



Festival del Yolixpa, escenario turístico de claroscuros en Cuetzalan del Progreso, México

Yolixpa Festival, Chiaroscuro Tourist Scene in Cuetzalan del Progreso, Mexico

Margarita Núñez Bonifacio y Adriana Montserrat Pérez-Serrano¹

Resumen

Los pueblos originarios conservan bebidas tradicionales, que forman parte de su patrimonio biocultural, integran conocimientos, saberes y prácticas y son importantes para su reproducción social. En Cuetzalan del Progreso, pueblo nahua del estado de Puebla, México, se produce el Yolixpa, bebida tradicional que luce en la escena turística desde el 2014, a través del Festival del Yolixpa. La celebración ha sido clave en la promoción, difusión y comercialización de la bebida; por tanto, el objetivo de este estudio fue evidenciar los efectos que ha provocado el festival sobre la bebida, desde la mirada de los distintos actores que intervienen en el mismo, para lo cual empleamos una estrategia metodológica cualitativa. Se observó que el festival es valorado de distinta manera por los actores involucrados, quienes perciben efectos positivos y negativos y, a partir de ello, gestionan de forma diferenciada a la bebida: unos como licor y otros como bebida medicinal, diferencias que ponen en riesgo la permanencia del Yolixpa como patrimonio masehual de Cuetzalan.

Palabras clave: patrimonio cultural inmaterial, bebida, población indígena, Yolixpa.

Abstract

Native people preserve traditional beverages, which are part of their biocultural heritage, which integrate knowledge, knowledge and practices and which are important for their social reproduction. In Cuetzalan del Progreso, a Nahua town in the state of Puebla, Mexico, Yolixpa is produced, a traditional drink that has been on the tourist scene since 2014, through the Yolixpa festival. This celebration has been key in the promotion, diffusion and commercialization of the drink, therefore the objective of this study was to show the effects that the festival has caused on the drink, from the perspective of the different actors involved in it; for this, a qualitative methodological strategy was used. It was observed that the festival is valued differently by the actors involved, who perceive positive and negative effects and, based on this, manage the drink in a different way: some as liquor and others as medicinal drink; which puts the permanence of the Yolixpa at risk as Cuetzalan's masehual heritage.

Keywords: intangible cultural heritage, drink, indigenous population, Yolixpa.

RECIBIDO: 03/06/2021 · ACEPTADO: 20/01/2022 · PUBLICADO: 01/07/2022

¹ Margarita Núñez Bonifacio: El Colegio de Tlaxcala A.C., Tlaxcala, México, ORCID 0000-0003-3814-087X, margaritanb@coltlax.edu.mx; Adriana Montserrat Pérez-Serrano: El Colegio de Tlaxcala A.C., Tlaxcala, México, ORCID 0000-0003-0317-0956, adriana_serrano@coltlax.edu.mx

Introducción

“Venimos hace muchísimos años
intentando llamar la atención
a la humanidad,
de que no es posible la humanidad
si no tenemos una nueva relación con la madre naturaleza”
(Rigoberta Menchu)

México es un país multicultural y megadiverso, lo que se traduce en una gran riqueza biocultural que se ha mantenido vigente gracias a los pueblos originarios, poseedores y guardianes de bienes tangibles (bosques, especies silvestres y domesticadas) e intangibles (creencias, conocimientos, prácticas, lenguas, entre otros). Dichos bienes son parte de la identidad de los pueblos, de su vida cotidiana, y son herencia de varias generaciones: de ahí que se consideran elementos constitutivos de su patrimonio.

En el caso particular del patrimonio biocultural se vinculan e integran elementos culturales y naturales, donde unos y otros convergen en creencias, saberes y prácticas que datan de tiempos ancestrales y son reproducidos generacionalmente. Es un patrimonio vasto y tiene múltiples expresiones, entre las cuales se encuentran las bebidas tradicionales, que desde hace siglos están presentes en la vida de los pobladores, tanto en su cotidianidad como en sus festividades, de tal manera que son parte de su dieta diaria y también de su riqueza cultural y alimentaria.

Pese a su relevancia las bebidas tradicionales, como sucede con otros elementos del patrimonio, enfrentan problemáticas diversas que ocasionan cambios en las recetas, en los modos de preparación e incluso en sus significados (Ríos y Alemán, 2019), con lo cual se diluyen y pierden conocimientos ancestrales. Es una situación que se configura como una problemática desde la perspectiva patrimonial y cultural, imprime la necesidad de generar estrategias y mecanismos que permitan la valoración y permanencia del patrimonio biocultural. Es en este sentido que la práctica turística se considera una vía para cumplir dicho objetivo (Ríos y Alemán, 2019; Gaglay, 2016), si bien si dicha práctica no es gestionada adecuadamente los efectos producidos pueden ser contraproducentes para el patrimonio en cuestión y para las comunidades en general.

Lo anterior resulta evidente en Cuetzalan del Progreso, Pueblo Mágico¹ de la Sierra Norte del estado Puebla, de origen nahua, reconocido como uno de los municipios de la entidad con mayor afluencia turística, gracias a la gran diversidad cultural y natural que los *masehual* (nombre en idioma náhuatl, que se utiliza para nombrar a los campesinos) han conservado, como una herencia de sus ancestros.

1 La denominación de Pueblo Mágico es parte de la política turística federal del mismo nombre, iniciada en 2001 y cuyo objetivo es reconocer a los pueblos que conservan patrimonio cultural y natural. Actúa sobre las localidades de interior como una marca distintiva del turismo en México donde “Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos únicos, simbólicos, historias auténticas, hechos trascendentes, cotidianidad, que significa una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico atendiendo a las motivaciones y necesidades de los viajeros” (SECTUR, 2014: 5).

Los pobladores de este municipio elaboran el Yolixpa, bebida tradicional de uso medicinal que, desde el 2014, se ha puesto en la escena turística del municipio mediante el Festival del Yolixpa. Durante seis años esta celebración ha generado cambios sobre este patrimonio biocultural que no han sido documentados, y por tanto, el objetivo de este estudio fue evidenciar los efectos del Festival del Yolixpa sobre la bebida, desde la mirada de distintos actores que intervienen, entre ellos, productores, actores gubernamentales y prestadores de servicios. Pretendemos así aportar al conocimiento en torno a la gestión del patrimonio biocultural y la pertinencia de integrarlo a la práctica turística.

Bebidas tradicionales: una expresión del patrimonio biocultural en pueblos originarios

Los pueblos originarios son poseedores de un vasto repertorio de creencias, conocimientos y prácticas atesoradas por generaciones y que forman parte de su vida diaria; a esta riqueza conservada y heredada se le denomina patrimonio biocultural (Toledo, 2013; Boege, 2008). Dicho patrimonio alude a relaciones simétricas entre el ser humano y los seres vivos y no vivos que le rodean, en donde los individuos construyen relaciones simbólicas, asociadas a sus creencias y estas a su entorno, expresadas en las prácticas de cada pueblo originario. Las bebidas tradicionales son expresión del patrimonio biocultural y de la cultura alimentaria de muchas poblaciones; no obstante, pese a su relevancia sociocultural, este legado afronta problemáticas tales como el desplazamiento por bebidas industrializadas, el desuso que genera pérdida de significados y saberes relacionados con el proceso de elaboración, así como procesos de aculturación y transculturación por el contacto directo entre lo local y lo externo (Gaglay, 2016; Quintero-Salazar *et al.*, 2012).

Por otra parte, la competencia con otros productos del mercado y el desconocimiento sobre la elaboración de las bebidas tradicionales son aspectos que les resta credibilidad y reduce el consumo de las mismas, relegándolas al ámbito familiar, primordialmente de adultos mayores, quienes conservan el conocimiento y el hábito de consumo (Solís *et al.*, 2014; Quintero-Salazar *et al.*, 2012; Sánchez *et al.*, 2010).

El interés por las bebidas tradicionales es porque están vinculadas, como todo patrimonio alimentario y biocultural, a un conjunto de aspectos de orden cultural, social, territorial, económico y hasta espiritual. Hablar de bebidas tradicionales es hablar de historias, de recetas, de sabores y saberes, de significados y de mundos compartidos (Boege, 2008).

En ese orden de ideas, es preciso generar mecanismos de conservación para la permanencia de este patrimonio; de lo contrario, el detrimento de las bebidas tradicionales incidirá en la pérdida de creencias, saberes y prácticas tradicionales. Algunos autores enfatizan en que la práctica turística es una actividad que, si es adecuadamente gestionada, permite valorar y conservar el patrimonio, y contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las comunidades rurales. Como ejemplo, el aguardiente, la chicha en sus diversas variaciones, el carajillo, el canelazo y otras bebidas de Colombia han sido abordadas desde la visión turística, para promover su rescate a través de un turismo de bienestar y de la apropiación de los saberes tradicionales de las bebidas con la creación de talleres formativos, y con ello se responde a problemáticas presentes en la mayoría de las bebidas de la región de Colombia (Ríos y Alemán, 2019).

En Ecuador, Gaglay (2016) propone la creación de rutas gastronómicas para rescatar los valores en las bebidas que denomina ancestrales, con el objetivo de lograr que la Sierra Norte de Ecuador sea conocida por sus bebidas ancestrales, además de sus diversos atractivos naturales y culturales. Por otro lado, de acuerdo con Solís *et al.* (2014), en Bolivia la chicha se ha visto desvalorizada por considerarse una bebida insalubre, por lo que su consumo se concentra en adultos mayores únicamente. Derivado de esta problemática, los autores proponen trabajar en la socialización de este patrimonio cultural.

En México existen celebraciones, ferias y festivales en los que el atractivo principal son las bebidas tradicionales y/o típicas tales como el pulque, el mezcal, el tequila, el tepache, el sotol, entre otros. Entre las finalidades de estos festivales se encuentran fortalecer la cultura de consumo de productos locales, ganar posicionamiento por parte de los productores nacionales y ampliar el conocimiento cultural y tradicional en torno a las celebraciones y los bienes patrimoniales asociados a estas (Islas-Moreno *et al.*, 2021; Rangel, 2019).

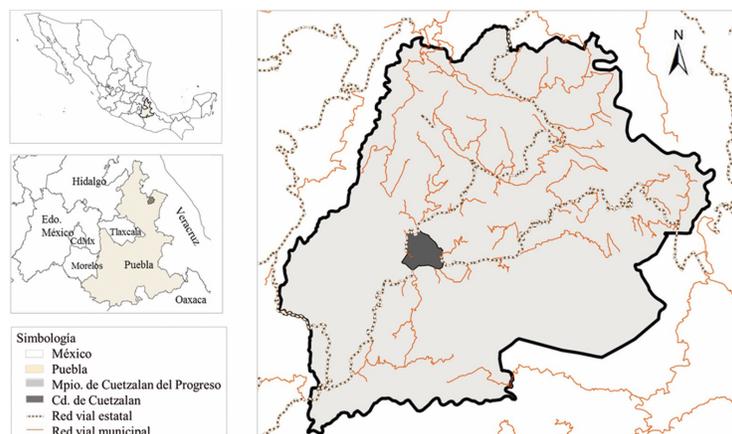
El Yolixpa, bebida tradicional y objeto de estudio del presente estudio, también se ha incorporado a la esfera turística de Cuetzalan del Progreso, municipio con trayectoria turística al alza desde hace más de treinta años donde, por el incremento del flujo turístico, los productos locales han sido altamente demandados, lo que se estima genera efectos de distinto tipo en el área de influencia. La adecuada gestión del patrimonio biocultural en general, y de la bebida en particular, es de suma importancia para su permanencia; de tal manera que se requiere promover procesos basados en valores colectivos, adoptar enfoques que prevean y gestionen el cambio, diseñar estrategias de definan y monitoreen adecuadamente el patrimonio y reforzar los sistemas tradicionales de gestión patrimonial (UNESCO, 2014).

Área de estudio

El pueblo nahua de Cuetzalan del Progreso se ubica en la Región Sierra Noreste del estado de Puebla, México (Figura 1). La población del municipio de Cuetzalan suma 49.864 habitantes, de los cuales el 69.7% son hablantes de lengua originaria.

Figura 1. Mapa de ubicación del área de estudio

Figure 1. Location map of the study area



Fuente: elaboración propia (2021). Source: own elaboration (2021).

Para la cultura nahua su identidad, su memoria y su lengua son los elementos más importantes, en los cuales sustentan su pertenencia cultural. Los *masehualmej* o *masehual* (campesinos) conservan valores, usos y costumbres vinculados con su mundo simbólico; tienen relaciones estrechas con la naturaleza y su entorno en tres dimensiones: lo terrestre, el universo y el devenir del ser humano (Hinojosa y Ruiz, 2015).

Cuetzalan se caracteriza por un ecosistema natural con alto grado de humedad y biodiversidad típica del bosque mesófilo de montaña o bosque de niebla, considerado uno de los ecosistemas más importantes de México por su relevancia biológica y ecológica (CONABIO, 2014). Las características culturales y naturales otorgan al municipio en cuestión un mosaico biocultural que ha sido usufructuado por la actividad turística por más de treinta años. Durante este tiempo el municipio ha sido acreedor a distintos nombramientos de orden turístico: en la década de los 90, la Secretaría de Turismo Federal le otorgó la categoría de “Pueblo con vocación turística” dentro del Programa Sierra Mágica, para impulsar la demanda turística del municipio. Asimismo, desde el 2002, es parte del programa federal Pueblos Mágicos (Herrera, 2018).

Dichos reconocimientos han dinamizado la actividad turística en el municipio de Cuetzalan. Los datos muestran un incremento de la derrama económica por turismo en el municipio: en el año 2003, a un año del nombramiento de Pueblo Mágico, la actividad turística generó 44.560.662 de pesos; para el año 2010 la derrama económica fue de 72.490.855 de pesos y para el año 2018 generó un total de 232.775.435 de pesos (Programa Municipal de Desarrollo Turístico, 2018). La oferta turística del municipio está integrada por turismo de aventura, ecoturismo, turismo rural y turismo cultural, donde se integra el Festival del Yolixpa, objeto de interés del presente estudio. Hoy en día, el turismo en Cuetzalan representa empleo e ingresos para el 59.3% de la población económicamente activa (PEA); en otras palabras, seis de cada diez personas de doce y más años de edad trabajan en el sector turístico en el municipio (Data MÉXICO, 2020).

Estrategia metodológica

Con la finalidad de dar voz a los distintos actores involucrados en el Festival del Yolixpa, se empleó una estrategia metodológica cualitativa y se determinó incluir en el estudio a productores, actores gubernamentales y prestadores de servicios tales como hoteleros, comerciantes y representantes de agencias de turismo local. Respecto a los turistas, si bien se reconoce que son de gran relevancia dado que demandan la bebida y participan en el festival como espectadores y consumidores, con estos últimos no fue posible interactuar a causa de la pandemia por la COVID-19 que, durante el año 2020, anuló la afluencia turística en Cuetzalan. El trabajo de campo se realizó en los meses de junio y julio del 2020.

Utilizamos dos técnicas de investigación: observación participante y entrevista a profundidad. La primera se llevó a cabo con los productores de Yolixpa, con quienes se participó en la elaboración de la bebida. Para las entrevistas a profundidad se empleó un muestreo no probabilístico (bola de nieve), dirigidas con base en guiones semiestructurados, de los cuales se diseñaron tres, uno para cada tipo de actor: el primero se aplicó a los productores de Yolixpa, el segundo a prestadores de servicios y el tercero se dirigió

a actores gubernamentales integrantes del comité organizador del festival y al director de turismo del municipio. En general, los instrumentos permitieron recabar información relacionada con las formas en la que se gestiona, comercializa y promociona el Yolixpa en el festival, así como los impactos de este sobre la bebida.

Adicionalmente se recurrió al diálogo con los sabios de la comunidad, por ser quienes poseen especial conocimiento y significado del Yolixpa.

El Yolixpa, la bebida de los masehual del pueblo nahua en Cuetzalan del Progreso, Puebla

El Yolixpa es una bebida tradicional elaborada a base de aguardiente de caña, azúcar o piloncillo y plantas medicinales, entre las que encuentran la ruda (*Ruta graveolens L.*), el maltanzin (*Scutellaria guatemalensis*), el hinojo (*Foeniculum vulgare Mill.*), zacate limón (*Cymbopogon citratus (DC.) Stapf*), el ajenjo (*Artemisia annua L.*), la manzanilla (*Matricaria chamomilla L.*), el limón (*Citrus limon (L.) Burm. f.*), el tesedrón (*Aloysia citrodora Palau*), por mencionar algunas. De acuerdo con los entrevistados, actualmente, se utilizan entre 14 y 27 plantas para preparar la bebida, lo que depende del conocimiento de cada productor.

Su proceso de preparación es tradicional. Aunque se desconoce la fecha exacta en la que comenzó a elaborarse, entre los masehual se menciona que “lo elaboraban los abuelos” y que es una bebida que ha traspasado generaciones.

Actualmente se tiene un registro de 23 productores, quienes habitan en diferentes juntas auxiliares del municipio (Roberto y Alfredo, comunicación personal, julio 2021). Cada yolixpero —acepción que identifica a los productores de Yolixpa— produce la bebida en su propia casa con la receta que cada uno conserva, para lo cual emplean utensilios cotidianos, pero exclusivos, para este fin.

Los productores mencionan que hasta el momento no se han requerido permisos para comercializar la bebida, dado que su venta es dentro del municipio. Es así que existen tres maneras de comercializar el Yolixpa: (a) los productores que venden en sus hogares pequeñas cantidades de la bebida (menos de 100 ml); (b) los que venden los días sábados de tianguis o en los locales comerciales (medio litro o más), y (c) los que venden en las ciudades a través de familiares o amigos (Figuras 2 y 3).

En cuanto a la definición más aceptada por los pobladores es que el término Yolixpa deriva de la combinación de dos palabras náhuatl que son: *Yolix* (pecho) y *pa*, dando sentido a medicina, porque medicina en náhuatl se traduce como *Pajti*. No obstante, cada productor concibe y da sentido a la bebida desde su propia experiencia y cosmovisión; debido a esto se pueden encontrar definiciones como “cerca del corazón” o “medicina para el corazón”. Para algunos *Yolix* significa “corazón” e *ixpa* significa “salud (por la persona que va consumir esta bebida)”, mientras en otros casos Yolixpa lo traducen como “corazón alegre” debido a que el consumo de la bebida provoca una condición de embriaguez, que se asocia a sentimientos de alegría, razón por la que “el corazón se pone contento” (R. Guerrero, comunicación personal, junio 2020).

El Yolixpa, de acuerdo con algunos productores, es un remedio medicinal que cura todos los males, incluso los sobrenaturales como el mal aire y el mal de ojo (G. López, comunicación personal, julio 2020). El Yolixpa es más que un alcohol, es un espíritu (C. Flores, comunicación personal, julio 2020), es una herencia cultural que ha permanecido en el municipio de Cuetzalan por años y lo reconocen con el sobrenombre del “todopoderoso” dado que, por concepción y cosmovisión nahua, el Yolixpa es una bebida sagrada porque representa la bebida de los dioses de ese pueblo originario y, por ello, posee propiedades curativas (M. Morales, comunicación personal, junio 2020).

Figura 2. Yolixpa tradicional
Figure 2. Traditional Yolixpa



Figura 3. Vendedora de Yolixpa, centro de Cuetzalan
Figure 3. Saleswoman from Yolixpa, downtown Cuetzalan



Fuente: trabajo de campo, Cuetzalan del Progreso (2020). Source: field work, Cuetzalan del Progreso (2020).

Si bien en Cuetzalan el uso de Yolixpa es cotidiano, algunos yolixperos advierten que se tiene que tener cuidado para consumirlo y esto se debe a que la mayoría de las plantas medicinales que se utilizan en la preparación de la bebida son hierbas calientes y, en cantidades altas, puede ser dañina para algunas personas; por eso los productores recomiendan un consumo regulado, tal como comparte C. Flores:

En lo personal yo recomiendo principalmente a las personas que son diabéticas, que sufren de la presión o con problemas respiratorios no consumir el Yolixpa, debido a que la mayoría son hierbas calientes como la manzanilla, el ajeno, el té limón y esto puede provocar que las personas que sufren de diabetes comiencen a sentir bochornos, se les suba la presión, por eso es recomendable [que si desean consumirlo lo hagan] en cantidades moderadas y [sea] un Yolixpa rebajado con agua hervida o sustituir el aguardiente con vino de Jerez es más recomendable para ellos. (C. Flores, comunicación personal, julio 2020)

Lo anterior está asociado a la concepción de alimentos fríos y calientes que, para los grupos indígenas, están relacionados con la salud y el bienestar de las personas; de tal forma que este sistema dual es un componente de la cosmovisión mesoamericana y se basa en el equilibrio entre humanos, medioambiente, animales y plantas.

Como remedio, la cantidad de Yolixpa a consumir es variable, pero sea cual sea la enfermedad que se quiera curar, se recomienda consumir únicamente tres sorbos al día, uno después de cada comida (I. Narciso, comunicación personal, 2020). Otros productores recomiendan el uso del Yolixpa, sin endulzante, en los baños de vapor, principalmente para las mujeres después del parto. Respecto a ello S. Manzano mencionó que

Cuando las mujeres salen del parto se les recomienda que deben tomar tres baños de agua con hierbas muy calientes, es aquí donde las parteras de años atrás recomendaban agregarle tres chorritos de Yolixpa a su agua para ayudarle aún más a recuperarse. (S. Manzano, comunicación personal, 2020)

Lo señalado por S. Manzano alude a la práctica mesoamericana del temazcal en los pueblos originarios, que persiste en la actualidad y que está relacionada a la costumbre de que las mujeres parturientas tomen baños calientes con hierbas, como método de limpieza integral y para recuperar el equilibrio y la salud, en el plano corporal y simbólico (Aparicio, 2006). En Cuetzalan también se usa el temazcal para que a las mujeres no les quede inflamado el estómago y el vientre por todo el aire que penetra en su cuerpo durante el parto; es así como las parteras recomiendan el Yolixpa en esta práctica que, al estar compuesto de plantas curativas y calientes, contribuye a dicho fin.

Como puede observar el lector y la lectora, existe una diversidad de creencias, conocimientos y prácticas que le otorgan gran valor biocultural a la bebida, por lo que su permanencia es imprescindible para los pobladores del municipio en cuestión.

El festival del Yolixpa, escenario turístico de claroscuros para los actores involucrados del pueblo masehual

En reconocimiento al valor cultural del Yolixpa, la Dirección de Turismo Municipal celebró el primer Festival del Yolixpa en el año 2014. Posterior a esa fecha, se realizaron cinco versiones más del festival y se canceló en 2020 y 2021 por la pandemia. El festival fue la punta de lanza para posicionar a la bebida como uno de los elementos de mayor importancia cultural, simbólica y económica del municipio; tiene una duración de dos días y se realiza entre la última semana de julio y la primera semana de agosto, para aprovechar la temporada vacacional y de preferencia tiene que ser los días sábado y domingo por el arribo de turistas al municipio.

Originalmente esta celebración se presentó como “un evento degustativo, de convivencia sana, con el fin de involucrar a la población local con el turismo, permitiendo el intercambio de conocimientos y experiencias” (M. Morales, comunicación personal, junio 2020); adicionalmente, se esperaba que el festival permitiera reconocer el trabajo y los conocimientos de la comunidad local y la labor que desempeñan por la conservación y permanencia de los saberes tradicionales del municipio.

Es así que en el festival del Yolixpa, año con año, se presentan elementos del patrimonio biocultural que a continuación se enuncian brevemente:

- Participación de los *tatiaxcas* (sabios y ancianos de la comunidad), pues se cree que son quienes otorgan la fuerza y la paz en el evento, a razón de su edad y experiencia de años de vida.
- Ceremonia de iniciación, bienvenida, colocación del collar de flores y el rezo, realizadas para atraer energías positivas y distinguir a personas que ocupan un cargo importante en el evento.
- Son del *Xochipitzahua* (representa la unión de los lazos familiares) para amenizar el evento.
- Muestra gastronómica y artesanal.
- Participación de la reina del huipil (representante de la cultura nahua) y de la reina del café (representante del turismo).
- Danza de los voladores, la más representativa del municipio.
- Desde el 2017 se promueve el uso del traje típico en las niñas y la participación de los niños en la danza de voladores, esto con el fin de enseñar y cultivar las prácticas y saberes de la cultura nahua desde la infancia.

Con el paso de los años, durante el festival, los elementos culturales propios de los nahuas de Cuetzalan se han combinado con otros ajenos, dando lugar a una cultura apropiada (Bonfil, 1988). Al parecer, esto se ha hecho con la finalidad de incentivar la llegada de más turistas y visitantes a la celebración y de incrementar su consumo; por ejemplo, se han creado derivados del Yolixpa (galletas, dulces y pasteles de Yolixpa) que principalmente son orientados al público infantil; además se diseñó una botella gigante con litros de Yolixpa, con la cual se reparten gratuitamente “tragos” de la bebida al público presente en el festival. También se han sumado instituciones educativas con bailables para amenizar el evento.

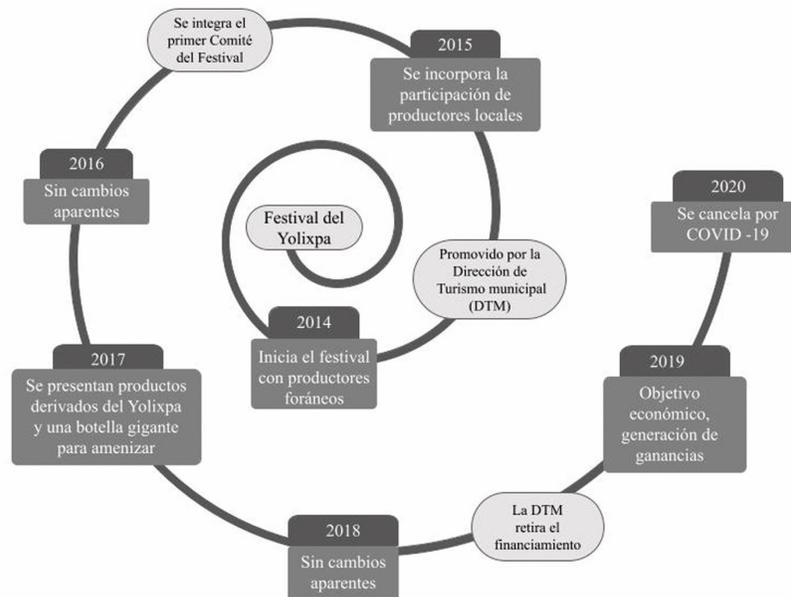
En lo que respecta a la gestión del festival, se resume de la siguiente manera: planeación, implementación y comercialización. Participan diversos actores locales, que son participantes activos, individuales o colectivos que, por su heterogeneidad, cuentan con distintas capacidades de saber, decidir y actuar; de ahí la importancia del enfoque centrado en el actor, para la comprensión de las diferentes formas sociales para encarar y resolver conflictos (Long, 2007).

En un inicio la gestión del festival estuvo a cargo de los representantes de la Dirección de Turismo Municipal, considerados como actores gubernamentales. Actualmente es el comité organizador del festival, que se integra por cinco personas procedentes de las juntas auxiliares del municipio (San Andrés Tzicuilan, Yohualichan, San Miguel Tzinacapan, Cuetzalan centro), quienes realizan estas actividades. Por su parte, los expositores en el festival son prestadores de servicios turísticos que operan en el municipio (hoteleros, restauranteros, comerciantes y agencias turísticas locales y productores de Yolixpa locales y foráneos). Respecto a los gastos necesarios para la realización del festival, el financiamiento fue otorgado por la dirección de turismo municipal hasta la emisión del 2018; asimismo, la SECTUR federal se encargó de cubrir los gastos de promoción, también hasta 2018.

Cabe señalar que en el último festival, realizado en 2019, ni la SECTUR ni la dirección de turismo municipal otorgaron financiamiento para el desarrollo del festival, quedando la gestión en manos del comité y de los productores. Esta decisión unilateral transgredió en gran medida el objetivo cultural del evento, debido a que los productores tuvieron que realizar aportes económicos para su realización y entre ellos se asumió la consigna de recuperar la inversión.

De acuerdo con lo anterior, si bien se identifican similitudes logísticas en las primeras cuatro ediciones del Festival del Yolixpa, en la opinión de los entrevistados son tres los años donde se aprecian cambios significativos en la gestión de la celebración y, por tanto, son considerados de mayor impacto para la bebida (Figura 4).

Figura 4. Fechas de mayor importancia en los seis festivales del *Yolixpa*
Figure 4. Most important dates in the six Yolixpa's festivals



Fuente: elaboración propia (2021). Source: own elaboration (2021).

A decir de los entrevistados, entre las razones que incidieron en los cambios señalados en la figura anterior destaca la popularidad ganada por el festival y el consecuente incremento de la afluencia turística. En ese sentido, el Festival del Yolixpa ha sido una de las acciones más importantes, desde la visión de los pobladores, para posicionar al Yolixpa en la escena turística.

Sobre el impacto que tienen las fiestas y festivales creados para el turismo existen opiniones contrapuestas. Por ejemplo, Andrés (2004) señala que los festivales son escenarios donde se generan mejoras sociales para las generaciones venideras y que tienen importancia en la formación de identidades nacionales y regionales; a su vez, indica que fomentan la unión entre los pobladores de las distintas comunidades que asisten al festival, por lo que son una vía para revitalizar y conservar prácticas culturales locales y para fomentar la interacción y el diálogo intercultural. Por su parte Herrera (2018), Requena

(2017) y Velarde *et al.* (2021) señalan que las fiestas desencadenan tensiones, privatización y exclusión cuando comienzan a visualizarse únicamente como atractivo turístico, perdiendo su sentido original.

En el caso del Festival del Yolixpa y en la opinión de los productores entrevistados, esta celebración tiene connotaciones negativas y es vista como algo perjudicial para el patrimonio “porque es una manera de vender la cultura y el saber del pueblo” (C. Flores, comunicación personal, junio 2020).

La evidencia empírica sugiere que si bien año con año el festival se realiza con las mejores intenciones, no siempre ha derivado en resultados óptimos y equitativos. Originalmente el festival promovía la interacción y la comunicación entre los locales y externos, así como la valoración cultural e identitaria de la bebida, mas el aumento de la afluencia turística en el festival incrementó la demanda de la bebida, lo que a su vez incidió en su transformación. Las transformaciones del Yolixpa identificadas en este estudio son de tres tipos: de producción, de intercambio y de significado.

En cuanto al proceso de elaboración, los cambios son evidentes tanto en las técnicas como en los insumos requeridos. Los productores mencionan que anteriormente el Yolixpa se obtenía de un proceso de decocción y maceración de 32 plantas medicinales, y actualmente solo se usa la maceración en vitrolero poniendo a reposar entre 14 y 27 plantas medicinales. Asimismo, el tiempo de reposo ha disminuido pues ante la demanda de la bebida algunos productores maceran la preparación durante 3 o 4 días, cuando lo recomendable es hacerlo por 30 días o más, a fin de obtener todas las propiedades de las plantas y un mejor sabor. Por otro lado, respecto a los insumos, el aguardiente que se utilizaba para su elaboración se obtenía de un destilado artesanal pero, actualmente, ante la falta de productores de aguardiente, este se compra con gente foránea del municipio, así como algunas plantas medicinales que se han dejado de cultivar.

En cuanto a la presentación de venta del Yolixpa, observamos que algunos productores agregan colorantes y endulzantes artificiales a la bebida para agradar a la vista y el paladar del turista; así mismo la venta de la bebida en el festival actualmente implica ser “estética”, es decir, en botellas de cristal y con etiquetas de presentación para captar la atención del consumidor. El elemento estético ha dejado fuera del juego a productores tradicionales que, al no contar con ingresos suficientes, distribuyen la bebida en botellas de plástico sin etiquetas.

Lo hasta aquí expuesto es coincidente con estudios que evidencian que la valoración turística de los bienes patrimoniales desencadena procesos complejos de mercantilización, de dependencia económica, problemas éticos y de pérdida de identidad (Alonso y de la Cruz, 2021; Maffini y Maldonado, 2019). En otras palabras, con este trabajo se revela también que la integración del patrimonio biocultural al escenario turístico induce cambios que lo afectan transversalmente, no solo en las prácticas sino también en los saberes y sentidos que lo constituyen.

Cabe mencionar que quienes suscriben este trabajo no cuestionan la venta de la bebida, sino más bien la forma e intensidad con la que esta se realiza.

Sin tener datos precisos, se sabe que el Yolixpa es fuente de ingreso para las familias de Cuetzalan. Su elaboración y venta ha estado presente en toda la trayectoria turística del municipio e incluso antes; no obstante, la exigencia de más Yolixpa para más consumidores, potencializada desde la creación del festival, ha ocasionado también el cambio de sentido y de significado de la bebida. Es así que el Yolixpa en Cuetzalan está transitando por procesos de mercantilización y de resignificación, de tal forma que su valor comercial —como mercancía— se impone ante el valor de uso —como medicina— y, además, el significado de bienestar, de salud y de alegría del Yolixpa, que antiguamente prevalecía, ahora está cediendo el paso al Yolixpa como licor tradicional (Figuras 5 y 6). En este sentido es preciso matizar y señalar que hay productores que mantienen el valor cultural e identitario del Yolixpa, pero que a su vez reconocen que cada vez son menos los que conservan la bebida “como la hacían los abuelos”.

Figura 5. Yolixpa medicinal
Figure 5. Medicinal Yolixpa



Figura 6. Yolixpa ofertado como licor
Figure 6. Yolixpa offered as liquor



Fuente: trabajo de campo, Cuetzalan del Progreso (2020). Source: field work, Cuetzalan del Progreso (2020).

El valor económico del Yolixpa que ahora se prioriza se ha materializado, desde el año 2010, en la marca patentada de nombre Yolixpa Teepak, en manos de un joven oriundo de Cuetzalan. Esta nueva marca de Yolixpa propició que en cada evento turístico promovido por instancias gubernamentales municipales, estatales y nacionales, siempre se participe con esta marca, dejando a un lado el Yolixpa de los productores. La razón es simple: “la marca cumple con los estándares de calidad que se requieren para participar en dichos eventos” (M. Morales, comunicación personal, junio 2020). Es así que el Yolixpa Teepak se posicionó en el mercado internacional después de haber obtenido la medalla de plata en San Francisco World Spirits Awards 2019, una competencia de bebidas espirituosas que le otorgó reconocimiento y prestigio a la bebida con marca, relegando el Yolixpa de los pobladores en todos los sentidos; en el económico, la diferencia de precios lo dice todo, \$700/l del Yolixpa Teepak frente a los \$80/l del Yolixpa tradicional.

En este orden de ideas, Balarezo discute el impacto de las marcas en el mercado actual, que exige cada vez más volúmenes de producción que, en la mayoría de los casos, no es posible cubrir con procesos artesanales, por lo que las marcas y la industrialización que estas implican, son vistas como amenazas a la cultura y a lo tradicional; el autor señala: “La producción industrializada en masa ha deteriorado los valores de calidad, unicidad, y producción manual, sustituyéndolas por ventajas económicas” (Balarezo, 2016: 7). Por su parte, Gómez-Cuevas *et al.* (2020) mencionan que la alta demanda y las exportaciones de las bebidas tradicionales propician y transforman la originalidad del proceso artesanal de elaboración; como caso de estudio los autores mencionan que el tequila enfrenta un proceso de aculturación tras la alta demanda del producto, que ha provocado la disminución en su calidad; por tanto, los autores sugieren el rescate de las prácticas de elaboración artesanales, que poseen mayor sentido de pertenencia, para evitar su desvalorización.

En correspondencia con lo señalado por Gómez *et al.* (2020), en la opinión de los productores entrevistados, en el caso del Yolixpa la demanda, la promoción y la forma en que se ha gestionado el festival han influido en las transformaciones de la bebida, de su significado, del proceso de elaboración y de su uso. Asimismo, refieren que el aumento de la demanda conlleva la disminución de la calidad de la bebida, principalmente en las temporadas altas cuando la actividad turística en el municipio incrementa.

Es así que los productores entrevistados reconocen que el Festival del Yolixpa genera aportaciones económicas, empero son de mayor impacto las repercusiones negativas, ya que más que un encuentro cultural que propicie la apropiación cultural e identitaria de los locales, la celebración se aprecia como una actividad que lucra con la cultura y propicia la pérdida de los saberes tradicionales; además, desde el punto de vista de los yolixperos y habitantes del municipio de Cuetzalan, el festival no ofrece relaciones equitativas dado que los actores institucionales y gubernamentales son los que más se benefician —social y políticamente— de estas actividades, por la frecuente interacción hacia el exterior. Tales resultados coinciden con lo expuesto por Devesa *et al.* (2012) quienes señalan que los festivales propician el desplazamiento de los residentes y homogeneización cultural.

Lo hasta aquí expuesto corresponde a las consideraciones en torno al Festival del Yolixpa, desde la mirada de los productores y habitantes del municipio, que en suma tienen opiniones negativas sobre la celebración. Es notable que esta valoración contrasta con la de los actores gubernamentales y prestadores de servicios, para quienes el festival representa ingresos económicos considerables y porcentajes de ocupación hotelera cercanos al 100%, lo que propicia desarrollo económico (González y Morales, 2017).

Según los actores gubernamentales y prestadores de servicios entrevistados, el Primer Festival del Yolixpa (2014) provocó la afluencia de cerca de 6.000 turistas (M. Morales, comunicación personal, junio, 2020) y con ello el consumo de productos locales. Estos actores afirman también que el festival se ha convertido en un espacio de interacción y de diálogo entre residentes y turistas nacionales y extranjeros “donde más que competir por vender [el festival] es una fiesta de sana convivencia y entre ellos [los productores] intercambian sus conocimientos y no existe rivalidad” (M. Morales, junio 2020). Incluso, de acuerdo con los actores gubernamentales y los prestadores de servicios entrevistados, el Festival del Yolixpa, además de dar a conocer la cultura local del municipio y las

prácticas tradicionales, genera conciencia ecológica entorno a la conservación del patrimonio natural al generar nuevas formas de vender y disminuir el impacto ambiental y permite que otras comunidades cercanas, e inclusive otros estados, reconozcan el trabajo que realizan los pobladores de Cuetzalan para la conservación de su patrimonio natural y cultural. Este reconocimiento es importante para los pobladores porque incrementa su popularidad como destino turístico y reafirma su título de Pueblo Mágico.

La Tabla 1 resume los efectos percibidos por los distintos actores-productores, actores gubernamentales y prestadores de servicios que participaron en el estudio sobre el Festival del Yolixpa en Cuetzalan del Progreso.

Tabla 1. Repercusiones positivas y negativas del Festival del Yolixpa
Table 1. Positive and negative repercussions of the Yolixpa Festival

Actor	Efectos positivos	Efectos negativos
Productores locales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Derrama económica en el municipio. 2. Demanda y mayor consumo de productos locales. 3. Ingreso para sus familias. 4. Reconocimiento del patrimonio del municipio. 5. Apoyo a algunos productores locales que participan en el evento. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El festival lucra con la cultura. 2. El festival propició el surgimiento de una marca (Yolixpa Teepak) que afectó la valoración del Yolixpa artesanal y desplazó el Yolixpa de los productores en los eventos turísticos a nivel estatal 3. El festival provocó cambios en el significado, elaboración y usos de la bebida. 4. En los primeros años no se tomó en cuenta la participación de los productores locales. La gente que participa actualmente es, en su mayoría, del centro del municipio, comerciantes o intermediarios que cuentan con locales y etiquetas. 5. El festival incentivó la demanda de productos con sabores y colores diferentes, lo que ocasionó que los productores de Yolixpa se adaptaran a las preferencias del turista. 6. El festival indujo a que muchos de los productores locales cambiaran la forma de presentar la bebida; ahora se incluyen etiquetas de presentación y envases de cristal, lo que incrementa los costos y el desplazamiento de los productores que no lo hacen así. 7. El festival propicia la competencia entre vendedores de la bebida en el mercado local. 8. Genera demasiada basura y deterioro del paisaje.
Gubernamentales y prestadores de servicios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intercambio de saberes entre los locales y el turista. 2. Reconocimiento del patrimonio del municipio. 3. Demanda de productos locales e incremento del ingreso económico de las familias que los producen. 4. Fomenta la conciencia ecológica; se prohíbe el uso de plásticos y desechables y se opta por el uso de barro, bambú o bolsas de papel. 5. Innovación y mejoras en productos locales, generando así nuevas oportunidades en el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La mala organización y comunicación con las autoridades correspondientes. 2. Consumo en exceso de la bebida, por parte de los habitantes, genera tensiones entre habitantes y turistas. 3. El desacuerdo con algunos productores que se niegan a participar porque consideran que el festival únicamente es un espacio para vender. 4. Únicamente se lleva a cabo dos días al año. 5. No se cuenta con más actividades que motiven la asistencia de más turistas, debido a que hace falta la participación de más gente especializada en el tema.

Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo (2020).
 Source: own elaboration based on field work (2020).

De acuerdo con lo observado en el trabajo de campo, aunado a las opiniones presentadas en la tabla anterior, se deduce que las celebraciones turísticas vinculadas a bienes patrimoniales, ferias o festivales, generan resultados que son valorados de distinta manera, debido a los diversos intereses y ópticas que convergen para su realización. Es el caso del Festival del Yolixpa, donde confluyen objetivos culturales y económicos con efectos percibidos positiva y negativamente, contraste que puede resumirse con el uso de la paremia “Cada uno habla de la feria como le va en ella”, pues en términos generales significa que cada persona se refiere a las cosas de acuerdo con el perjuicio o beneficio que obtiene de estas.

Lo hasta aquí expuesto evidencia claroscuros en el Festival del Yolixpa, efectos positivos y negativos que convergen y se contraponen según la perspectiva de los actores que intervienen en el proceso de gestión (Long, 2007). No debe olvidarse que la celebración es un ejemplo de evento turístico, creado para el entretenimiento de los espectadores sobre la base de un bien patrimonial (Canclini, 1982); de tal manera que en su estructura y relato se integran elementos culturales, propios, ajenos y apropiados, que forman parte de la oferta de consumo turístico y que se distancian de lo observable en las fiestas tradicionales, populares o rituales que acontecen en los pueblos y que cumplen funciones sociales de bienestar colectivo, de comunidad y comunalidad (Díaz, 2004). Es así que la definición analítica de la celebración observada permite entender el contraste entre los beneficios y perjuicios percibidos por unos y otros actores, donde unos denuncian las tensiones y transformaciones de significados, conocimientos y prácticas, así como la reproducción del proyecto moderno-colonial (Herrera, 2018; Carrera, 2021), mientras que otros celebran la oportunidad de valorar el patrimonio y dinamizar el territorio (González y Morales, 2017; Espetix, 2004).

Lo anterior enfatiza la necesidad de promover procesos de patrimonialización en donde los sujetos sociales, individuales y colectivos sean capaces de ser constructores del patrimonio y no solo depositarios del mismo, lo que implica las acciones de incluir, escuchar y compartir. Asimismo se requiere de incentivar y fortalecer una conciencia patrimonial que permita a los sujetos comprender los procesos sociales y culturales que los vinculan lo que, eventualmente, les permitirá no solo valorizar un bien, sino todo el repertorio de bienes territoriales de los que disponen (Bustos, 2004).

Conclusiones

De acuerdo con los resultados expuestos en este estudio, se identificaron diversos actores involucrados en el Festival del Yolixpa en Cuetzalan del Progreso, Puebla. Estos son: productores, habitantes, actores gubernamentales y prestadores de servicios turísticos, y cada uno de ellos refiere efectos positivos o negativos de la celebración, con base en sus intereses y en la valoración que le otorgan a la bebida.

Este festival ha repercutido en la transformación de elementos del patrimonio biocultural de Cuetzalan, pero particularmente de la bebida tradicional del Yolixpa. Desde la mirada de los actores gubernamentales y los prestadores de servicios el festival genera crecimiento económico para los pobladores, otorga reconocimiento del patrimonio del municipio, promueve el encuentro y vínculo entre lo local y lo externo, entre otros

factores. En contraste, los productores y habitantes entrevistados señalan que este festival ha derivado en cambios significativos que repercuten negativamente en la bebida, tales como el proceso de elaboración, la presentación, el significado, el surgimiento de una marca, la escasa participación de los locales, así como la pérdida de saberes tradicionales, entre otros.

Es precisa una gestión del festival desde una mirada integral y responsable, que reconozca y promueva beneficios económicos justos y equitativos para los diversos actores, pero más importante aún, que abogue por la revalorización de la bebida como patrimonio biocultural del pueblo nahua de Cuetzalan del Progreso.

Se reconoce el esfuerzo que han realizado los actores locales por posicionar al Yolixpa en la esfera turística a través del festival; no obstante, es necesario que este patrimonio biocultural sea concebido y gestionado como tal, cuyo valor implica creencias, conocimientos y prácticas y no únicamente sabores, colores y tamaños. Es así que el festival del Yolixpa requiere que tanto productores como actores gubernamentales y prestadores de servicios trabajen en la búsqueda de equilibrios que les permitan aprovechar la plataforma turística del festival y del municipio en general, sin el detrimento del patrimonio. Para ello se recomienda el desarrollo de mecanismos que incrementen la participación de más actores locales y fortalezcan su capacidad de agencia; esto a partir de principios de corresponsabilidad y reciprocidad, donde el diálogo de saberes es fundamental y, con ello, el reconocimiento del yo y del otro, de intereses, percepciones y opiniones compartidos y divergentes, dirigidos a la práctica turística biocultural en Cuetzalan del Progreso.

Bibliografía

- Alonso, M. y de la Cruz, E. (2021). “La mercantilización de la comunidad: problemas éticos del turismo comunitario”. *RECERCA. Revista De Pensament I Anàlisi* 26(1): 93-110.
DOI <https://doi.org/10.6035/recerca.2021.26.1.5>
- Andrés, J. (2004). “Los festivales desde sus diferentes facetas”. *Faro Panorámica del Sector y las Industrias Culturales* 5. En <https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/2022/05/Revista-Faro-5-ISSN.pdf> (consultado 04/07/2022).
- Aparicio, A. (2006). “El temazcal en la cultura tradicional de salud y la etnomedicina mesoamericana”. *Gazeta de Antropología* 22(16).
- Balarezo, D. (2016). *Entre la artesanía y la industria. Fusionando sistemas productivos: maderacerámica-totora*. Tesis de maestría. Cuenca, Universidad del Azuay.
- Boege, E. (2008). *El patrimonio biocultural de los pueblos indígenas de México. Hacia la conservación in situ de la biodiversidad y agrobiodiversidad en los territorios indígenas*. Ciudad de México, Instituto Nacional de Antropología e Historia y Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. En https://idegeo.centrogeo.org.mx/uploaded/documents/El_patrimonio_biocultural-Eckart_Boege.pdf (consultado 30/05/2022).

- Bonfil, G. (1988). “La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos”. *Anuario Antropológico* 86: 13-53.
- Bustos, R. (2004). “Patrimonialización de valores territoriales: Turismo, sistemas productivos y desarrollo local”. *Aportes y Transferencias* 8(002): 11-24.
- Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. Ciudad de México, Nueva Imagen.
- Carrera, J. (2021). “Fiesta como espacio de colonial: El Tinkunaco en Argentina”. *Revista RIVAR* 8(23): 134-152. DOI <https://doi.org/10.35588/rivar.v8i23.4951>
- CONABIO (2014). *Documentos*. Ciudad de México, Gobierno de México.
- Data MÉXICO (2020). “Cuetzalan del Progreso, Puebla”. *Data México*. En <https://datamexico.org/es/profile/geo/cuetzalan-del-progreso> (consultado 05/05/2022).
- Devesa, M.; Báez, A.; Figueroa, V. y Herrero, L. (2012). “Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia”. *EURE* (Santiago), 38(115): 95-115.
DOI <https://doi.org/10.4067/s0250-71612012000300005>
- Díaz, F. (2004). “Comunidad y comunalidad. Culturas populares e indígenas”. En <http://rusredire.lautre.net/wp-content/uploads/Comunidad.-y-0comunalidad.pdf> (consultado 05/05/2022).
- Espetix, E. (2004). “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular”. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2(2): 193-213.
DOI <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2004.02.016>
- Gaglay, M. (2016). *Elaboración de una ruta turística Gastronómica en la sierra norte relacionada con las bebidas ancestrales para impulsar el Turismo*. Tesis de pregrado. Quito, Instituto Tecnológico Cordillera.
- Gómez-Cuevas, K.; Delgado-Cruz, A. y Palmas-Castrejón, Y.D. (2020). “Originalidad del tequila como símbolo de identidad mexicana. Percepción del turista-consumidor a partir de su exportación”. *Revista RIVAR* 7(21): 59-80.
DOI <https://doi.org/10.35588/rivar.v7i21.4638>
- González, F. y Morales, S. (2017). “El impacto cultural y social de los eventos celebrados en destinos turísticos. La percepción desde el punto de vista de los organizadores”. *Cuadernos de Turismo* 40: 339-362. DOI <https://doi.org/10.6018/turismo.40.309741>
- Herrera, L. (2018). “La festividad tradicional de San Miguel Tzinacapan y su transformación como objeto de consumo por parte de los turistas”. *Mitológicas XXXIII*: 71-92.
- Hinojosa, A. y Ruiz, J. (2015). “Sustentabilidad y cosmovisión del pueblo Nahuatl de Cuetzalan del Progreso Puebla, México”. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas* 1: 225-230.

- Islas-Moreno, A.; Rocillo-Aquino, I. y Thomé-Ortiz, H. (2021). “El papel de las fiestas en la revalorización del pulque, una bebida ancestral del centro de México”. *Revista RIVAR* 8(22): 128-145. DOI <https://doi.org/10.35588/rivar.v8i22.4780>
- Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. Ciudad de México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Maffini, N. y Maldonado, G. (2019). “Territorio, mercantilización de la naturaleza y turismo en la provincia de Córdoba, Argentina”. *Boletín de Estudios Geográficos* 111: 61-93.
- Programa Municipal de Desarrollo Turístico (2018). *Programa Municipal de Desarrollo Turístico. Cuetzalan del Progreso, Puebla, 2018*. Cuetzalan del Progreso, Municipio de Cuetzalan del Progreso.
- Quintero-Salazar, B.; Bernáldez, A.; Dublán-García, O.; Barrera, V. y Favila, H. (2012). “Consumo y conocimiento actual de una bebida fermentada tradicional en Ixtapan del Oro, México: la sambumbia”. *Alteridades* 22(44): 115-129.
- Rangel, O. (2019). “Génesis de una ciudad turística mexicana al comienzo del siglo XX: el antiguo centro minero de Guanajuato”. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 17(4): 827-840. DOI <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.057>
- Requena, M. (2017). “La fiesta como reproductora de diferencias sociales y como generadora de identidad”. *Prisma Social Revista de Ciencias Sociales* 19: 114-145.
- Ríos, M. y Alemán, J. (2019). *Las bebidas tradicionales del Antiplano Cuadyvacense y su vinculación con el Turismo*. Tesis de pregrado. Bogotá, Universidad Externado de Colombia.
- Sánchez, M.; López, E.; Flores, M.; Jofré, A.; Aguirre, J.; Morales, E. y Reyes, C. (2010). “Estudio preliminar del Axokot, bebida tradicional fermentada, bajo una perspectiva transdisciplinaria”. *Investigación, Universitaria Multidisciplinaria* 9(9): 113-124.
- SECTUR (2014). *Guía de incorporación y permanencia Pueblos Mágicos*. Ciudad de México, Secretaría de Turismo Federal.
- Solís, S.; Collazos, A. y Calvo, G. (2014). “Revalorización de la chicha, como patrimonio cultural de la Ciudad de Sucre”. *Revista de Aplicaciones del Derecho* 4(12): 21-28.
- Toledo, V. (2013). “El paradigma biocultural: crisis ecológica, modernidad y culturas tradicionales”. *Sociedad y Ambiente* 1: 50-60. DOI <https://doi.org/10.31840/sya.v0i1.2>
- UNESCO (2014). *Gestión del Patrimonio Mundial Cultural*. París, Organización de las Naciones Unidas para la Educación.
- Velarde, I.; Barrionuevo, C.; Bruno, M. y Laura, M. (2021). “Las fiestas como estrategia de valorización de recursos territoriales: experiencias en la Provincia de Buenos Aires, Argentina”. *Revista RIVAR* 8(24): 199-217. DOI <https://doi.org/10.35588/rivar.v8i24.5191>