

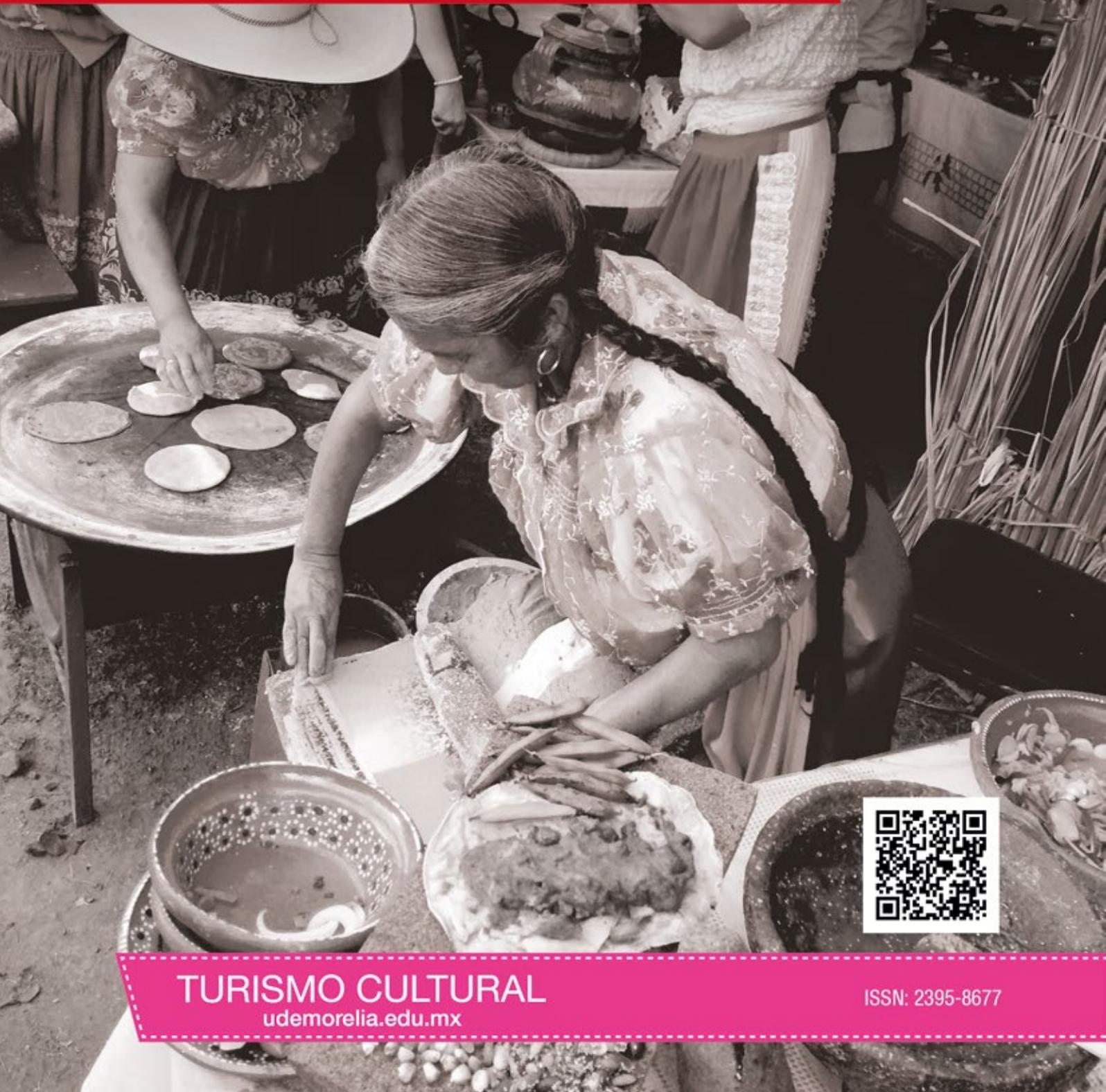
Babel

MAYO 2017

REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DE MORELIA

 UDEM
Universidad de Morelia

No.11



TURISMO CULTURAL
udemorelia.edu.mx

ISSN: 2395-8677

Estudia Turismo Cultural 



Construye 
la mejor versión de ti

udemorelia.edu.mx



EDITORIAL

La escuela de Turismo Cultural de la Universidad de Morelia se complace en presentar el décimo primer número de la revista Babel, dedicada en esta ocasión a reflexionar sobre las distintas posibilidades que el turismo y la cultura pueden ofrecer, una vez que se complementan a favor del desarrollo.

Inspirado en la declaratoria de la Organización Mundial del Turismo —la cual nombra al 2017 como el Año del Turismo Sostenible para el Desarrollo, en el que los valores culturales, diversidad y patrimonio constituyen una de las cinco prioridades a desarrollar— este número despliega distintas perspectivas, desde la de un académico hasta la de un emprendedor, pasando por la de un generador de estrategias, la del protagonista de un proyecto de salvaguarda o la mirada de un viajero.

Son diversos los elementos culturales que caracterizan a un grupo determinado, un estado o un país, como la vestimenta o la comida, las cuales revelan, a través de su uso y las costumbres que las rodean, aspectos económicos y sociales en la vida diaria y festiva de quienes los practican. Tal es el caso del kimono en Japón o la cocina tradicional michoacana. Ambas prácticas son resultado de la diversidad cultural y juegan un papel relevante en la transmisión de valores culturales.

Y si bien los elementos tradicionales de un pueblo son siempre un atractivo para el turismo cultural, también es necesario impulsar proyectos que se integren a una estrategia para el desarrollo sostenible en sus cuatro dimensiones: sociedad, medio ambiente, cultura y economía. Ejemplo de ello es el consumo cultural a través del concepto de cluster cultural en Morelia, el festival Entijuanarte o el turismo musical.

Al hablar de turismo cultural no se puede omitir una de las figuras más importantes: el turista o el viajero, aquél que se desplaza de su lugar de origen y contribuye en los procesos de desarrollo local; tan importante es el viajero por lo que deja, pero también por lo que se lleva y lo que en él se transforma a partir de sus experiencias de cada viaje.

Querido lector, esperamos que la selección de artículos representen una travesía placentera y reflexiva.

DIRECTORIO

No. 11 BABEL
MAYO-AGOSTO 2017

LIC. PEDRO CHÁVEZ VILLA
Rector

LIC. MA LAURA PÉREZ PINEDA
Directora General de Formación Institucional

LIC. REYNA GONZÁLEZ DELGADO
Vicerrectoría

MTRO. LEONARDO GABRIEL CHAUCA SABROSO
Secretaría Administrativa

MTRO. ALI SAID CÁZARES MOLINA
Director Académico

ALBERTO MORALES FLORES
Coordinador Editorial

DANIEL BENCOMO
Corrección de estilo

CONSEJO EDITORIAL

Mtra. Marcela García Delgado

Mtra. Catalina Sáenz Gallegos

Mtra. Ileri Ortiz Silva

COLABORADORES NO. 11

Amalia Ramírez Garayzar

María de los Angeles Valencia Colín

Yolanda Montejano Hernández

Paloma Feito Crespo

Jorge Eduardo Ortiz de Montellano García

Marcela García Delgado

Victoria González Chávez

Babel, Año 4, No. 11, Mayo-Agosto 2017, es una publicación cuatrimestral editada por la Universidad de Morelia, Fray Antonio de Lisboa No. 22, C.P. 58230, Morelia, Michoacán, Tel: (443) 317 7771, www.udemorelia.edu.mx, amorales@udemorelia.edu.mx, Editor responsable: Alberto Morales Flores. Reserva de derecho al Uso Exclusivo No. 04-2013-092513385000-102, ISSN: 2395-8677, otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Impreso por Escala Grafica Gdl S de RL de CV, Enrique Gonzalez Martinez No. 428 Col. Guadalajara Centro, CP. 44100, Guadalajara, Jalisco, este número se terminó de imprimir el mes de mayo de 2017 con un tiraje de 2000 ejemplares.

Babel no comparte necesariamente los contenidos expresados en ella; el contenido de los artículos es responsabilidad de su autor.

CONTENIDO

BABEL



Huellas que renacen: las artes textiles del kimono.

Amalia Ramírez Garayzar

4

Cluster en Morelia, como propuesta de valor para el desarrollo sostenible del consumo cultural.

María de los Angeles Valencia Colín

10

El festival Entijuanarte como latente generador de turismo cultural.

Turismo musical. Una posibilidad poco explorada en México.

Yolanda Montejano Hernández

16

18

Memorias de viaje: vivencias de Paloma Feito Crespo

24

Cocineras tradicionales de Michoacán.

Jorge Eduardo Ortiz de Montellano García

32

Victoria, la maestra cocinera de tierra caliente.

Marcela García Delgado

36

Chile relleno de Uchepo con salsa de Jocoque

40

HUELLAS QUE RENACEN: LAS ARTES TEXTILES DEL *KIMONO*

Amalia Ramírez Garayzar¹

Para Minoru

VESTIR A PRINCIPIOS DEL MILENIO

La moda es un fenómeno significativo. Para el semiólogo francés Roland Barthes la clave del acercamiento al tema de la moda está en reconocer al atuendo como un sistema, siendo cada uno de los elementos que lo conforma un *signo*. Así, el vestido sería “la tendencia de toda cobertura corporal a inscribirse en un sistema formal organizado, normativo, consagrado por la sociedad. [...] Lo que funda la indumentaria es la apropiación de una forma o un uso por parte de la sociedad mediante reglas de fabricación, no las variaciones en su *quantum* utilitario o decorativo”¹.

¿Quién impone esas reglas: el fabricante, las autoridades políticas o religiosas, el mercado? ¿Qué entiende Barthes por sistema, es decir, qué prendas pueden o no combinarse mediante qué reglas? Nos dice que este: “esencialmente se define por vínculos normativos, que justifican, obligan, prohíben

o toleran, en una palabra, reglamentan la combinación de prendas sobre un portador concreto, entendido en su naturaleza social, histórica: el sistema es un *valor*². Este enfoque es muy valioso para analizar las transformaciones de los sistemas indumentarios a lo largo del tiempo o también para comparar dichos sistemas a partir de las culturas, pero ha sido criticado por la rigidez de su esquema explicativo.

Fred Davis pone en duda que el de la indumentaria sea un código bien definido y recomienda cautela al adscribir significados precisos a las ropas, tendencia común en los estudios de los trajes con los que se identifica a poblaciones determinadas, como los llamados trajes “típicos” de una región o una nación. En todo caso, dice, sería un código de “baja semántica” o un quasi-código, pues los significados evocados a partir de las múltiples combinaciones entre telas, texturas, colores, volumen, silueta, ocasión, etcétera, estarían continuamente “en proceso”³. Davis propone la inexistencia de fórmulas que gobiernan las reglas, tal como existen en el discurso y en la escritura. Es por lo anterior que recomienda mesura al adscribir significados precisos a la mayoría de las ropas y eso vale también para la iconografía con la que se ornamentan.

En el presente artículo nos adentraremos solamente en el nivel de la apreciación de los vestidos o los trajes en tanto materia textil, cuyo valor está en sus cualidades estéticas y ornamentales por un lado, y como artefacto de la cultura por otro, es decir, por la serie de saberes que han sido desplegados

El artículo trata sobre la prenda emblemática del sistema indumentario japonés: el *kimono*, en tanto reflejo de técnicas textiles antiguas y complejas, que expresan de cierta manera el concepto de “arte” en Japón, vinculado a las prácticas de la vida cotidiana y al desarrollo de la personalidad y la sensibilidad estética. Se abordarán particularmente las técnicas de teñidos de reserva, como el *shibori*, presentes en *kimonos* de la Colección Kobayashi, recientemente exhibida en Morelia.

en sucesivos procesos técnicos, algunos de los cuales tienen una historia de siglos de permanencia. Renunciamos por el momento al análisis de la dimensión iconográfica y simbólica del sistema indumentario que nos interesa aquí, el *kimono*.

En toda la historia del vestido, nunca como ahora ha habido tantas marcas comerciales de ropa que estén dirigidas a usuarios específicos: juvenil, de dama, deportiva, etc. Es una práctica cotidiana que una persona en un almacén o tienda departamental se acerque directamente a la zona específica donde se despliegan las novedades de su marca o estilo de preferencia, revise rápidamente un exhibidor o “rack” y proceda a observar las características de las prendas que llamaron su atención: talla, precio, colores, etc.

La mayor parte de las prendas que vestimos lleva en alguna parte de su interior una etiqueta que nos informa sobre sus cualidades y las instrucciones que hay que seguir para darles cuidado. En la sociedad contemporánea, pues, hay una gran cantidad de información alrededor del mundano acto de adquirir vestidos. Resulta pa-

radójico por tanto, el que mucha gente no sepa cómo y de qué material están hechas sus vestimentas. Algodón o lino, teñido o estampado, son términos que poco le dicen al usuario promedio de ropa de moda. Tal parece que dicha información no es relevante, pero existe todo un universo de complejidad alrededor del vestido y de su material de confección: el textil.

En todos los continentes ha existido la producción textil desde tiempos muy antiguos. Desde hace miles de años se hacen tejidos con fibras tanto de origen vegetal como animal, es decir, obtenidas de la naturaleza.

Hace miles de años las herramientas y las técnicas textiles -como ocurre con los orígenes de casi toda producción humana- eran muy semejantes entre sí y ha sido la diversidad cultural la que, con el paso del tiempo ha generado la impresionante complejidad no sólo en técnicas, tejidos, materiales y tintes, sino en el tipo de objetos que salen de un telar: el lienzo de un paracaídas, un tapiz medieval, un pañal de bebé o un vestido de novia.

Hay tejidos que se desechan cuando



1. Profesora investigadora de tiempo completo de la Universidad Intercultural Indígena de Michoacán, adscrita al Programa Académico de Arte y Patrimonio Cultural; Arqueóloga, Maestra en Estudios Étnicos, Doctora en Historia. Líneas de investigación: Estudios del patrimonio cultural de los pueblos indígenas, pasado y presente del trabajo artesanal.

1. Roland Barthes, *El sistema de la moda y otros escritos* (Barcelona: Paidós comunicación, 2003), p. 352

2. Roland Barthes, *El sistema de la moda y otros escritos*, p. 353.

3. Fred Davis, *Fashion, culture, and identity* (Chicago, London: The University of Chicago Press, 1994), p. 5.

The article deals with the emblematic garment of the Japanese clothing system: the *kimono*, as a reflection of ancient and complex textile techniques, which expresses in a certain way the concept of “art” in that country, linked to the practices of daily life, personality and aesthetic sensibility. Special attention will be given to reserve dyeing techniques, such as the *shibori*, present in *kimonos* of the Kobayashi Collection, recently exhibited in Morelia.

pasan de moda, o cuando su uso continuado lo deteriora; sin embargo hay otros que se conservan aunque ya no se usen más. Las razones para conservar textiles son variadas: el precio asociado al alto valor de los materiales o su confección, el apego emocional, su relación con momentos importantes de nuestra biografía, la calidad excepcional, su valor histórico, etc.

Así, a lo largo de nuestra vida podemos guardar prendas de vestir o textiles diversos que las generaciones futuras valorarán o no; pero hay quienes desarrollan un particular aprecio por los textiles, tanto que se vuelven especialistas en las técnicas de producción o en su iconografía; tal vez se inclinen hacia objetos de determinadas épocas o bien a prendas específicas. Es común que estos especialistas se conviertan en coleccionistas.

Hay instituciones y museos que, por fortuna, tienen interés en la conservación de tejidos y vestimenta. En ellos es posible aprender mucho de la his-

toria, de la cultura y del gran legado técnico y estético que la humanidad tiene, aunque en muchos casos, ya no se encuentren en las mentes y los saberes de las personas.

En síntesis, a través del vestido podemos acercarnos a una gran cantidad de temas vinculados con la cultura, la sociedad y el individuo. Vestir es un acto social, el vestido es una piel social⁴. Ligada a la identidad la ropa es un dispositivo de percepción de la identidad sea de género, de clase, étnica u otra⁵. La indumentaria tradicional provee de mucha información sobre la sofisticación de las técnicas de embellecimiento de las ropas a través de sus telas, su material principal.

KIMONO

El *kimono* es el vestido tradicional del Japón; desde hace menos de un siglo su uso cotidiano se ha ido sustituyendo por la vestimenta occidental tanto en el

caso de las mujeres como de los hombres. En la actualidad es usado principalmente en eventos y ceremonias especiales y en general, es más usado por mujeres que por hombres.

Es posible imaginar la gran cantidad de talleres especializados en cada fase de producción que se requería para hacer *kimonos* hace 100 años. Por una parte, quienes producían las materias primas, desde el cultivo del gusano de seda, la hilatura, el tejido y la decoración de las telas y por otra, las personas que confeccionaban los *kimonos*. Hoy en día, los talleres deben ser menos, pero por fortuna se conservan los refinados saberes para producir estas maravillosas prendas, lo que hace que un *kimono* pueda alcanzar precios muy altos, pues se requieren muchas horas de trabajo para hacerlo.

En Morelia se inauguró en fecha reciente la exposición *Kimono: huellas que renacen*, que permitió al público moreliano conocer la vestimenta original japonesa, en la que destaca ciertamente el *kimono* –en japonés, literalmente ‘cosa para vestirse’– que se complementa con otras prendas como el *obi*, el *haori* y otras más⁶.

En la exposición se presentan piezas de la colección del diseñador japonés Minoru Kobayashi, radicado en Michoacán por cerca de treinta años, en la que claramente destaca el *kimono* como prenda emblemática del sistema indumentario japonés.

Minoru Kobayashi (Innoshima, Hiroshima, Japón) es un diseñador textil que vive en Michoacán; su formación le ha permitido estudiar y apreciar los textiles tanto japoneses como mexicanos, particularmente los de manufactura artesanal. A lo largo de sus viajes a su tierra natal reunió piezas textiles hechas a mano, con la intención original de integrarlas a nuevos productos, diseñados por él mismo para su uso personal. Se trataba de crear moda contemporánea aplicando detalles de *patchwork*⁷ con trozos de *kimono*, *obi* y otros textiles, los cuales ya no eran usados por miembros de su familia o amistades que, al tanto de los fines que perseguía, se los obsequiaban.

Hubo un momento en el que Kobayashi, al observar las piezas tradicionales que iba a recortar y deshacer para integrar a otras, notó detalles de factura y de confección que a la larga lo convencieron de no “intervenir” tales objetos; por ejemplo, los brocados en tejido circular, la técnica de decoloración en seda o los delicados bordados en hilo de oro, etc. que son sumamente sofisticados y que le llevaron a revalorar el trabajo artesanal plasmado en esas finas prendas. Lo anterior le hizo interesarse en rastrear la historia de dichas vestimentas y pudo conocer que tanto en su propia familia, como en las de sus amistades había algunas piezas que rebasaban los cien años, habiéndose heredado por varias generaciones, lo que se reflejaba en estilos que ya no están en uso⁸.

Como ocurre cuando crecen la valoración y el aprecio por determinado tipo

de creaciones, Kobayashi ha reunido un importante acervo que representa una diversidad de las técnicas textiles japonesas tradicionales y que se muestran en la exposición del Centro Cultural UNAM. Un dato interesante es que, a diferencia del coleccionista tradicional, no ha comprado ni una sola pieza de su acervo, sino que todas las ha recibido como obsequio por quienes amablemente le fueron entregando viaje a viaje una parte de su historia. Varias de las prendas que se exhiben le fueron donadas por su amiga Michiko Furusawa, también diseñadora textil; bellos atuendos que ella misma ha usado en alguna ceremonia especial de su infancia o juventud o prendas que pertenecieron a su familia. El propio Kobayashi ha traído a Morelia igualmente vestimentas familiares que, por no haber mujeres jóvenes en su familia, llevaban años sin ver la luz. Lejos de Japón, estas prendas *son huellas que renacen*.

Las artes textiles que se aplican para dar forma al *kimono* y al *obi* (el cinturón ancho con el que se sujeta el *kimono*) pueden ser extraordinariamente complejas; tal complejidad refleja una antigua tradición que respeta las materias primas y las técnicas decorativas coherentes, por supuesto, con el sistema estético japonés. Así, el tratamiento de la seda es importante desde la hilatura, pues según el procedimiento que se elija para hacer el hilo, se pueden generar tejidos finos y vaporosos como las gasas o los rígidos rasos; en cambio si se le deja la goma al hilo de seda por ejemplo, podemos obtener texturas rugosas como el *chantung*.



Otra fibra también usada en los tejidos japoneses es el algodón. Cada material reacciona de forma diferente al color y, si lo requiere, a los mordientes que se empleen, así como a procesos químicos como la oxidación, que sirve para intensificar el color aplicado.

Los colores se pueden aplicar con una amplia variedad de opciones, por ejemplo el teñido de los hilos con aplicación de reservas (*ikat*, *kasuri*, *tsumugi*) o sin ellas, o el pintado/teñido de las telas teniendo sus propias técnicas específicas de aplicación de reservas también (*yuzen*, *shibori*).

Las *reservas* son distintas formas de manipulación del cuerpo textil (sea

4. Terence S. Turner, “The social skin”, en: *Not work aline: a cross-cultural view of activities superfluous to survival*, Jeremy Chermas y Roger Lewin, editores (London: Temple Smith, 1980), pp. 112-140.

5. Amalia Ramírez Garayzar, *Tejiendo la identidad. El rebozo entre las mujeres purépechas de Michoacán* (México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2014).

6. *Kimono: huellas que renacen* (2017), exposición de la colección de Minoru Kobayashi. Centro Cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en Morelia; curaduría: Rie Arimura y Amalia Ramírez Garayzar; musografía: Carlos Reyes; asesoría de montaje: Minoru Kobayashi, Michiko Furusawa. El catálogo de la exposición puede ser consultado en línea, a través del siguiente vínculo: <http://www.enesmorelia.unam.mx/index.php/eventos-cc-unam/kimono-huellas-que-renacen/>

7. El *patchwork* es una técnica de factura decorativa de una tela con retazos o fragmentos de otras telas. En español se conoce como almazuela.

8. Mención especial merece Michiko Furusawa, amiga del Sr. Kobayashi y también diseñadora, quien le donó un importante acervo textil proveniente de su familia.

hilo, sea tela o sea una prenda ya confeccionada) para que la obtención del colorante sea selectiva y controlada, al bloquear secciones del hilo o tela para que no penetre el color. Este bloqueo o reserva puede hacerse de varias formas, por ejemplo, se llama *ikat* a la reserva por medio de amarres de los hilos de la urdimbre⁹, es decir, antes de que se ajuste sobre el telar para ser convertido en tela. Según Weitlaner “Los textiles decorados de acuerdo con el método *ikat* pueden reconocerse por el hecho de que los colores penetran uno en el otro. Esta apariencia típica del tejido *ikat* se debe a que el tinte colorea ligeramente los bordes de las áreas reservadas y produce así los característicos perfiles borrosos”¹⁰. (Foto 1)



Foto1. Detalle de rebozo de jaspe (ikat) Uriangato, Guanajuato. Colección particular



Foto2. Detalle de kimono de algodón, decorado con técnica kasuri. Colección Minoru Kobayashi

Cuando los amarres se realizan al hilo de la urdimbre y también al de la trama, la técnica se conoce como *kasuri* en japonés y el nivel de complejidad se incrementa, pues las reservas deben ajustarse a un diseño coherente al tiempo que se teje la tela. (Foto 2)

En cuanto a la coloración y tinción de las telas, sus técnicas son muy variadas, como el baño de color y el estampado, que son muy frecuentes en las telas de fábrica industrial. En cuanto a técnicas tradicionales que se emplean para las telas con las que se confeccionan *kimonos*, están el *yuzen* y el *shibori* –entre otras-, cuya valoración es muy alta y son realizados por especialistas.

El *shibori* es un procedimiento de tratamiento decorativo de telas, como



Foto 3. Tela de seda preparada para ser teñida. Se pueden distinguir los amarres que se le han realizado (técnica shibori), para reservar del tinte las zonas seleccionadas. La tela corresponde a la mitad del cuerpo de un kimono

9. En México se practica esta técnica en los rebozos jaspeados, ver: Irmgard Weitlaner Johnson, “Amarres, texturas y flecos, técnicas del rebozo” en: *Rebozos de la Colección Robert Everts* (México: Museo Franz Mayer-Artes de México, 1994). Marta Turok, “Bolitas, palomos y caramelos de Santa María del Río”, en: *Artes de México, El Rebozo*, número 90 (agosto de 2008): 57-65. Amalia Ramírez Garayzar, *El rebozo como elemento cardinal de la indumentaria mexicana. Historia de su producción, uso y circulación*, 2013), pp. 192-197.

10. Irmgard Weitlaner Johnson, “Amarres, texturas y flecos: técnicas del rebozo” pp. 27-28.



se mencionó líneas arriba; consiste en manipular una tela a partir de pliegues, pinzamientos y amarres para que cuando se le aplique el colorante líquido, estos bloqueos o reservas impidan la adquisición de color a la tela, todo con propósitos estéticos y decorativos. (Foto 3)

La colección Kobayashi incluye varios *kimonos* de seda decorados con *shibori*. Esto implica que a las telas se les debió aplicar un sinnúmero de pequeños nudos, miles de ellos, atados firmemente con hilo para impedir que se absorba el tinte en el que se sumergen para colorearlas. Hay que recordar que un *kimono* de este tipo se realiza con varias piezas de tela, así que debe cuidarse muy bien en mantener su patrón decorativo, pues a cada pieza de tela se le hacen dichos amarres por separado, y luego de la tinción y el desatado de los miles de nudos, es que se integran para la confección del vestido.

El *kimono* de referencia está teñido en color púrpura y el patrón predominante del fondo consiste en anillos asimétricos en color blanco (la reserva). Este patrón es limitado por cuatro franjas de color púrpura sólido sobre las que flotan dos líneas de cruces –formadas también por pequeños anillos– en



Fotos 4 y 5. Kimono de seda (ca. 1940) diseño de flores y anillos, realizado en técnica shibori. Colección Minoru Kobayashi

cada una. El motivo predominante es de grandes flores de siete pétalos, que están encerradas en un doble hexágono. El centro de cada flor destaca por ser de color amarillo, lo que brinda un armonioso contraste con el púrpura y el blanco; este centro ha sido también teñido de reserva, lo que implica un baño secundario de color a la tela. La prenda conserva cierta textura derivada de los nudos que se le hicieron para lograr el *shibori*, más ya es muy leve, puede suponerse debido al uso que tuvo. Data de finales de los años treinta del siglo XX, antes de la Segunda Guerra Mundial. Su dueña original es la señora Oba, de Kyoto. Por la cantidad de horas de trabajo que con-

tiene, un *kimono* de *shibori* se aprecia como una prenda valiosa y puede ser usado en ocasiones formales, pero no es considerado un vestido de etiqueta. (Fotos 4 y 5)

Para concluir, podemos considerar que la apreciación del textil es un asunto de transmisión cultural; los vestidos de alta significación merecen ser conservados, tanto por los recuerdos que materializan como por el respeto y reconocimiento al saber técnico que representan y que pueden ser estudiados y exhibidos no sólo como repertorio de la cultura material de una época o sociedad dada, sino como ejemplo de virtuosismo y de sensibilidad estética. **R**



CLUSTER EN MORELIA

como propuesta de valor para el desarrollo sostenible del consumo cultural

María de los Angeles Valencia Colín¹

El presente artículo es un acercamiento al concepto de Cluster Cultural y su implementación en la Ciudad de Morelia, Michoacán, como propuesta de valor que impulsa la economía local y el desarrollo sustentable del consumo cultural, a través de cuatro empresas pequeñas como son: Hotel Cultural Pórtico, Galería Pórtico, Blick Photography y El Traspatio Cafebrería.

Los procesos de la globalización traen consigo un intercambio más intenso entre naciones en la forma de relacionarnos, comunicarnos, en las modas, la cultura de masas, el consumo; en este contexto, el turismo se ha consolidado como una de las expresiones más definidas de la globalización. En la actualidad se habla de procesos de comunicación, proyectos productivos, pequeñas y medianas empresas, sistemas económicos, comunicación de masas, entre otros. Una de las consignas primordiales de los gobiernos en los últimos años es potenciar el patrimonio cultural como factor de identi-

1. Licenciada en Historia del Arte por Universidad de Morelia. Directora Operativa de Galería Pórtico en Morelia, Michoacán, México. Coordinadora de Procesos de Investigación y Servicios Educativos en Centro Cultural Clavijero. Los últimos 5 años ha coordinado más de 70 exposiciones en Galería Pórtico, Centro Cultural Clavijero y en espacios culturales independientes.

dad frente a la globalización. Los gobiernos y las empresas dedicadas al ramo turístico han fomentado e implementado algunas estrategias que generen productos de turismo cultural basados en la valoración del patrimonio.

El ICOMOS, en su Carta Internacional para el Turismo Cultural (1999) enfatiza que:

“En estos tiempos de creciente globalización, la protección, conservación, interpretación y presentación de la diversidad cultural y del patrimonio cultural de cualquier sitio o región es un importante desafío para cualquier pueblo en cualquier lugar. Sin embargo, lo normal es que cada comunidad se responsabilice de la gestión de este patrimonio, teniendo en cuenta las normas internacionalmente reconocidas y aplicadas de forma adecuada”.¹

El turismo cultural es una fuente natural que estimula la recuperación y revaloración, es decir, contribuye a la toma de conciencia referente al cuidado y la preservación del patrimonio tanto tangible como intangible. Al mismo tiempo es un elemento de desarrollo local y regional, si se le observa desde una perspectiva socio-económica que permita a la sociedad una distribución de los beneficios, ya sean culturales, sociales o económicos.

Muchos de los objetivos generales de las propuestas que se desprenden del turismo cultural y se desarrollan en la localidad de Morelia, tienen que ver con la creación de empleos, el fomento del arraigo local y regional, la revalorización del patrimonio cultural, el desarrollo de ofertas con valor agregado y el fomento de una sociedad que se involucre en el desarrollo del consumo local, enfocado en las necesidades de lograr un mejor acceso a la promoción, la comercialización, la capacitación, la compra de insumos, y el acceso a programas de financiación y asesoramiento. En principio se plantean actividades como alternativas para diversificar la economía a través de productos recreativos, gastronómicos, culturales y de alojamiento.

El ejemplo que se presenta en el este artículo es el de un **Cluster Cultural**. Antes de ahondar en el tema específico, se

1. ICOMOS, Comité Científico Internacional de Turismo, Carta Internacional Sobre Turismo Cultural. La Gestión Del Turismo En Los Sitios Con Patrimonio Significativo, pp. 1, octubre 1999, Fecha de acceso 19 de febrero 2017 <http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/carta.pdf>

2. Food+iCluster, La Rioja, España, Fecha de acceso 19 de febrero 2017 <http://clusterfoodmasi.es/cluster/que-son-los-clusters/>

This article is an approach to the concept of “cultural cluster” and its implementation in the city of Morelia, Michoacán, as a value proposition that boost the local economy and the sustainable development of cultural consumption, focusing on four small companies: Cultural Hotel Portico, Portico Gallery, Blick Photography and Traspatio Cafebrería.

puntualizará sobre lo que es un Cluster; una definición simple y sencilla sería que es una colaboración para competir contra empresas que se encuentran en ámbitos de segmento de mercado similares. La definición más conocida es la de Michael Porter, quien definió los Clusters como:

“Una agrupación de empresas e instituciones relacionadas entre sí, pertenecientes a un mismo sector o segmento de mercado, que se encuentran próximas geográficamente y que colaboran para ser más competitivos. Por tanto, son una herramienta de competitividad basada en la cooperación de sus miembros. La filosofía Cluster de cooperación está siendo fomentada como un potente instrumento de modernización e internacionalización empresarial, y forman parte de la realidad económica actual”²

El Cluster Cultural que actualmente despunta entre la comunidad como un espacio digno de análisis se denomina Cabemos todos, y en redes sociales se pueden identificar las publicaciones de cada una de las empresas que en él participan por el uso del hashtag #AquíCabemosTodos. Se encuentra ubicado dentro del Hotel Cultural Pórtico, en la calle Aquiles Serdán, #744, en el Centro Histórico de Morelia. Este concepto plantea una transformación de varias propuestas de valor, que se concibieron originalmente como independientes entre sí, pero que en los últimos seis meses se han enfocado a unir sus virtudes y desarrollarse como un Cluster, con el turismo como una de sus cartas fuertes. Las empresas involucradas son: Hotel Cultural Pórtico, Galería Pórtico, Blick Photography y Traspatio Cafebrería.

En la ciudad de Morelia, este proyecto es un caso muy particular, que oferta productos y servicios no estandarizados, elaborados a pequeña escala, con valor agregado, que involucra a agentes locales e incorpora estrategias de producción, que incluyen la participación de ciertos agentes arraigados y conocidos en algunos sectores de la comunidad, sobre todo el sector cultural, académico, empresarial y político. Es una referencia en la que se aplica el turismo cultural que apela a la diversidad, la asociación, al desarrollo local, y que fomenta la revalorización del patrimonio.

Este Cluster se concibe de forma tradicional, pero con un enfoque que puede calificarse de vanguardia. Uno de los aciertos que ha tenido, es el cuidado de los proyectos y detalles que conforman y cada una de las pequeñas empresas que ahí cohabitan. La primera empresa que surgió en este espacio fue el **Hotel Cultural Pórtico**, que ocupa una casona del siglo XIX, situada en el Centro Histórico de Morelia, muy cerca de la Calzada Fray Antonio de San Miguel, del Acueducto, del Jardín de Villalongín, y de la Fuente de las Tarascas.

Con más de un siglo de antigüedad, al adaptar sus espacios para convertir la casona en el Hotel Cultural Pórtico, se preponderó la conservación y la originalidad de varios de sus elementos como: la fuente, los azulejos, el vitral, los nichos, las escalinatas, los balcones. Cada rincón está concebido para que huéspedes y turistas distingan en la casona una parte especial de Morelia. Este espacio pertenece a las casas del Centro Histórico de la ciudad, que en 1991 fue nombrado como Patrimonio Cultural de la Humanidad por parte de la UNESCO.

El hotel funciona desde hace diez años, aunque hace aproximadamente ocho años se decidió crear una propuesta distinta en el estado y convertirlo en un hotel cultural. Cuenta con diez habitaciones, dos dobles y ocho sencillas, que conservan la decoración y el mobiliario acordes a la arquitectura, cada una es distinta y ofrece la oportunidad de adentrarse en la obra de un artista plástico de la región. Las habitaciones llevan el nombre de artistas visuales michoacanos con gran trayectoria y obra de ellos dentro. Para continuar con la labor de difusión del arte michoacano, se decidió en el año 2009 introducir a la propuesta del hotel cultural, un nuevo proyecto que se especializara en la venta y promoción del trabajo de artistas visuales de la localidad. Así nació Galería Pórtico, utilizando uno de los espacios que ofrecía el hotel y se utilizaba de manera diversa.



Lobby del Hotel Cultural Pórtico. Fotografía de la agencia "Not an Agency"



Habitación con el nombre del artista michoacano "Juan Vázquez". Fotografía de la agencia "Not an Agency"



Habitación con el nombre del artista michoacano "Mizraím Cárdenas". Fotografía de la agencia "Not an Agency"

Galería Pórtico es un espacio en Morelia dedicado a la difusión, promoción y venta de obras de arte de creadores michoacanos contemporáneos. Su propósito es dar a conocer la labor artística realizada en el estado, así como ofertar un espacio independiente de exposiciones que en principio se realizaban de manera mensual, posteriormente cada seis semanas y en la actualidad se realizan bimestralmente. Se organizan exhibiciones individuales y colectivas, también se reciben proyectos tanto de los artistas más consolidados en la esfera local, como de artistas emergentes del arte michoacano. Los criterios de la selección de proyectos es la claridad de lo que se quiere hacer, la curaduría y la museografía.

La galería cumplió siete años de funciones en noviembre de 2016. En este tiempo han expuesto más de cincuenta artistas michoacanos, y se han generado intercambios culturales con artistas de otros estados de la República Mexicana y espacios galerísticos de la Ciudad de México y Guadalajara,

Jalisco. Se han realizado presentaciones de libros, charlas y conferencias en torno a la cultura, el arte michoacano y la historia del arte, así como conciertos, intervenciones artísticas y algunos monólogos de danza contemporánea. El sitio se convirtió en referencia para la comunidad, pues oferta cosas novedosas en los montajes museográficos y producción artística reciente de creadores michoacanos, lo cual lo vuelve atractivo para los turistas que vienen a la capital michoacana. Al mismo tiempo se generaron alianzas académicas y acercamientos entre el espacio cultural e instituciones educativas de gran relevancia como: Universidad de Morelia, Escuela Nacional de Estudios Superiores UNAM, Campus Morelia y la Universidad de Guanajuato, Campus León; estos contactos dieron como resultado algunas conferencias, charlas y revisión de proyectos con alumnos de las instituciones mencionadas sobre temas culturales independientes, gestión y profesionalización de artistas, curaduría y museografía.



Exposición de escultura "RE-CREACIONES" de Ricardo Lesant en Galería Pórtico. Julio de 2015. Fotografía de la agencia "Not an Agency"



Charla previo a la exposición pictórica [IN-HÁBITAT] de Sandina Sánchez Teufel. Noviembre de 2014. Fotografía de Shantal López

Una vez consolidado el proyecto y espacio galerístico, hace poco más de un año decidieron incursionar en un nuevo proyecto relacionado con la impresión, promoción y venta de fotografía contemporánea internacional de alta calidad. Se trata de la pequeña empresa que lleva por nombre **Blick Photography. The art to capturing moments**. El objetivo de Blick es llevar imágenes artísticas a un gran número de coleccionistas y amantes de fotografía a precios accesibles; también tiene como planteamiento el introducir grandes fotógrafos profesionales y llevarlos frente a los ojos de los amantes del arte.

Se ofrece con Blick un espacio para la expresión de la fotografía, que impulsa de talentos y diferentes tendencias fotográficas, procurando cuidar el nivel artístico que se promueve en la empresa. Todas las imágenes se imprimen en alta calidad, y se montan en materiales de primer nivel. Las



Muro de Blick Photography con obras de fotógrafos de Italia, Grecia, Bélgica y México. Fotografía de Gerencia de Hotel Pórtico

piezas son seriadas, certificadas y firmadas por los fotógrafos que son representados por Blick. Todos los procesos, tanto de selección como de producción se realizan bajo un riguroso control de calidad y bajo el seguimiento y consentimiento de los artistas. De esta manera, una misma imagen se puede encontrar disponible en diversos formatos y cada formato ofrece un límite de ediciones, con precios accesibles para introducir a los interesados en el coleccionismo de obras de arte.



Fotografía "Estructuras Modernas" de Belsay Maza, impresa en formato Blick de 60x90 cm

El último proyecto que se integró en el espacio que originalmente albergaba al Hotel Pórtico es **El Traspatio Cafebrería**, proyecto de promoción y fomento del quehacer editorial y de la literatura; cuenta con una librería especializada en editoriales independientes, con la intención de que cada una de éstas tenga un lugar especial y visible, preponderando que estas editoriales independientes no se pierdan entre otras más grandes y comerciales. Desde su concepción propone un espacio cuya atmósfera procura la calidez y calidad humana, y donde la diversidad es valorada.

El formato de la librería no es el convencional, es un espacio que estimula la lectura, de tal manera que cualquier persona que la visita puede consultar los títulos disponibles sin que se le exija un consumo mínimo o compra obligatoria. El lugar tiene una agenda apretada y diversa en cuanto a presentaciones de libros, talleres, círculos de lectura, presentación de proyectos, mesas de diálogo, cursos especializados, y servicio de cafetería y alimentos.

Todos los proyectos que coexisten en ese espacio, han tenido como principio fundamental el impulso a productos michoacanos, ya sean gastronomía obras de arte, libros o conceptos, además de los creadores de los mismos. Se ha



Fotografía del Traspatio Cafebrería.

apostado por la difusión de lo local como línea principal, pero sin dejar de abrir las puertas a propuestas nacionales e internacionales que vale la pena compartir con la comunidad moreliana y público extranjero visitante. Se ha implementado una red de colaboración a partir de la variedad de proyectos que promueven y ejecutan, cuyo objetivo es la formación de públicos y el cruce de los que ya tiene cada



Parte de la oferta editorial para público infantil que maneja El Traspatio Cafebrería. Fotografía del Traspatio Cafebrería

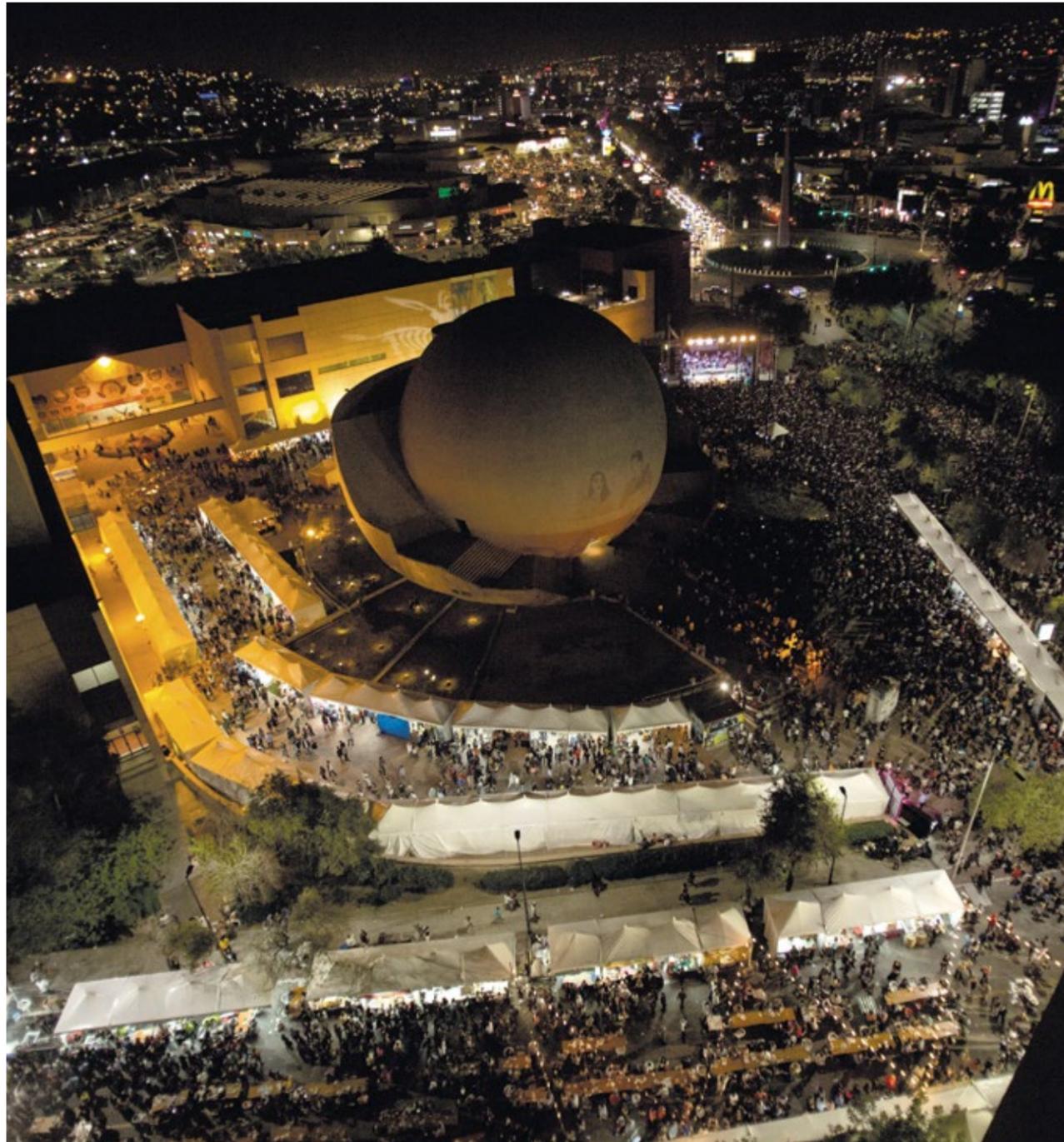
proyecto en lo individual, para que estos puedan conocer cada una de las ofertas que cohabitan.

El turismo cultural y empresarial que visita el hotel genera de un 30 a un 50% de sus ventas. Se llevan a cabo diversas estrategias desde sus distintas posibilidades de *marketing*, promoviendo cada uno de los espacios en otros estados de la República Mexicana y en otros países, lo que se ha traducido en los últimos meses en la presencia de un mayor número de visitantes nacionales e internacionales, que desde sus distintos intereses o relación con alguno de los espacios, terminan llevándose una sorpresa al conocer esta versátil propuesta.

Como bien han señalado los socios que han dado vida al Cluster Cultural en diversas charlas entre amigos; leer, coleccionar, admirar, apreciar y descansar se traduce en detenerse y extender el tiempo, en compartir y generar momentos únicos en donde cabe todo. Todo cabe en un libro, en una obra de arte, en una noche de descanso, en beber un buen café, mezcal, cerveza o en compartir los alimentos. Estos cuatro proyectos creen y apuestan por la diversidad, el trabajo colaborativo y crítico. Es el Cluster Cultural donde todo es posible y en donde cabemos todos. **B**



EL FESTIVAL ENTIJUANARTE, COMO LATENTE GENERADOR DE TURISMO CULTURAL



entijuanarte
festival cultural

Considerado como el festival cultural más importante del noroeste del país, el Entijuanarte se ha convertido en un actual generador de turismo cultural en la ciudad de Tijuana. Hace casi trece años, el festival cultural Entijuanarte nació con el propósito de dar difusión, promoción y proyección al talento artístico tijuanaense, a través de un espacio óptimo para el acercamiento entre el artista y el público.

Cada año se lanza la convocatoria de participación dirigida a creadores plásticos, escénicos, visuales y multidisciplinarios tanto a nivel local, regional, nacional e internacional, bajo las categorías que van desde pintura, escultura, fotografía, dibujo, grabado, performance, instalación, artes aplicadas en diseño textil, arte objeto, teatro, cine, video documental, música, danza contemporánea y literatura.

Con una asistencia de más de un millón de personas que se dan cita durante los días del festival en el Centro Cultural de Tijuana, sede que se ha

mantenido desde el primer año de su fundación, más de 4,000 artistas han traído su oferta cultural a mostrar durante estas doce ediciones.

El festival ha sido un catalizador para crear un frente artístico, que funge como barrera ante las adversidades y problemáticas sociales de Tijuana. Su programa académico y de formación cultural, oferta conferencias magistrales, talleres, cursos, asesorías y charlas enfocadas en las distintas disciplinas artísticas. Ello genera una dinámica sociocultural que estructura distintos espacios de gestación cultural, en donde se facilita el diálogo, la interacción y la convivencia social múltiple entre personas y comunidades de distinta índole.

A partir de esta innovación social, Entijuanarte es un elemento a considerar dentro del desarrollo sostenible de la ciudad de Tijuana. Provee una importante derrama económica durante el fin de semana en que se lleva a cabo. Se ha necesitado el alojamiento por completo en distintos hoteles de la

ciudad, así como el consumo en diversos restaurantes de la ciudad, además de la renta de transporte que facilita los traslados de los invitados a este evento cultural. Lo anterior genera un considerable ingreso para el sector turístico, con la participación y asistencia de artistas, creadores, gestores culturales, académicos y público en general.

A lo largo de sus distintas ediciones se ha promovido la participación social y convivencia, en un ambiente tranquilo que incluye a familias. Esto ha contribuido a la integración del tejido social, que enriquece la estabilidad social y emocional de todos los asistentes, generando en ellos una experiencia positiva.

La décima tercera edición del festival cultural Entijuanarte se llevará a cabo los días, 06, 07 y 08 de octubre en el Centro Cultural de Tijuana. Para mayor información de las actividades, consultar el programa general través de la página oficial www.entijuanarte.org y en las redes sociales: Entijuanarte Festival Cultural. **B**



TURISMO MUSICAL

UNA POSIBILIDAD POCO EXPLORADA EN MÉXICO

Yolanda Montejano Hernández ¹

Música y músicos hay muchos en México, y a la par de la promoción turística la difusión del talento local podría ser un valor añadido que ofrecieran los destinos nacionales.

Se trata de una posibilidad interesante y poco explorada como producto turístico, ya que la diversidad que existe en el país ha difuminado o desdibujado en apariencia los esfuerzos por promover la música como una aliada para el turismo.

Esto genera un debate a nivel académico y social poniendo en perspectiva la idea de difundir y promover productos turísticos al tiempo que se les genera, o conservar manifestaciones culturales invaluable sin alterarlas.

Al hablar de México y de sus manifestaciones culturales musicales, uno se remite de manera inmediata al mariachi o a los acordes conocidos de “Cielito lindo”, aquella música que es referencia y que se canta con sentimiento fuera del territorio nacional.

Sin embargo, las posibilidades de una cultura de tanta diversidad y su herencia se ven con frecuencia reducidas a esta figura emblemática y popularizada en su momento por los medios masivos de comunicación. De música y músicos hay una gran diversidad en México, y a la par de la promoción tu-

rística la difusión del talento local podría ser un valor añadido que ofreciera los destinos nacionales.

Se trata de una posibilidad interesante y poco explorada como producto turístico, ya que la diversidad que existe en el país ¹, tanto en las expresiones de música popular como en las de música y músicos académicos, aparentemente ha difuminado o desdibujado los esfuerzos por promover la música como una aliada para el turismo. De acuerdo a los diferentes textos de la materia el etiquetado como turismo Musical forma parte de la vertiente del turismo Cultural.

Entendemos que el turismo cultural es aquella forma de turismo motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de un destino.

“El turismo cultural puede generar nuevas oportunidades de empleo, atenuar la pobreza, frenar el éxodo rural entre los jóvenes y los subempleados así como cultivar un sentimiento de orgullo entre los miembros de las comunidades. El

1. Cursa actualmente el Doctorado Interinstitucional en Arte y Cultura, Maestra en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Vasco de Quiroga, durante 14 años se ha dedicado a la docencia, colaborando en instituciones como la Universidad de Morelia, la Universidad Interamericana para el Desarrollo y ENES UNAM Morelia. Además de ocupar cargos en diferentes instituciones públicas y privadas dedicadas a la promoción cultural y en específico a la difusión de la música.

1. Vega, Héctor. *La música tradicional mexicana, entre el folclor y la tradición*. UNAM HAOL, Núm. 23 (Otoño, 2010), 155-169 <http://historiaactual.org/Publicaciones/index.php/haol/article/viewFile/506/433> Último acceso mayo 2017.

There are a lot of music and many musicians in Mexico; along with the promotion of tourism, promoting local talent could be a plus that offer the national destinations. As a tourist product, this is interesting and relatively unexplored, thus the diversity that exists in the country apparently blurs the efforts to promote music as an ally for tourism. This generates an interesting debate at academic and social level, and puts in perspective the idea of disseminating and promoting invaluable cultural manifestations as tourist products or preserving them without alterations.

turismo, además, ofrece también un poderoso incentivo para conservar y potenciar el patrimonio cultural inmaterial”²

Estos elementos son parte de lo que busca rescatar la Organización Mundial del Turismo (OMT)³ al nombrar el año 2017 como el año del turismo sostenible para el desarrollo, en donde los valores culturales, diversidad y patrimonio constituyen una de las cinco prioridades, de ahí la necesidad de abordar el patrimonio musical y su vínculo con los elementos turísticos.

Es entonces que encontramos como parte de esta clasificación un tipo de turismo reconocido como Turismo de Artes, que hace referencia a las visitas y actividades turísticas realizadas en torno a las artes, tales como teatro, danza, música y artes visuales, cine y otras industrias creativas⁴.

Las actividades pueden desarrollarse en forma de shows, conciertos, exhibiciones y performances, entre otras múltiples modalidades.

Y es dentro de estas subdivisiones que estudios realizados en Europa, particularmente España ofrecen el concepto de Turismo Musical, como una posibilidad para generar públicos específicos y ofertas turísticas a un sector de la población que gusta de este arte y de viajar⁵.

Con las nuevas formas de viajar y con turistas informados que eligen sus destinos y sus recorridos, han surgido alternativas. Una tendencia vigente en el turismo en los últimos años han sido los recorridos por sitios emblemáticos en la historia de la música; desde el pop y rock, como en el caso del Reino Unido, donde la visita al número 10 de Mathew Street, de Liverpool, conocido como “La Caverna” donde descubrieron a Los Beatles, es uno de los atractivos obligados en la visita.

En México la idea de la música o el músico se ha utilizado siempre como un acompañamiento, un elemento siempre presente pero nunca protagonista, sobre todo en lo que se refiere al

folclor y sus diferentes manifestaciones musicales.

En países europeos, la música se considera uno de los pilares fundamentales del turismo. Lugares como Viena, Leipzig, París, Tokio, Praga han encontrado esquemas para apoyar los elementos turísticos en desarrollos de productos culturales, muchos de estos han sido poco estudiados a nivel académico o formal⁶.

Por mencionar un ejemplo, el caso del festival de música más reconocido a nivel internacional, el Festival de Salzburgo⁷, que tiene como eslogan el escenario del mundo, es un modelo de comercialización interesante.

Una pequeña comunidad europea, con poco más de 150 mil habitantes, la ciudad donde nació Mozart, moviliza a los aficionados a la música, melómanos de distintas nacionalidades durante un mes, a mediados de julio y principios de agosto, llenando salas de concierto y convirtiendo a la ciudad en un escenario.

En España estos esquemas de promoción turística se han convertido en elementos de interés para los estudiosos del turismo. Carles Sala Marzal, director del Institut de Cultura de Barcelona, reconoce en una entrevista a la música y la cultura como “el cuarto pilar para el desarrollo urbano, junto con el desarrollo económico, social y medioambiental”⁸.

El dicho popular señala que “la música



es el alimento del alma”, es por ello que encontrar vínculos de unión entre las culturas y superar las barreras del idioma pareciera más sencillo si se comparte el lenguaje común de la música.

Hoy día, la globalización y la explosión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC’s) han llevado a la industria de la música a niveles cercanos a la ciencia ficción; Hatsune Miku es la prueba de ello, la cantante virtual japonesa que llena estadios alrededor del mundo y que es una creación tecnológica, no un ser vivo, basta una sencilla búsqueda en Youtube para conocer de este fenómeno de la música actual.

Involucrar música y músicos pareciera un problema complejo, sobre todo al abordar diferentes tipos de géneros; sin embargo, esta reflexión busca abrir la puerta al debate académico respecto a las posibilidades y las implicaciones

de integrar a la música como un elemento indispensable para el turismo cultural.

La música se considera uno de los elementos más atractivos para la cultura de masas, incluso se le relaciona con el desarrollo de las sociedades.

Dejando a un lado los festivales de música culta (*serious music*), que atraen preferentemente a una audiencia con un poder adquisitivo medio-alto y que se sitúan en el segmento post-family nos centramos en los espectáculos que incluyen a autores, intérpretes y Dj de musica pop, rock, electrónica y se dirigen a un público mayoritariamente pre-family¹, prefieren una receptividad y unos medios de transporte de bajo coste (acampadas, hostales; *car sharing*) y se celebran en lugares no tradicionalmente designados⁹

EL DILEMA DE LA INDUSTRIA CULTURAL

No todos los atractivos culturales pueden y deben ser considerados turísticos. Las manifestaciones artísticas por su complejidad enfrentan un dilema sobre todo ante los embates tecnológicos, y en específico de la sociedad globalizada, surgiendo entonces la duda de hasta dónde comercializar o masificar.

En este debate social, teórico y académico deben tomar parte de las instituciones dedicadas a difundir y encontrar esquemas sustentables para la promoción turística; conocer, reconocer y diferenciar entre “patrimonio turístico”, aquel en que se reconoce un potencial por sus diferentes características y un “producto turístico, pensado y generado para un mercado en específico, haciendo uso de las posibilidades que la mercadotecnia ofrece hoy día.

“Es un conjunto de de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”¹⁰

El camino de la mercadotecnia es por demás interesante; contempla tanto al producto como a un mercado potencial, cosas que en el caso de la música y su relación con el turismo no han sido investigadas lo suficiente, esto quizá por el cruce con el arte y los efectos de la masificación, el conver-

2. Comisión Europea de Turismo y Organización Mundial del Turismo [OMT], *Manual de desarrollo de productos turísticos* (Madrid: OMT, 2013)

3. OMT. 2017. www2.unwto.org/es/tourism4development2017 Último acceso mayo 2017.

4. Jafari, Jafar, *El turismo como disciplina científica*.2005. UCM. *Política y sociedad*. Volumen 42 pag 36

5. Pastor Alfonso, María José. *El patrimonio cultural como opción turística*.2003. Horizontes antropológicos. 9(20) <https://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832003000200006> Consultado mayo 2017.

6. Dosso, Ricardo y Muñoz, María Julia . *Red de productos culturales para la consolidación de un turismo de ciudad*. Comunicación presentada en II Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul [BRA], Último acceso mayo 2017.

7. Festival de Salzburgo, “Festivales de Salzburgo 2017”, <https://www.salzburg.info/es/salzburg/festival-de-salzburg/festival-de-salzburg> (Último acceso: 22 de mayo de 2017).

8. Formoso, Mariana y Rebollo, Gabriel, Music Cities Universidad de Barcelona, <http://culturalub.blogspot.mx/> (Último acceso: 22 de mayo de 2017).

9. Chierichetti, Luisa, “La promoción del turismo musical: los festivales de música en Facebook”, PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, núm. 10: 49-58.

tir las expresiones artísticas en mero entretenimiento y enfrentar la llamada industria cultural, éste término que aparece de manera constante entre los estudiosos de los temas, como un posible enemigo.

Fueron Adorno y Horkheimer,¹¹ que en 1947 utilizan este término y hacen referencia a la transformación de obras de arte al servicio de aquellos que sólo buscan el consumo, desde la década de los sesentas, hasta los ochentas y principios de este siglo el debate sobre la existencia de la Industria cultural está presente, incluso la UNESCO reconoce y utiliza el concepto publicando una guía para su desarrollo, producto de una serie de investigaciones y debates a nivel internacional¹².

Esto pone en otra perspectiva la propuesta, ofrece dos caras de la problemática y nos lleva a considerar diferentes elementos en la propuesta turística. Como señala Néstor García Canclini, la globalización es un objeto cultural no identificado; al día de hoy se sigue ignorando en gran medida las implicaciones de su avance acelerado. De acuerdo con García Canclini, todo se traduce a un fin comercial, la necesidad de lucrar con la manifestación artística: "Ahora, la reproducción tecnológica y la comercialización con criterios de escala industrial modifican los modos de hacer literatura, teatro y artes visuales. Editoriales, museos y productoras de discos buscan circuitos masivos y la recuperación pronta de las inversiones"¹³.



La solución no es definitiva, detectar una necesidad social que involucra diferentes elementos implica observar la complejidad de las relaciones y reaccionar con alternativas, que no están libres de error. Es a través de la reflexión guiada y de las nuevas generaciones que esta dinámica puede ser propositiva.

En el artículo "Identidades en venta", de Alejandro Martínez de la Rosa, título que es parte de una serie de textos que abordan problemáticas derivadas de estos cambios sociales, económicos y políticos, aborda la situación de la música de mariachi¹⁴, al tiempo que se analiza la influencia que juegan los medios masivos de comunicación, específicamente el cine, en la figura del mariachi tal como lo conocemos con

la botonadura brillante, el sombrero y el instrumento de cuerda y sus estereotipos.

Sin embargo, existen otro tipo de músicos, otras obras, otro tipo de canciones que se han dejado de lado por la poca demanda y la necesidad de insertarse en ese modelo que la sociedad espera. Estereotipar, encasillar a un tipo de músicos puede ser el riesgo de la generación de productos, sin embargo, el otro riesgo al que se enfrenta también la cultura ante la falta de difusión es el olvido, la pérdida de esta memoria por la misma evolución y el paso del tiempo.

Un caso reciente es la constante difusión que se ha dado a proyectos como el de Cocineras Tradicionales, muy

cuestionado por algunos por costos y privilegios a ciertos sectores y muy alabado por otros que sólo así han encontrado los sabores escondidos de la tierra michoacana.

Al margen de la polémica social, antropológica y cultural la propuesta de este texto es apostar por la música y los músicos mexicanos y promover su obra en busca de la generación de productos turísticos planeados y consensados con los creadores respetando su visión, pero generando un atractivo.

Esto genera un debate a nivel académico y social poniendo en perspectiva la idea de difundir y promover generando productos turísticos o conservar sin alterar manifestaciones culturales invaluable, como se ha intentado poner en perspectiva a lo largo de este texto.

A principios de abril de 2017 se realizó en Berlín, Alemania la cuarta convención titulada "Music Cities"¹⁵, que tendrá una segunda reunión en octubre en la ciudad de Memphis, USA. A nivel internacional se genera un despertar de conciencia sobre la influencia de la sociedad en la cultura y viceversa, una relación que toca directamente al turismo, sus efectos y sus posibilidades.

Como ejemplo se puede mencionar a Morelia, un lugar que alberga un Conservatorio de Música, una Facultad de Bellas Artes que ofrece la licenciatura de Música, la carrera de Música y Tecnología Artística de la ENES-UNAM que atiende en la actualidad a su primera generación; la ciudad es también sede del CMMAS (Centro Mexicano para la Música y las Artes Sonoras) y cuenta con un patrimonio considerable de autores, compositores e Inter-



pretos; desde 2010, la Pirekua, canto tradicional purépecha, es reconocido por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, de acuerdo los cinco criterios considerados en la "Lista representativa del Patrimonio Cultural inmaterial de la humanidad".¹⁶

Además de ello, la ciudad cuenta con una oferta de festivales, encuentros y conciertos que se presentan durante diferentes épocas del año, tales como el Festival de Música de Morelia, el Jazztival, el Festival de órgano, el Encuentro de Verso y Redoble, Festival de Guitarra, por mencionar algunos. Se trata de esfuerzos diseminados, que a pesar de trayectorias de medio siglo o más de un cuarto de siglo, no son considerados como productos turísticos no han tenido la visión de incluir en sus proyectos y resultados el vínculo con una de las actividades más importantes para el país, el turismo, en la región no existen documentos formales que investiguen o relacionen estas ofertas culturales, es

la experiencia de más de 17 años en diferentes áreas de la cultura michoacana que permiten generar esta valoración.

La falta de políticas culturales claras, la escasa visión de los gobiernos y la sistemática negación de la cultura como una posibilidad para encontrar alternativas de turismo sustentable hacen invisibles temas como estos mismos que deben debatirse y estudiarse desde la academia y las generaciones de turistólogos, organizaciones civiles y profesionistas especializados, para buscar caminos que hagan viable este tipo de propuestas.

"Cities can't simply expect music to be a part of their culture, they have to mindfully work to protect and develop it." "Las ciudades no pueden simplemente esperar que la música sea parte de su cultura, tienen que trabajar conscientemente para protegerla y desarrollarla". Julia Jones, Found in music, presidenta del proyecto Music cities. **B**

10. Acerenza, Miguel Ángel. Fundamentos de Marketing turístico. Editorial Trillas. 2004. P 18

11. Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, Dialéctica del iluminismo, Sudamericana, Buenos Aires, 1988.

12. UNESCO. Guía para el desarrollo de industrias culturales y creativas. Barcelona. 2010. http://www.lacult.unesco.org/docc/prueba_06_largo.pdf Última consulta mayo 2017

13. Canclini, N. G. 2004. Dilemas de la globalización, hibridación cultural, comunicación y política. (J. d. Haba, Entrevistador)

14. Alejandro Martínez de la Rosa, "Entre lo colectivo y lo comunitario", en: G. F. Mercado, *Identidades en venta*, (México: UNAM, 2016), p. 339.

15. Music Cities Convention, "Berlín 2017", <http://www.musiccitiesconvention.com/berlin-2017> (Último acceso 22 de mayo de 2017).

16. UNESCO. 2010. <https://ich.unesco.org/es/RL/la-pirekua-canto-tradicional-de-los-purhepechas-00398> Último acceso 27 de mayo de 2017.

MEMORIAS DE VIAJE

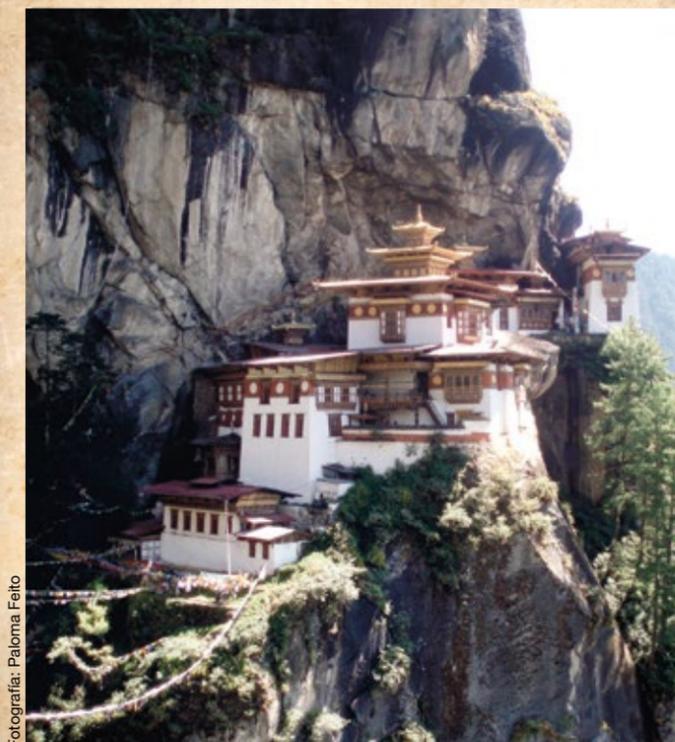
VIVENCIAS DE PALOMA FEITO CRESPO¹

El artículo presenta, en un formato de notas o apuntes, breves experiencias de viaje relatadas por Paloma Feito, persona aficionada a recorrer el mundo, consciente de que viajar incentiva las economías locales y promueve la preservación del patrimonio natural y cultural. Sri Lanka, Myanmar, Tailandia, Tíbet y Argentina, forman parte de las vivencias de viaje, cada uno con sus particularidades que los convierten en una experiencia enriquecedora.

do; en las economías emergentes se ha registrado un ritmo de crecimiento que superará el de las llegadas internacionales registradas en destinos de economías avanzadas, lo que supone grandes ventajas de desarrollo local e importantes retos.

Más allá de las cifras que se puedan referir, es interesante compartir las vivencias de un viajero; aquel que se desplaza por el gusto de conocer, observar, pasear, distraerse y vivir experiencias que no escapan a su memoria, pero ¿qué sucede cuando se llega al destino turístico? Cuando se trata de elegir un destino, se pueden considerar comentarios y sugerencias de terceros, que a partir de su propia experiencia, recomiendan algunos lugares; buscar a través de una guía de viaje o en el vasto mundo cibernético, consultar las imágenes mejor parecidas sobre aquél destino que se tiene en la mira, etc.; pero sin duda entre lo que se contó, leyó u observó, y la realidad, hay un interesante trecho. Nada puede sustituir el hecho de posar los pies sobre otras tierras, percibir cada lugar que se visita, ver, oler, tocar, escuchar y degustar. Todo en su conjunto sumará a la experiencia de viaje, que en cada persona puede estar condicionada al propio contexto, nacionalidad, estado de ánimo, motivo del viaje, educación, nivel socio-económico, entre otros.

¿Y qué ocurre después del viaje? Cuando se está de regreso en casa no se puede ser la misma persona que salió con maleta en mano; sin importar la duración del viaje, hay emociones, conocimiento, quizás una cartera un poco vacía, añoranza por el terruño que le alojó en su estancia y las inmensas ganas de volver o descubrir nuevos lugares en cualquier rincón del mundo. Los viajeros dejan huella en el lugar que visitan a cambio de las viven-



Fotografía: Paloma Feito

El turismo se ha convertido en un punto clave para el desarrollo en varios países; según las cifras oficiales de la Organización Mundial del Turismo, en los últimos años se ha registrado un aumento en el desplazamiento de turistas en el mundo, diversificado los destinos turísticos, incrementado los ingresos y la exportación turística. En el informe de la asamblea del Tourism Towards 2030 de la OMT¹ se estima un incremento considerable en la llegada de turistas internacionales en el mun-



Fotografía: Paloma Feito



Fotografía: Paloma Feito

I. Licenciada en Geografía e Historia con especialidad en historia del arte por la Universidad Complutense de Madrid. Ha colaborado en instituciones como el Museo Español de Arte Contemporáneo, Galería Miguel Marcos, Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, Galería Alfredo Melgar, Villamonte editores, entre otras. Entre sus grandes pasatiempos está leer y viajar.

1. Organización Mundial del Turismo. Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2016. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152> (Fecha de consulta: 15 de febrero de 2017)

The article recounts brief travel experiences related by Paloma Feito, a person who is fond of traveling the world, aware that travel stimulates local economies and promotes the preservation of the natural and cultural heritage. Sri Lanka, Myanmar, Thailand, Tibet and Argentina, are part of her experiences of travel, each with its particularities that turn them into an enriching experience.



Fotografía: Paloma Feito

cias; cada viaje permite desarrollar habilidades y practicar valores como respeto, tolerancia, solidaridad, entre otros y se convierte en una forma lúdica de contribuir a los factores económico, sociocultural y ambiental del turismo sostenible.

Es considerable el aumento del turismo responsable; cada vez más hay turistas que son conscientes de lo que significa viajar: se informan previo a su viaje, son respetuosos de las reglas en cada destino y se abren al mundo, permitiéndose mirar desde dentro y cambiar sus perspectivas. Tal es el caso de una viajera de corazón que en esta ocasión comparte su visión y experiencias de algunas de sus travesías por distintos lugares del mundo.

Desde que empecé a ganar algo de dinero siempre he ido haciendo hucha para poder viajar, conocer otros pueblos y culturas, abrir la mente, ser más comprensiva, no creerme el ombligo del mundo... y estas experiencias me han llenado más que comprarme un bolso de marca o los zapatos más estilosos. El disfrute del viaje dura varios meses, antes, durante y después de éste, pues es la aventura de elegir el país e itinerario, prepararlo, vivirlo en destino, ordenar las fotos realizadas, juntarte con tus compañeros de escapada para revivirlo e intercambiar fotografías... Y en todos se aprende algo. No se puede comparar con ver un documental en la TV, puedes ver un programa sobre Egipto pero nunca sentirás la sensación de pasear por el bosque de columnas del templo de Karnak, no te das cuenta de la magnitud, majestuosidad y elegancia hasta que no te ves a su lado; puedes ver un documental de Tailandia, pero nunca captarás el olor de sus mercados o el del zoco de los tintoreros de Fez; podrás ver unas fotos de Bagan (Myanmar), pero nada como descubrir las cientos de pagodas, templos y stupas, y terminar el día cenando entre ellas a la luz de las antorchas.

Por otra parte, es una forma de dejar dinero en el país de origen y destino, ayudar a la economía de muchas personas, colaborar en el mantenimiento y preservación de edificios, ruinas o parques naturales.

Aunque me gusta organizar todo previamente sé que siempre te encuentras con cosas que no esperabas, que se escapan a tu voluntad, unas veces para bien y otras, las menos, para mal, pero siempre hay que sacar el lado positivo, de nada sirve lamentarse y amargarse. Como decía un guía que tuve en el Oeste de USA: "si hay limones haremos limonada". Es lo que hay, confórmate con ello.

Es importante respetar otras normas y costumbres, aunque



muchas de ellas te parezcan absurdas, machistas e incómodas y no estés de acuerdo con ellas, pero estás en SU país, son SUS normas.. en todo viaje hay aventura, vivencia y riesgo, pero para eso también se sale del confort cotidiano, se quiere cambiar aunque sea sólo por unos días. Me he encontrado con reglas que no suponían mucho esfuerzo cumplirlas, como descalzarte al entrar en una mezquita u otro lugar sagrado, taparte la cabeza, no poder tomar alcohol etc., pero en algunos lugares eran "cruels" como la de no poder quedarte en calcetines al descalzarte y tener que soportar el suelo ardiendo de un templo del sur de la India o caminar cientos de metros entre guijarros, charcos, cacas de mono, perro y pájaros... y hacer la vista gorda a los pies de una multitud que camina a tu lado como ocurre en algunos templos de Myanmar y Sri Lanka. Después de unos días ya casi ni mirabas por donde pisabas, y veías que era más fácil lavarte después los pies que lavar la porquería de los calcetines... Siempre hay que mirar el lado positivo. También me indignaban las leyes discriminatorias como la de no poder entrar en una mezquita por no ser musulma-

na, como en el caso de Túnez, y a diferencia de Turquía, que respetando sus costumbres de descalzarte y taparte la cabeza podías entrar por todos lados. Sentada en el suelo cubierto de alfombras, me encantaba observar a la gente dentro de la mezquita. Unos orando, otros leyendo textos sagrados y otros, en corrillo, hablando de sus cosas. En algunos recintos no puedes pisar ciertas zonas por ser mujer, y buena bronca nos echaron en un templo del sur de la India porque no leímos el cartel, o entrar en el templo si tienes la menstruación porque estás impura (Bali).

Lo más difícil de pronosticar y considerar es el clima. Incluso eligiendo la época para ir te puedes encontrar con sorpresas. Por ejemplo, nunca había visto una foto del Taj Majal lloviendo, hasta que fui allí y no era época de lluvias y pude presenciarlo por cuenta propia; en Canadá, en las Montañas Rocosas nos cayó una buena nevada en el Parque Nacional de Jasper y terminamos cantando villancicos en plena primavera; conocimos de primera mano lo que es una lluvia monzónica en Sri Lanka, y nunca pasaré más frío que el su-



Fotografía: Paloma Feito

frido en Ushuaia (Argentina), recorriendo la ciudad más al sur del planeta, el canal Beagle, que separa esta población de Tierra de Fuego; o el “Tren del fin del mundo”, que revive los últimos 7 km. del tren de los presos, que partía de la cárcel de Ushuaia (hoy convertida en museo) hacia la ladera del monte Susana, en el actual Parque Nacional Tierra de Fuego, donde los presos talaban árboles para abastecer de madera a la ciudad. Y haciendo ese recorrido, en primavera, no me podía imaginar cómo pudieron sobrevivir los allí encarcelados en esas condiciones tan extremas, en ese lugar tan aislado, inhóspito y con temperaturas bajo cero durante muchos meses al año.

El pueblo balinés conserva sus tradiciones religiosas, sociales y culturales; continúan con su vestimenta tradicional, levantan pequeños altares con ofrendas en cualquier rincón o delante de cada comercio, y conservan sus rituales. Hace unos años me llevé una agradable sorpresa al llegar a Bali. Eran los días previos a su fin de año, según el calendario Saka, que no coincide con el nuestro, y por toda la isla veías los templos adornados con sombrillas, bandas de tela, flores, y con hileras de personas que, ataviadas con sus mejores galas, iban a llevar sus ofrendas, generalmente consistentes en frutas, flores y arroz, y realizar sus ceremonias religiosas. Esta época era propicia para realizar las cremaciones y tuvimos la suerte de asistir a una de ellas. En el pequeño pueblo donde estábamos la vida se paralizó. Todo el mundo participaba de esta fiesta y acompañaba la carroza, donde descansaba la difunta, por las calles. Detrás la familia, los vecinos y unos músicos que hacían sonar sus instrumentos de percusión (gamelán) con un ritmo muy monótono y que se alargó durante toda la ceremonia. Llegada la procesión al recinto, la familia se sentó cerca de la pira, cercada por planchas metálicas, más lejos los amigos, vecinos y los músicos. La familia nos invitó a presenciar la cremación con ellos, como privilegio a las dos chicas visitantes. Comían dulces, y la música triste, machacona, monótona, no paraba. Muchas veces ocurre que el familiar ha muerto hace meses o incluso años pero esperan la llegada de este tiempo propicio, o juntan varios difuntos para ahorrar los cuantiosos gastos. Desentierran el cadáver y lo incineran con esta ceremonia que es como una suerte de boda, de fiesta.

Al atardecer del último día del año, en todas las comunidades se realiza una procesión con unos monstruos de gran tamaño llamados “Ogoh Ogoh”, fabricados con papeles, telas y estructuras de bambú. Cada barrio o comparsa cons-

truye uno que paseará y se hará danzar por todo el pueblo, para ser finalmente quemado. Es una tradición muy parecida a las Fallas de Valencia, en España. La gente los vitorrea, aplaude y los acompañan de petardos y buscapiés, que siempre dejan un gran olor a pólvora.

Este ruido y jaleo precede al primer día del año, Nyepi, el día del silencio. Hay unas reglas que más o menos todo el mundo cumple:

- Amati Geni: no usar fuego, luz, ni electricidad.
- Amati Karya: no trabajar, experimentar placer e incluso hablar.
- Amati Lelunganan: no viajar.
- Amati Lelanguan: no comer ni beber.

Los balineses se encierran, en silencio y sin luz, en sus casas, donde no se enciende ni el fuego del hogar. Hay toque de queda, los comercios se cierran, no hay transporte público y toda la isla se paraliza. El aeropuerto internacional se cierra, no salen barcos, el mar está vacío, las playas desiertas, nadie pasea por la calle. Los turistas quedan confinados en los hoteles, con menos luz, sin música, sin servicios tipo

spa, con comida preparada el día anterior y sin poder pisar la playa, como comprobamos cuando unos guardias de seguridad, que patrullan por todos lados, nos invitaron a regresar dentro del recinto del hotel. Así que no quedaba más remedio que conformarnos con la alberca, un libro o meditación, hasta el día siguiente que todo volvía a la vida.

Una de las sensaciones más placenteras que he sentido fue cuando en Kalimpong (Darjeeling, noreste de India), en el monasterio budista de Zang Dog Palri, asistimos a una ceremonia religiosa de los monjes al atardecer. Nos sentamos en el suelo, en un rincón, mientras que monjes de todas las edades, niños, jóvenes y adultos, con su vestimenta granate y descalzos, tocaban gong, campanillas y trompas, mientras recitaban aplicadamente sus oraciones. El clima de recogimiento, la cadencia de la oración, la luz, la madera que recubría todo, los armarios con los preciosos libros, llegados muchos de ellos tras la invasión del Tibet, la decoración de colgaduras de telas de colores y thangkas, te acercaban a la paz, serenidad y armonía. Te enganchaba, no querías que terminara... y cuando los monjes finalizaron, salieron, se calzaron y los más jóvenes se pusieron a jugar al fútbol, que no



Fotografía: Paloma Feito



Fotografía: Paloma Feito

está reñido con sus creencias y es la actividad más globalizada en el mundo. Igual te hablaba de fútbol el viejo monje de una stupa de Myanmar, que uno que vivía en el monasterio del Nido del águila (Paro, Bután), colgado de una cornisa a 1.000 metros de altitud y de difícil acceso. Estábamos presentando nuestros respetos al monje de más alta categoría del monasterio, le obsequiamos con unas bufandas de seda blancas, "kata", que colocan en las imágenes sagradas, todo en silencio, alumbrado con luz de velas...cuando el teléfono móvil del monje rompió de súbito la magia, y sacándolo de entre su ropaje respondió con un "allô!", como hubiera hecho un joven sentado en la terraza de un bar de París. Si yo hubiera sido publicista, habría utilizado estas imágenes para hacer el mejor anuncio de la marca del móvil.

Otra sorpresa nos esperaba en el dzong (fortaleza-palacio) de Rinpung (Paro, Bután). Al llegar nos encontramos con que se iba a celebrar una ceremonia con todas las altas autoridades, que consistía en la colocación de un alto pináculo

dorado en la cubierta. Participaba muchísima gente ataviada con sus galas tradicionales, en donde monjes, músicos, hombres y mujeres llenaron de color el recinto del palacio-fortaleza, comenzado a construir en 1647 como defensa contra sus vecinos tibetanos.

Así las vivencias van hilándose, una con otra, para conformar el diario de un viajante.

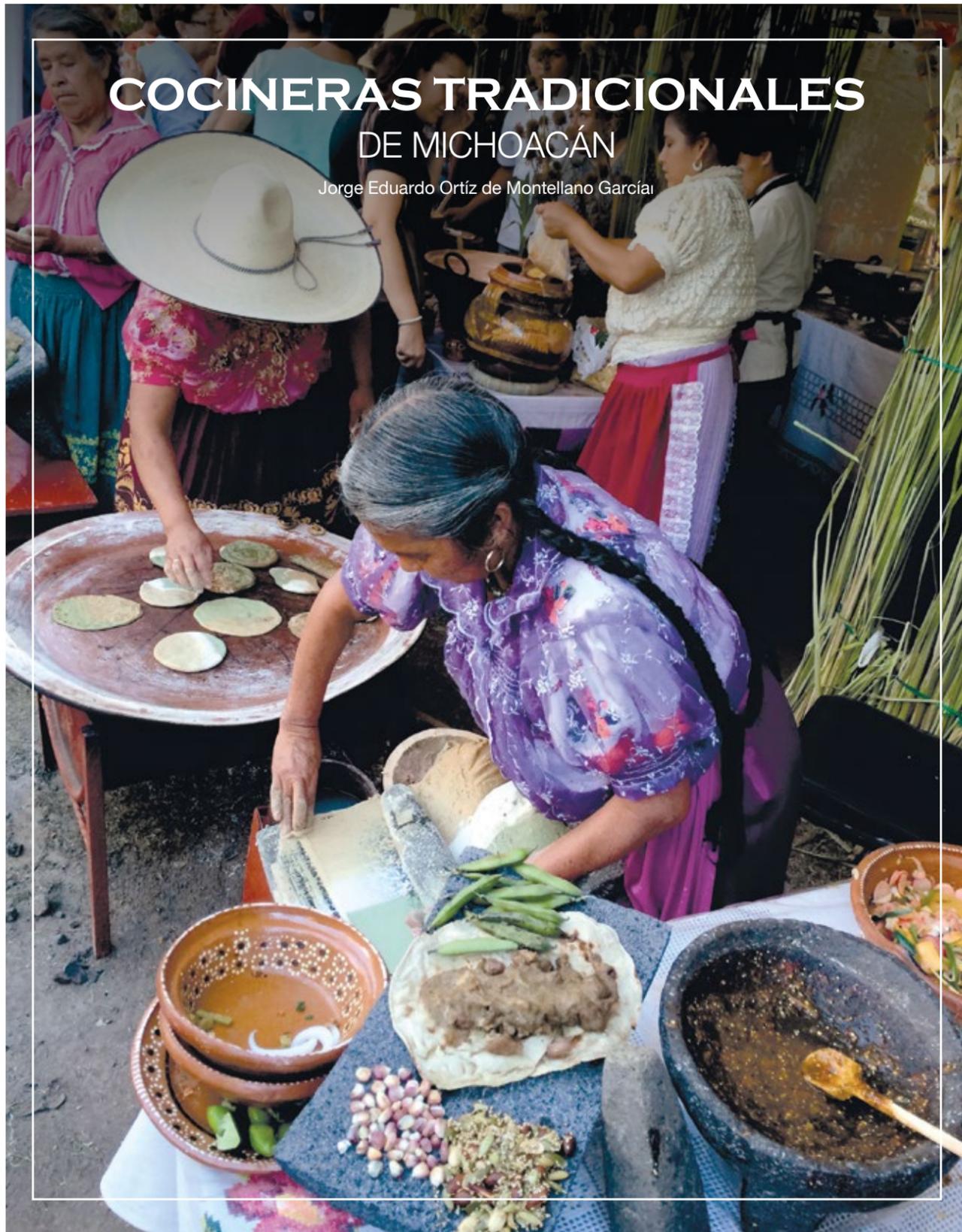
Y en cada ocasión, lo a veces improbable acontece como si se tratara de un sueño. Estas vivencias son una invitación a reflexionar que el viajar no significa solamente trasladarse de un sitio a otro. El llegar a un destino es nada menos que el inicio del verdadero viaje, como bien lo referiría Henry Miller "Nuestro destino nunca es un lugar, sino una nueva forma de ver las cosas"². Unificarse en la mirada de los otros, adentrarse en la cultura ajena y hacerla propia, vivir los momentos que otros pueblos comparten con nosotros, atisbar esos nuevos y antiguos panoramas de la existencia humana. **B**

2. Jesús Callejo, Grandes misterios de la arqueología. Viajes al encuentro de lugares sagrados. (España, La esfera de los libros, S.L. 2017), 249.



COCINERAS TRADICIONALES DE MICHOACÁN

Jorge Eduardo Ortiz de Montellano García



Fotografía: Ileri Ortiz Silva

La cocina tradicional mexicana, reconocida como patrimonio intangible de la humanidad por la UNESCO, es resultado de la combinación de las costumbres alimentarias del mundo prehispánico y la aportación occidental a partir de la llegada de los españoles. Los saberes de la gastronomía se han heredado y son las mujeres reconocidas como cocineras tradicionales, quienes hoy se encargan de preservar y transmitir valores culturales a través de la gastronomía.

El estado de Michoacán es un crisol de múltiples bendiciones naturales. La geografía, el clima, la flora, la fauna, influyen en la conformación y características de los numerosos grupos humanos que se asentaron en esta zona, una amplia tradición, una cultura caleidoscópica, rica en matices, en ingenio humano y en artes.

Como para muchos otros mesoamericanos anteriores a la Conquista española, la alimentación de las comunidades indígenas locales se basaba en maíz, frijol, calabaza y chile; sumando a esto una abundante variedad de elementos: aguacate, hongos, insectos, aves, iguanas, armadillos, a la vez que plantas como el maguey, el nurite, el epazote, y frutos; el pescado era también preponderante, por la fuerte presencia de cuerpos de agua dulce y, al sur, la cercanía con el Océano Pacífico. El propio nombre de Michoacán indica la relación tan significativa con el alimento propio del sitio, palabra náhuatl con la que son conocidas las personas originarias del sitio ante el resto de la población. “Michoacaque cuando son muchos, y cuando uno, michoa, y quiere decir, hombre u hombres abundantes de peces, porque en la provincia de ellos allí es la madre de los pescados, que es Michoacan”¹ No se deben olvidar los métodos innovadores que utilizaron los antiguos, como la milpa, el nixtamal, los productos de la chinampa, y los utensilios que favorecieron estas creaciones, como metates y molcajetes.

En época posterior, durante el transcurso de aculturación occidentalizante, y especialmente por medio de la productiva evangelización de Vasco de Quiroga, —cuya intención renacentista impuso una nueva estructura con los pueblos-hospitales, entre los que destaca Santa Fe de la La-



Fotografía: Ileri Ortiz Silva

guna, de donde procede una de las Maestras Cocineras de nuestro Estado— se sumaron a la gastronomía el cerdo, la res, el borrego, el arroz y otros cereales, que transformaron la cocina regional en una exquisitez barroca, pero siempre con el sabor de origen.

El proceso de cocinar se lleva en la sangre como una herencia. La gastronomía es uno de los saberes transmisibles más importantes que debemos conocer, pues nos habla de lo ancestral; las generaciones de otros tiempos, los antepasados, perviven en los pueblos actuales por medio del ritual de la cocina, en cada platillo, en cada ingrediente, en cada componente de la mesa, ya que es alquimia pura.

Quienes resguardan este saber son mujeres iniciadas en la sacralidad del hogar, que se transmite de madres a hijas; las *nanas khéris* explican a sus nietas la manera mágica y nutren su experiencia, construyendo la identidad de la comunidad

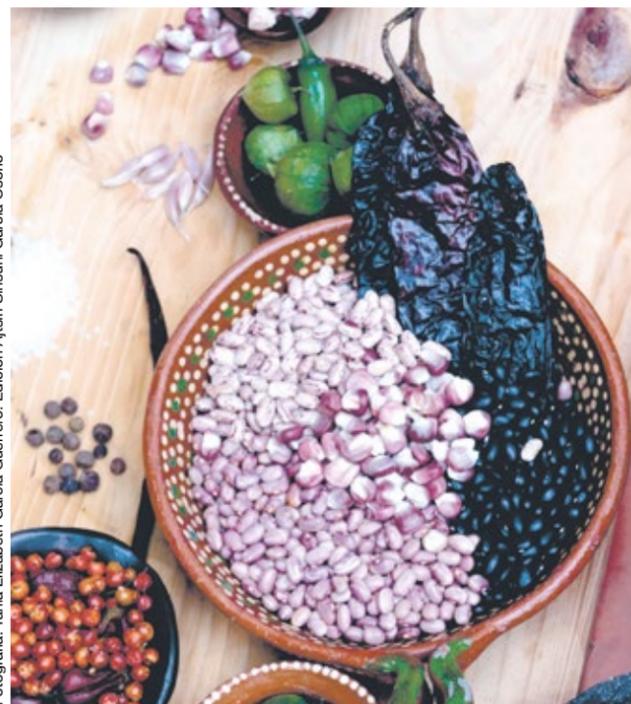
1. Licenciado en Historia del Arte por la Universidad de Morelia, escritor y docente de nivel superior.

2. Bernardino de Sahagún. *Historia general de las cosas de la nueva España*. Libro X, cap. XXIX, apartado 11. (México: Ed Porrúa, col Sepan Cuantos... 2016), 594.

The traditional Mexican cuisine, recognized by UNESCO as an intangible heritage of humanity, is the result of the mix between food customs of the prehispanic world and the western contribution from the arrival of the spaniards. The knowledge of gastronomy has been inherited and the women are recognized as traditional cooks, who are today in charge of preserving and transmitting cultural values through gastronomy.



Fotografía: Ileri Ortiz Silva



Fotografía: Tania Elizabeth García Guerrero. Edición: Aitseri Sinsunt García Osorio



Fotografía: Ileri Ortiz Silva

en los sabores y aromas de sus recetas. Algunos de los valores que engloba este complejo sistema cultural —y por los que podemos identificar la cocina tradicional de nuestro país— son la transferencia hereditaria de conceptos y conocimientos desde antaño hasta nuestros días; la unidad social que se logra por medio de celebraciones y fiestas, donde las creaciones figuren de manera importante; y la utilización, como ya vimos, de ingredientes naturales y técnicas de amplia tradición en la región.

Las cocineras tradicionales de Michoacán ahora son destacadas internacionalmente por su labor infatigable. En un primer momento se intentó que la UNESCO registrara el trabajo de estas mujeres como patrimonio intangible de la humanidad, en una sesión en París, Francia, presentándose una delegación de Michoacán, Oaxaca y Puebla; pero no llegó a legitimarse por un ajuste de requisitos en las bases de esta inscripción. Fue hasta el año 2010 cuando por fin se logró el reconocimiento por parte del organismo internacional, de la Cocina Tradicional de Michoacán, en un evento realizado en Nairobi, Kenia. ²

Hasta la fecha han sido nombradas ocho mujeres para ostentar el título de Maestras Cocineras tradicionales, entre las que es posible mencionar a Benedicta Alejo Vargas, originaria de San Lorenzo en la Meseta Purépecha —reconocida por sus características tortillas de tres colores o las corundas de siete picos— es también la maestra cocinera que más galardones ha recibido en los Encuentros de Cocina Tradicional organizados en Michoacán, y presentó sus recetas en Ciudad del Vaticano ante el pontífice Benedicto XVI.³ Del mismo lugar surge el sazón de Cecilia Bernabé Constancio, quién prepara con esmero desde un atole de



Fotografía: Ileri Ortiz Silva

cacahuete hasta un pipián de charales; Esperanza Galván, de Zacán, quien mantiene la vigencia de estas tradiciones enseñando a sus descendientes los secretos de este arte; Juana Bravo Lázaro, de Angahuan, con su especial atápkua de raíz de chayote llamada guarás, quien, además de dedicarse a la confección de rebozos, fue parte de las delegaciones que acudieron a París y Nairobi, para mostrar sus obras, junto a Antonina González Leandro de la localidad de Tarerio— cuyo repertorio de recetas puede ir desde los dulces de chilacayote hasta platillos con productos del lago como los charales; Victoria González Chávez, que hasta el momento es la única Maestra Cocinera de Michoacán que no pertenece al pueblo purépecha, sino a Apatzingán, en la

Tierra Caliente; María Inés Dimas Carlos, originaria de Santa Fe de la Laguna, que utiliza elementos propios del entorno como la lima o la col de árbol, para la realización de sus platillos; o Amparo Cervantes, de Tzurumútaro que se especializa en el molunos ejemplos de mujeres que se han encargado de mantener hasta hoy esta costumbre tan digna, la elaboración de platillos que conservan el sabor verdadero de nuestras tradiciones. Dentro de la preservación y transmisión de valores culturales a través de la gastronomía, el papel de las cocineras tradicionales y sus familias es de gran importancia, al ser los descendientes directos de tradiciones y costumbres. Pero es compromiso de todos el ayudar a que estas creaciones artesanales perduren. **B**



VICTORIA

LA MAESTRA COCINERA DE TIERRA CALIENTE

Marcela García Delgado

En la ciudad de Pátzcuaro, Michoacán, en una casona del siglo XVII de muros blancos con guardapolvo rojo, techumbre de viguería y piso de madera, se encuentra el restaurante La Tradición. El local es dirigido por la familia Velázquez González, originaria de la Tierra Caliente, quienes representan con orgullo la tradición gastronómica de su región y estado. Desde la entrada se recibe al visitante con equipales y se respira un ambiente familiar —como en el propio hogar. El huésped es atendido con cálido trato por la familia, misma que encabeza la ganadora del 4° Encuentro de Cocina Tradicional de Michoacán. Algunos de los platillos que se pueden degustar en La Tradición son el mole terracalenteño, el “aporreadillo”, la morisqueta, las toqueras con salsa de minguche, los huchepos, el frito de puerco, la cecina, el ternero lechal o ternero nupcial —que es un platillo de rescate— o la carne de puerco al caporal, platillo de la autoría de la matriarca de la familia, entre otras especialidades.

Victoria González Chávez es Maestra Cocinera, originaria del municipio de Apatzingán de la Constitución, Michoacán, quien con significativa trayectoria recuerda que su gusto por cocinar viene desde que era muy pequeña. Lo mismo ha innovado que rescatado recetas, que de lo contrario se habrían perdido con el tiempo; asume que parte de su trabajo como maestra cocinera es preservar las recetas ancestrales, métodos de elaboración y el proceso de recolección, transmitir las a sus hijas y éstas a su vez a las nietas. Dos de sus cuatro hijas, Cnidia Yunuén e Isis Anahí Velázquez González, se han convertido en portadoras de la tradición culinaria, que por supuesto han heredado de su madre, pero también del talento para la cocina de su padre,

La gastronomía michoacana cuenta con ocho maestras cocineras tradicionales que tienen el compromiso de transmitir sus conocimientos de generación en generación, tal como ellas los adquirieron. Victoria González, es una mujer dedicada a su familia que ha consagrado su vida a la cocina michoacana y es la única maestra cocinera que pertenece a la región de Tierra Caliente, conservando las tradiciones propias de su región.



I. Maestra en Historia del Arte por la Universidad de Morelia, docente del área de humanidades a nivel medio superior y superior.



Eloy Velázquez López, un hombre con sentido innato de la investigación sobre su terruño.

Las recetas se han transmitido por sus ancestros de generación en generación, e incluyen implícitamente el conocimiento de los ciclos de la tierra, sus frutos, modos de vida, cultura alimentaria y más. Los hogares de las maestras cocineras son una especie de escuela, ya que es ahí donde desde pequeñas aprendieron todo lo referente a la gastronomía, lo mismo a cuidar de las cosechas como a cazar, ya que en la región de Tierra Caliente se cocina principalmente con carne como la del cerdo salvaje, ciervo, venado, jabalí, armadillo, tejón e iguana. Victoria González revive en cada preparación la historia familiar y aporta nuevas recetas con los vastos productos que su tierra natal ofrece. Cocinar es parte de su vida, actividad que vincula con su familia y que comparte con sus colegas cocineras sin importar la región a la que pertenezcan, ya que a todas las unen ingredientes, colores, sabores, procedimientos y más.

Actualmente son 8 las Maestras Cocineras Tradicionales en Michoacán, Benedicta Alejo Vargas, Esperanza Galván, María Inés Dimas Carlos, Cecilia Bernabé Constancio, Juana Bravo Lázaro, Antonina González Leandro, Amparo Cervantes y Victoria González Chávez, siendo ésta última la única que no pertenece a la región purépecha. Con el nombramiento de Cocineras Tradicionales, actualmente se encuentran 52 talentosas mujeres pertenecientes a las regiones Morelia, Pátzcuaro, Uruapan, País de la Monarca, Zamora, Costa, Apatzingán y Zamora. Las cocineras tradicionales son las encargadas de preservar y promover la cocina ancestral del Estado de Michoacán, en este sentido, la Maestra Victoria González Chávez fue la prime-

Michoacan gastronomy has eight traditional cooks who are committed to transmitting their knowledge from generation to generation, just as they acquired them. Victoria González, is a woman dedicated to her family who has dedicated her life to the cuisine of Michoacan and is the only cook who belongs to the region of tierra caliente. Preserving the traditions of their land.



Fotografía: Ireni Ortiz Silva



Fotografía: Tania Elizabeth García Guerrero. Edición: Aitairi Sinsuni García Osorio

ra cocinera tradicional de Apatzingán, y ha representado a su región en diversos encuentros locales, regionales, nacionales e internacionales.

Fue en el 12° Encuentro de Cocineras Tradicionales “Recetas de madres a hijas”, en octubre de 2014, cuando fue nombrada la Nueva Maestra Cocinera con su característica morisqueta. Durante el mismo encuentro, su hija Isis Anahí Velázquez González, fue merecedora de una mención especial. En el 1er. Encuentro Global de Cocina Tradicional en 2016, organizado por la Secretaría de Relaciones Exteriores, con la presencia de 30 países y más de 100 exponentes, la Maestra Victoria participó con el mole terracalienteño, e impartió un taller sobre el platillo llamado Ternero Nupcial. En el IV Foro Mundial de la Gastronomía Mexicana, que se realizó en el Centro Nacional de las Artes en la Ciudad de México, participó al lado de la también Maestra Cocinera Benedicta Alejo Vargas, de Uruapan, María Inés Dimas Carlos y Guadalupe Hernández Dimas de Santa Fe de la Laguna, representando los distintos sabores del estado de Michoacán. Para el 14° Encuentro de Cocina Tradicional “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad”, Cnidia Yunuén Velázquez González, hija de Victoria González, fue la ganadora de la categoría Plato Tradicional Regional, refrendando el conocimiento adquirido gracias a la transmisión familiar.

Así el compromiso de una maestra cocinera no consiste únicamente a las actividades de promoción y difusión de los saberes de la gastronomía regional, sino de mantener viva una tradición, investigar, rescatar, transmitir y capacitarse. Ante la inclusión como Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, “La Cocina Mexicana Tradicional: Cultura ancestral, comunitaria y



Fotografía: Valeria Mendoza Loatza

vigente: El paradigma de Michoacán”, las mujeres consideradas portadoras del conocimiento ancestral como Victoria González, son fundamentales dentro de los procesos que implican la formación de identidad y desarrollo de las comunidades.

Pero mantener un nombramiento o mejor aún, salvaguardar el patrimonio

implica responsabilidades que no son exclusivas de las maestras cocineras, sino del gobierno mexicano y la sociedad civil; la obligación de nuestras representantes debe ser compartida para que los conceptos que envuelven el tema de la gastronomía mexicana formen parte de nuestra vida diaria, como la producción y consumo de alimentos, el desarrollo local, entre otros. **B**



CHILE RELLENO DE UCHEPO CON SALSA DE JOCOQUE¹



Se asan los chiles poblanos (en carbón preferentemente), una vez asados se dejan sudar dentro de una bolsa de plástico para posteriormente pelar y desvenar.

Se corta la cebolla en pluma y se acitrona en aceite, mientras que los jitomates se asan e incorporan a la cebolla. Posteriormente se integra el jocoque, se sazona con sal y se mantiene a fuego lento de 15 a 20 minutos aproximadamente, dejando que espese y se reserva.

Ya limpios los chiles se rellenan de uchepo y se bañan con la salsa de jocoque.



Ingredientes

- 4 Chiles poblanos
- 4 Uchepos
- ½ Litro de jocoque casero
- 1 Cebolla mediana
- 1 Jitomate mediano
- Aceite
- Sal



¹ La receta es una cortesía de la maestra cocinera Victoria González Chávez

ORIGEN CRECIENTE
entijuanarte
festival cultural

6 AL 8 OCTUBRE 2017
EXPLANADA DEL CECUT
XIII EDICIÓN





DISPOSITIVOS

Daniel Lozano | Sala 6

MIRADA INFINITA 25 AÑOS

Guillermo Wusterhaus | Sala 9

JERÓNIMO MATEO 1936 - 2015

Exposición Homenaje | Sala 1

OBRA DE GRAN FORMATO

Tania Chávez | None

CAJA DE VIDEO

Mariano Rentería | Sala 2

PAISAJE MICHOACANO

Exposición Permanente | Sala 4



Actividades



CENTRO CULTURAL CLAVIJERO



VISITA NUESTRA WEB

www.ccclavijero.mx

