repartición agraria la diversidad y transformación de los productos regionales se popularizó por su bajo costo, accesibilidad y alternativa productiva. De esta forma el acachul funge como un elemento estructural del agroecosistema local que es hito en la caracterización biocultural sobre el cual se ha tejido un contexto socioambiental rico que define a la economía local y que ha ido evolucionando y transformando la sociedad.

Al ser un elemento del agroecosistema es una especie que se considera fomentada porque si bien no se cultiva formalmente se busca su presencia dentro del sistema agroforestal que comprende, de esta forma la densidad, dominancia y presencia es cambiante, además de

no presentar diferencias significativas entre comunidades, consensan que antes de semana santa los frutos se están preparando para su recolección la cual se hace por la madrugada o entrada la noche para evitar la degradación del producto conservando sus características organolépticas para su adecuada transformación.

2) Sobre la comercialización

Su venta recolección es un proceso económico estacional que se ve limitado por las lluvias y el viento, proceso que se extiende desde febrero hasta principios de junio. La mayor recopilación por parte de las casas productoras de vino se lleva a cabo en Semana Santa, las cuales recopilan entre 4 y 6 toneladas de fruto repartiendo entre los recolectores un aproximado de \$15,000.00 MXN.

Tabla 78.1
Resultados del Proceso Participativo (Comercialización y Producción del licor Acachul)

Año	Comunidad	Municipio	No. de personas que comercializan en el mercado	Precio promedio de bote de fruto fresco (20 litros) (MXN)	Precio a granel (MXN)	Volumen (ton)
2013	La Ceiba	Xicotepec	20	60	10	5.5
	La Uno	Venustiano Carranza	25	60	8	
	Xicotepec	Xicotepec	6	60	12	
	Apapantilla	Xicotepec	12	60	10	
	Jalapilla	Xicotepec	18	60	12	
	Las Pilas	Xicotepec	19	60	10	
2015	La Ceiba	Xicotepec	22	80	13	6.2
	La Uno	Venustiano Carranza	22	80	10	
	Xicotepec	Xicotepec	8	80	10	
	Apapantilla	Xicotepec	14	80	8	
	Jalapilla	Xicotepec	16	80	12	
	Las Pilas	Xicotepec	21	80	12	
2021	La Ceiba	Xicotepec	29	100	15	6.8
	La Uno	Venustiano Carranza	25	100	15	
	Xicotepec	Xicotepec	12	110	16	
	Apapantilla	Xicotepec	17	100	15	
	Jalapilla	Xicotepec	28	100	15	
	Las Pilas	Xicotepec	29	100	15	

Las principales casas que fabrican vino son La Curva y La Molienda, para la producción promedio de un año se gasta 1 tonelada de azúcar, 500 litros de aguardiente, 10,000 litros de agua corriente. Arroja una utilidad mínima aproximada de \$96,000.00 MXN anuales por lote de producción. La elaboración del vino corresponde a la elaboración de un licor a partir de la cocción y clarificación del fruto y su jugo, para su posterior fermentación con azúcar y una tercera parte de aguardiente, dejándose añejar durante dos años para su venta el vino o licor de acachul de Xicotepec es famoso en la región Huasteca, además de comercializarse en la conocida Sierra Mágica de Puebla y grandes ciudades como Puebla, Xalapa y Tulancingo.

Discusión

La Sierra Norte de Puebla destaca por la elaboración de vinos y licores con fruta de temporada, entre éstas se encuentra el acachul específicamente en Xicotepec, donde esta baya ha jugado un papel importante como un recurso secundario y como un no maderable que ha desarrollado una visión contemporánea respecto al mismo. La elaboración de vinos y licores regionales caracteriza las regiones rurales de México, por lo que es de imperante importancia realizar sus estudios económico-sociales y su caracterización químico-nutricional.

El licor de acachul es una alternativa rentable para el Desarrollo Rural Regional y buscar el Desarrollo Humano Sustentable. La Sierra Norte de Puebla cuenta con una diversidad de agroecosistemas variados en composición y estructura, donde se pueden encontrar especies vegetales cultivadas y silvestres, nativas e introducidas, y cuya diversidad florística está estrechamente ligada a las condiciones sociales, económicas y ecológicas en las que se inserta la producción del café (Martínez et. al. 2007).

La identidad cultural regional tiene valor en sí misma para la elevación del espíritu de los territorios regionales, pero también como recurso para fortalecer las identidades culturales individuales e identidad nacional (Campos-Winter, 2008). El conocimiento y el esfuerzo son elementos que expresan la identidad del acachul, pues es percibido como un trabajo artesanal pulido y consolidado a través del tiempo. Este maneja e involucra conocimiento ecológico tradicional que bien son saberes sobre la técnica de elaboración, y tratamiento de la materia prima, transmitidos de generación en generación, reflejando el esfuerzo de familias de la sierra que aportan identidad sociocultural a la región de Xicotepec de Juárez.

Por otro lado, persiste un apego de las raíces culturales que sí bien no se vinculan directamente con un grupo originario son el patrimonio colectivo a tal grado de conformar un significado de arraigo, que se trasluce en las estructuras y prácticas socioculturales como parte de la vida cotidiana en palabras de los pobladores se resume:

“La bebida forma parte de nuestro pueblo, lo comemos en semana santa, lo agriamos para vinos y atoles, lo hacemos aguas y nieves, pero sobre todo lo hacemos con aguardiente para tomar vino de Acachul fiestas, reuniones y o para algún malestar”.

Conclusiones

La cultura de cada localidad representa todo lo que el hombre piensa, crea, cree, consolida, transforma y experimenta dentro del espacio-tiempo. La cultura está en constante transformación y es reconfigurada en la convivencia con otras culturas. (Ribeiro Cruz & Netto Simões, 2010). El sentido de pertenencia que da la bebida de Acachul es un atributo expresado por la comunidad local y ocasionalmente a los turistas nacionales cuando afirman que la bebida representa y un sentimiento de pertenencia y unicidad regional: “nos hace sentir que es algo nuestro, que somos parte de algo y con eso ya somos diferentes a los demás”. Ardisia compressa es un recurso biótico de potencial agroindustrial que, a través de la generación de estrategias de empoderamiento, de capacitación técnica y financiera puede establecerse un sistema producto competitivo que sea base para el desarrollo sostenible de la región y respuesta a satisfacer las necesidades crecientes de su población. Agradecemos a José María Cuni-Il-Flores (UPMP) y Diana Guerra-Ramírez (U.A. Chapingo) por el acompañamiento para la obtención y análisis de la información tanto en campo como en gabinete.

Referencias

- Barbosa, L. (2003). Marketing etnográfico: colocando a etnografia em seu devido lugar. *Revista de Administração de Empresas*, 43, 100-105.
- Campos-Winter, H. (2018). Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional. Recuperado: <https://www.redalyc.org/journal/101/10159385005/html/>
- Douglas, M. (1996) *Cómo piensan las instituciones*. Madrid: Alianza Universidad.
- Greenlane, (2021), Qu'est-ce que l'ethnographie ? <https://www.greelane.com/fr/science-technologie-math%C3%A9matiques/sciences-sociales/ethnography-definition-3026313/>
- Gómez-Cuevas, K, Delgado-Cruz, K & Palmas-Castrejón, Y. (2020). Originalidad del tequila como símbolo de identidad mexicana. Percepción del turista-consumidor a partir de su exportación. Recuperado: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-49942020000300059
- Goodman, M.M ; MCK Bird (1977). The races of Maize IV: Tentative Grouping of 219 Latinamerican races. *Economic Botany* 31:204-221.
- INEGI. (1994) Xicotepec Estado de Puebla Cuaderno Estadístico Municipal. P.3 ISBN 970-13-0687-2
- Lourenço, C. D. D. S., Ferreira, P. A., & Rosa, A. R. (2008). Etnografia e grounded theory na pesquisa de marketing de relacionamento no mercado consumidor: uma proposta metodológica. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 9, 99-124.
- Martínez, V. Evangelista, F. Basurto, M. Mendoza, A. Cruz-Rivas. (2007). Flora útil de los cafetales en la Sierra Norte de Puebla, México. *Revista Mexicana de Biodiversidad*, 78:15-40, 2007.
- Ontario (2022). Étude ethnographique. <https://www.ontario.ca/fr/page/etude-ethnographique>
- Pacheco San Juan, C. (2021, 01 de julio). Licor de acachul, una bebida tradicional de Puebla que no te puedes perder. <https://distritt.com/sociedad/que-es-el-licor-de-acachul-bebida-tradicional-puebla/>
- Pereiro Pérez X. (2005) "Património cultural: para uma leitura antropológica do matrimónio entre património e cultura. Conferencia pronunciada em el I Congresso Internacional de Etnografia celebrado el 20 y 21 de mayo en Póvoa de Varzim (Portugal)
- Ribeiro Cruz, M. S., & Netto Simões, M. d. (2010). Patrimonio Cultural Gastronómico y Políticas Públicas Inmigración, hibridación e interculturalidad (Región Sur de Bahía – Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19. Recuperado: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3311908>
- Sampieri, R. (2016). *Metodología de la Investigación*. Edit. MacGrawHill
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2016, 30 de octubre) 10 bebidas de México que tienes que probar. <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/bebidas-que-debes-probar-si-vistas-mexico>
- Standley P. C. Williams L. O. *Flora of Guatemala Volume 24, Part VIII Numbers 1 and 2*. 1966. Chicago Natural History Museum. USA. Pages: 135-141

- T. D. Pennington, y J. Sarukhán, (2005). Árboles Tropicales de México, manual para la identificación de las principales especies, 3a. ed., UNAM, Fondo de Cultura Económica, pag. 350.
- Toledo, V. M., & Alarcón-Cháires, P. (Eds.). (2018). Tópicos bioculturales: reflexiones sobre el concepto de bioculturalidad y la defensa del patrimonio biocultural de México. Universidad Nacional Autónoma de México.
- UNESCO. (2022). What is Intangible Cultural Heritage? <https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003>
- Vera, N. J. A. & Valenzuela, M. J. E. (2012). El concepto de identidad como recurso para el estudio de transiciones. *Psicología & Sociedade*, 24(2), 272-282