



Turismo y patrimonio en el Petronio

Andrés Felipe Vásquez Mosquera

Monografía para optar al título de sociólogo

**Universidad del Valle
Facultad de Ciencias Sociales y Económicas
Departamento de Ciencias Sociales
Programa de Sociología
Cali – Valle
2020**



Turismo y patrimonio en el Petronio

Andrés Felipe Vásquez Mosquera

Monografía para optar al título de sociólogo

**Director
Fernando Urrea-Giraldo**

**Universidad del Valle
Facultad de Ciencias Sociales y Económicas
Departamento de Ciencias Sociales
Programa de Sociología
Cali – Valle
2020**

Tabla de contenido

Tabla de contenido.....	3
Índice de tablas	4
Índice de gráficos.....	5
Índice de anexos	5
Agradecimientos	5
Introducción.....	7
¿Qué es el Petronio?.....	9
Objetivos	12
Objetivo general.....	12
Objetivos específicos.....	12
Metodología.....	13
Antecedentes de investigación.....	14
Capítulo 1. Factores que han hecho posible el turismo cultural en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez.....	20
1.1. Referentes conceptuales	20
1.1.1. Política cultural	20
1.1.2. Patrimonialización	23
1.2. El patrimonio en el mundo. Lo que dicen las entidades internacionales.....	24
1.3. El patrimonio en Colombia. Lo que dice el gobierno nacional	26

1.4. El turismo en el mundo. Cómo se ha desarrollado (brevemente)	27
1.5. El turismo en Colombia. Cómo se ha desarrollado (brevemente)	30
Capítulo 2: Caracterización de la actividad turística en el Festival de Música del Pacífico	
Petronio Álvarez	32
2.1. Turismo pasado en el Petronio. ¿Era o no un destino turístico?	32
2.2. Cambios en el Petronio después de 2007	36
2.3. El Petronio como patrimonio	40
2.4. Las cifras del Petronio	41
2.5. Los turistas en el Petronio.....	44
2.6. Rolos en el Petronio.....	48
2.7. Breve historia del viche y su patrimonialización. Efectos de la actividad turística sobre el patrimonio	51
3. Conclusiones	58
4. Referencias bibliográficas	60

Índice de tablas

Tabla 1. Presupuesto, sede, número de bandas participantes y días de duración del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, 1997 – 2017.....	34
Tabla 2. Asistentes totales al Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2012 – 2018 ...	42
Tabla 3. País de procedencia de los asistentes al Festival Petronio Álvarez 2017	47
Tabla 4. Departamento de procedencia de los asistentes al Festival Petronio Álvarez 2017	47

Índice de gráficos

Gráfico 1. International tourist arrivals, 1950 - 2030.....	28
Gráfico 2. Participación de la población ocupada en turismo según categorías en Colombia, 2015 - 2018	30
Gráfico 3. Logo del Petronio.	39
Gráfico 4. Interés a largo tiempo por el término “Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez” en el buscador de Google en todo el mundo.	41
Gráfico 5. Pertenencia étnica de asistentes y turistas en el Petronio 2018	46

Índice de anexos

Anexos 1. Entrevistas realizadas por Fernando Urrea y su equipo técnico.	65
Anexos 2. Entrevistas realizadas por Andrés Felipe Vásquez.....	65

Agradecimientos

A mi madre Eva Rosana y a mi hermana Tina por su amor, apoyo e incondicionalidad.

A Fernando Urrea-Giraldo por su dirección en este trabajo de grado. Además, por la guía y la amistad que me ha brindado en mi paso por la universidad.

A Adolfo García por guiarme en la primera etapa de esta investigación.

A Yooselin Morales por sus agudas observaciones académicas en este trabajo.

A Yuri Alejandra por su amistad, su apoyo y su constante insistencia en que termine la tesis.

A Marlon Silva y Ana María Suarez por el aliento en momentos difíciles.

A amigos y familiares que de algún modo hicieron posible que este trabajo de grado llegara a su culminación.

Resumen

En el año 2003, la UNESCO llevó a cabo la *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Varios países del mundo, entre ellos Colombia, se acogieron a lo que dictó esta convención. Así, las distintas culturas dentro de los territorios de estos países debían ser conservadas. Sin embargo, también debían ser sostenibles en términos económicos. Esto trae ciertas consecuencias, que las ciencias sociales se han encargado de estudiar. Este estudio pretende ahondar en ese terreno, en el que la economía, la cultura e incluso la política se mezclan de modo confuso. Para ello se toma un escenario concreto. De este modo, esta investigación busca responder a la pregunta: ¿Cuáles han sido las dinámicas de configuración del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez como un destino turístico? Para responderla, se analizaron documentos oficiales y no oficiales, se analizaron entrevistas y se consultaron estadísticas oficiales y no oficiales. Se encontró que la configuración del festival como destino turístico ha respondido a una estrategia del gobierno local. Este ha seguido las políticas del gobierno nacional en ese ámbito. Políticas que siguen una tendencia global. De este modo, es posible ver como tendencias globales le han dado un rumbo a manifestaciones locales, como la cultura del Pacífico colombiano. Rumbo que, saca de contexto estas manifestaciones para lograr hacerlas *sostenibles*.

Palabras clave

Patrimonio, patrimonialización, turismo, Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez.

Introducción

*En las sienes el bombo me retumba,
la marimba me enciende el esqueleto,
el cununo y su ritmo tan coqueto,
me invitan a danzar en esta rumba.*

*Hasta el muerto surgió de su tumba
a bailar el compás de lo indiscreto.
Que la vida aquí es dura, no es secreto,
mas no hay pena que al baile no sucumba.*

*Que no tengo dinero ni trabajo,
que ayer mi esposa me mandó al carajo,
nada de eso me impide ir al sarao,*

*nada me impide asir un arrechón,
pues solo la muerte, gran colchón,
me vedará de bailar currulao.*

El neoliberalismo y la globalización acarrearón grandes cambios en la configuración de las ciudades en todo el mundo. En Colombia, por ejemplo, hasta los años ochenta las políticas de desarrollo local y regional eran orientadas por el gobierno nacional. A partir de 1991, con la llegada de una nueva constitución, las políticas regionales y locales abandonaron la lógica nacional en la que se inscribían y empezaron a responder a una lógica neoliberal (este hecho reforzó la autonomía de los actores locales y regionales, que ya había crecido desde 1986, momento en el que los gobernantes locales empezaron a escogerse por voto popular). De este modo, cada ciudad y municipio debía hacerse responsable de su propio desarrollo. Esto trajo la creciente competencia entre ciudades y regiones por atraer inversores, residentes y turistas (Pérez, 2009).

Algunos teóricos y críticos de la globalización planteaban que este proceso iba a terminar homogeneizando al mundo entero, que las ciudades tal como se conocían, tan ricas en culturas y tan diversas, terminarían sumidas en una aldea global donde las dimensiones

sociales, económicas y culturales tendrían casi las mismas características en todo el mundo. Sin embargo, la embestida globalizadora no logró este cometido. Por el contrario, las identidades y subjetividades locales aparecieron en escena interpretando el papel de defensores de la particularidad de cada territorio (Borja y Castells, 2000).

Los gobiernos locales han emprendido una búsqueda de diferentes estrategias para posicionar a sus ciudades en el mercado global y lograr la satisfacción de las necesidades de sus ciudadanos. La planeación estratégica y el marketing urbano son algunas de los recursos que usan los gobiernos locales para estos fines (Precedo, et. al., 2010). Estos recursos se ven condensados en los planes de desarrollo municipal que presentan los gobiernos locales al inicio de su mandato.

Ahora bien, en este contexto de competencia entre ciudades por jalonar hacia ellas el “desarrollo”, este estudio pretende estudiar la cultura en Cali. Pero ¿por qué estudiarla? Una respuesta podría ser que, el papel de la cultura en el desarrollo local ha sido relevante: se ha visto expresado en eventos como el Festival internacional de salsa, el Festival Petronio Álvarez, el Festival Ajazzgo, el Festival internacional de títeres, entre otros. La cultura ocupa un papel preponderante en la agenda de la ciudad. Eventos como los conciertos periódicos de la filarmónica de la ciudad, el Festival internacional de ballet, ciclos de cine, concursos de poesía, el Festival de teatro popular, el Festival Caliunderground, encuentros de danzas folclóricas, encuentros étnicos, el Festival internacional de tríos, el Festival de música andina, el Festival de blues y folk, el Cali expo-show, entre otros, lo demuestran.

Además, los estudios de la cultura caleña revisten cierta importancia, porque esta ha sido una fuente de atractivo para individuos residentes en otras ciudades del país, así como para extranjeros. El deporte, la salsa, la sensualidad y el carisma de los habitantes de Cali son algunos de los rasgos culturales más importantes de la ciudad. Como señala Alejandro Ulloa, la cultura caleña ha sufrido una transformación fuerte en el paso del siglo XX al siglo XXI. La identidad cultural y el sentido de pertenencia caleños (que son herencia del antiguo sistema económico del siglo XIX basado en la hacienda, el latifundio y la esclavitud; los procesos de modernización que azotaron al país en los primeros años del siglo XX y las migraciones masivas de población de distintas geografías, en especial, la costa pacífica, el eje cafetero, Antioquia, el norte del Valle y la zona andina de Nariño y Cauca) se han venido perdiendo a causa de distintas razones, como la globalización, la instauración de políticas

neoliberales, el auge del narcotráfico y el conflicto armado que ha traído oleadas de inmigrantes que la ciudad no puede sostener (Ulloa, 2009).

Este trabajo pretende abordar uno de los eventos culturales más importantes de Cali: el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez. Se aborda la dimensión turística del mismo. El turismo en Cali y en el Petronio permite divisar de cerca la relación entre desarrollo, cultura y mercado. La idea con este trabajo es mirar de cerca cómo un evento local entra en las dinámicas globales en un contexto de neoliberalismo. De esta forma la pregunta de investigación de este trabajo es: **¿Cuáles han sido las dinámicas de configuración del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez como un destino turístico?**

Ahora bien, este trabajo se divide en cuatro partes. En primer lugar, está la introducción. En ella se presenta el objeto de estudio, los objetivos, la revisión de estudios previos y la metodología. En el primer capítulo se realiza un repaso por algunos referentes teóricos con los que se abordarán los resultados de la investigación, así como algunos elementos de contexto referentes al objeto de estudio. El segundo capítulo es un análisis de la actividad turística del Festival Petronio Álvarez. Por último, están las conclusiones.

¿Qué es el Petronio?

El Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez¹ es un evento de carácter gratuito que se realiza en la ciudad de Cali de forma anual. El Petronio se realiza siempre en el segundo semestre del año entre los meses de agosto y septiembre. Se ha realizado continuamente desde 1997. El nombre del Festival es un homenaje a Patricio Romano Petronio Álvarez Quintero, quien fue un músico y compositor oriundo de Buenaventura. Este personaje trabajó por varios años en el Ferrocarril del Pacífico. En sus jornadas laborales cantaba, tocaba instrumentos y construía versos. Compuso canciones en distintos géneros musicales. Algunas de las más recordadas son La caña de azúcar, El Cauca, Bochinche en el cielo y, por supuesto, la más icónica y una de las más coreadas en el festival que ahora lleva el nombre de este compositor, Mi Buenaventura.

¹ Se le llama coloquialmente “el Petronio”. A lo largo del texto se le llamará así.

Pese a que Petronio Álvarez murió en 1966 en la ciudad de Cali, su legado cultural ha trascendido hasta nuestros días. Una fecha clave para esto fue el 6 de agosto de 1997, cuando se realizó la primera versión del festival. La gerencia cultural del departamento del Valle del Cauca, en cabeza del historiador y escritor Germán Patiño Ossa creó el festival con la intención de mostrar la música del Pacífico ante el país. En esa época no había ningún espacio de gran magnitud en el cual mostrar las manifestaciones culturales de la región Pacífica de Colombia. En ese sentido, el Petronio cumplió su cometido inicial: en la actualidad se ve un despliegue de medios considerable para cubrir el Petronio y esta música ya se escucha a nivel nacional e internacional, por medio de artistas que han usado el Petronio como plataforma.

Y es que como el nombre del Petronio lo indica, este nació como un festival musical. En su primera versión el Petronio presentó 36 agrupaciones que interpretaron música de todo el Pacífico, que concursaron por una serie de premios que ofrecía la organización. El primer escenario del festival fue el Teatro al aire libre Los Cristales ubicado en el Oeste de Cali. La segunda versión del Petronio contó con un cambio importante que marcaría lo que llegaría a ser el Petronio: se crearon categorías musicales para dar orden al concurso. Las categorías creadas fueron conjunto de marimba, conjunto de chirimía y conjunto libre. Posteriormente, en 2008, la organización del festival creó una nueva categoría, conjunto de violines caucanos. De esta forma quedarían representadas las expresiones musicales del Pacífico sur, el Pacífico norte y el norte del Cauca, que es una región con una amplia presencia de población afro y con lazos culturales muy fuertes con el Pacífico sur colombiano.

Año tras año el Petronio fue creciendo, fue teniendo cambios en su organización y fue expandiéndose a otros sitios de Cali e incluso de Colombia. Comenzaron a presentarse exposiciones de pinturas y acuarelas de artistas del Pacífico, en distintos restaurantes de la ciudad se hacían muestras culturales de comidas del Pacífico y se hacían populares los remates, que son fiestas hasta el amanecer que empiezan cuando terminan las presentaciones del Petronio. Claro que este crecimiento no estuvo exento de problemas: en el año 2005, los residentes del barrio Los Cristales interpusieron una acción legal que buscaba que el festival detuviera su actividad en la noche, dados los ruidos y las dinámicas que generaba en el sector. De todos modos, el festival se iba consolidando como un evento de importancia en la ciudad. Cada vez asistía más público. En 2007 hubo una gran afluencia de público, que salió

decepcionado del evento, ya que este se estaba acabando a las nueve de la noche, cuando lo común es que terminara a las doce de la noche. Por eso en 2008 el Petronio cambió de sede.

Pasó del Teatro al aire libre Los Cristales a la Plaza de Toros de Cañaveralejo, ubicada en el sur de Cali. El Petronio mantuvo esta sede hasta 2010. Ahora bien, el año 2008 fue clave en el direccionamiento del Petronio. No sólo por el cambio de sede, sino porque se inauguró oficialmente la zona de comidas, bebidas y artesanías del Pacífico, lo que posteriormente se conocería como muestras culturales. Este cambio de sede además fue estratégico, ya que el nuevo sitio tenía mejores vías de acceso y un amplio parqueadero para los visitantes. Sin embargo, el público del Petronio seguía en aumento. Esto trajo la necesidad de buscar un espacio más grande. En el año 2011, el estadio Olímpico Pascual Guerrero, ubicado en el barrio San Fernando, fue la sede del festival. Un punto importante en esta versión del Petronio es que se empezaron a hacer clasificatorias regionales para seleccionar a los concursantes que podrían actuar en el concurso en Cali. De esta forma, el Petronio se expandía y llegaba a las zonas de las que provenían las expresiones culturales que pretendía mostrar.

Que el Petronio tuviera como sede el estadio Pascual Guerrero generó algunas críticas. Algunos sectores argumentaban que un escenario deportivo de ese tipo no debía ser usado para eventos culturales ni conciertos. Además, después del evento la gramilla del estadio se vio bastante afectada. Sumado a esto, pese a que al evento podían ingresar 40.000 personas, el día del cierre se quedaron por fuera muchos espectadores. De este modo, en el 2012 el Petronio volvió a cambiar de sede. Esta vez se realizó en la Unidad Deportiva Panamericana (también llamada Canchas Panamericanas). El Petronio se mantuvo en esta sede hasta el 2015. Desde 2016 hasta la actualidad el festival se ha venido realizando en la Unidad Deportiva Alberto Galindo ubicada al lado de la Plaza de Toros de Cañaveralejo. En el año 2018, ocurrió un hecho parecido al de 2005: los moradores de los sectores aledaños a la sede del Petronio interpusieron una tutela que obligaría a cambiar de sede el evento, por los fuertes ruidos que generaba. Un juez de Cali aceptó la tutela, sin embargo, el evento no cambió de sede. Pero sí se tomaron medidas para disminuir la contaminación auditiva y no afectar la tranquilidad de los residentes.

Ahora bien, algún lector se podrá preguntar ¿por qué se realiza el Petronio en Cali y no en otras ciudades del Pacífico como Buenaventura, Tumaco o Quibdó? El distinguido investigador Fernando Urrea escribe lo siguiente al respecto:

Los diferentes estudios sociodemográficos y socioeconómicos sobre la población afrodescendiente en Cali y en toda la región del Pacífico, y para el conjunto del país, (...) revelan claramente que Cali es el epicentro urbano cosmopolita más importante de la gente negra en Colombia, con presencia de pobladores negro de todos los municipios del Pacífico, del norte del Cauca y todo el Valle diferente a Cali. Cali también recoge pobladores negros del Urabá antioqueño, y en general de varios municipios de la costa Caribe, incluyendo inmigrantes raizales (San Andrés y Providencia). Este fenómeno (...) se consolidó desde la década del setenta en el siglo pasado, a partir de las inmigraciones masivas proveniente de todo el Pacífico sur, Buenaventura y varios municipios del Departamento del Chocó. Ya en el censo de 1993 y los resultados de la Encuesta Cidse-Ird sobre movilidad y migración de las poblaciones afrocolombianas en Cali se observaba claramente este fenómeno (...). El censo de 2005 ratificó en términos sociodemográficos los hallazgos anteriores del equipo de investigadores Cidse/UnivalleIRD sobre el peso de la gente negra en Cali y en particular el fuerte cosmopolitismo por zonas del Pacífico, norte del Cauca y otras regiones del país. No solo Cali es el primer municipio en términos absolutos de población negra en Colombia, sino que su tamaño poblacional es superior al de todos los centros urbanos del Pacífico (Urrea, Arias y Hernández, 2018, p. 28).

Objetivos

Objetivo general

- Describir las dinámicas de configuración del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez como destino turístico.

Objetivos específicos

- Identificar los factores que han hecho posible el turismo en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez.

- Caracterizar la actividad turística en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez.

Metodología

La metodología de este trabajo es de corte cualitativo. Como técnicas de investigación se utilizaron la revisión documental, la etnografía y las entrevistas. Dentro de la revisión documental se revisaron fuentes primarias y secundarias. Dentro de las fuentes primarias se encuentran artículos y notas de periódico. Se buscó todo lo relacionado con el Petronio tanto en línea como en físico en los periódicos El País, El Espectador, El Tiempo y en la Revista Semana. Cabe mencionar que la búsqueda no fue sistemática año por año. También se consultaron los archivos oficiales de la Alcaldía de Cali sobre el Festival Petronio Álvarez. De igual forma, se recurrió a la información que brinda el motor de búsqueda Google en cuanto a sus estadísticas para observar cuántas veces se había buscado el Petronio. Como se dijo, también se recurrió a distintas fuentes secundarias: trabajos de grado, de maestría y distintos trabajos académicos que dan cuenta del problema de investigación desde distintos ángulos.

En cuanto a la etnografía, hay que aclarar que el autor ha asistido al Festival Petronio Álvarez ininterrumpidamente desde más o menos el 2003. Sus padres lo llevaban en esa época, aunque era muy chico y es poco lo que recuerda. Sin embargo, eso le ha permitido hacerse una idea de los cambios ocurridos en el festival. De todos modos, el autor hizo un ejercicio etnográfico en las ediciones de 2018 y 2019: fue al evento y consignó sus apreciaciones en un diario de campo. En la versión 2018, el autor utilizó como diario de campo su celular. Este fue hurtado e hizo perder esta información. Por tanto, el autor tuvo que escribir lo que recordaba en una libreta posteriormente.

En este trabajo se analizaron dos tipos de entrevistas. El primer tipo fueron las hechas a visitantes del Petronio. Estas entrevistas las realizó el investigador entre 2018 y 2020. El segundo conjunto de entrevistas son las realizadas en 2017 por Fernando Urrea² y su equipo

² Agradezco profundamente a Fernando Urrea, Nelson Hernández y Waldor Árias por permitirme acceder a algunas de las entrevistas que realizaron. Para más información sobre la investigación que realizaron ver: Urrea, Árias y Hernández, 2018.

técnico, en el marco de una consultoría sobre las muestras culturales en el Petronio, a asistentes, expositores y organizadores del Festival Petronio Álvarez. La lista de los entrevistados está en los anexos 1 y 2 de este documento.

Antecedentes de investigación

A continuación, se hará una revisión de lo que se ha escrito sobre el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez desde 2010 hasta el presente. Los criterios para seleccionar los textos fueron: que fuese un trabajo académico desde las ciencias sociales y que tuviese como temática central el Petronio. Se encontraron textos de distintas disciplinas como la antropología, la sociología, la economía y la comunicación social. La presentación de los textos será en orden cronológico, desde el más antigua hasta el más reciente.

Cabe mencionar que, antes de 2010 existen algunos trabajos de Michael Birenbaum y de Oscar Hernández Salgar que analizan el Petronio de una manera crítica. También se encontró una tesis de pregrado de Sandra Rodríguez y Diana Trujillo (2007). Estas autoras, por un lado, analizan las decisiones políticas y judiciales, a nivel nacional, departamental y local, que permitieron la creación del Petronio. Por otro lado, presentan la evaluación que hacen los actores involucrados en la realización del Petronio sobre las políticas culturales en torno al mismo (Rodríguez y Trujillo, 2007).

En primer lugar, tenemos el texto de Hernández Salgar (2010) “De currulaos modernos y ollas podridas”. Este autor plantea que el Petronio ha acelerado transformaciones en la música del Pacífico colombiano. Las lógicas de esta música se han insertado en unas dinámicas propias de algunos discursos que dominan la escena mundial. Los discursos que identifica Hernández son el de la “world music”, la “multiculturalidad” y el del “patrimonio inmaterial”. El papel de la marimba en las interpretaciones, por ejemplo, ha cambiado desde sus orígenes en las zonas rurales del Pacífico sur hasta el Petronio. En sus orígenes, este instrumento se usaba para acompañar las voces de las cantadoras y los cantadores. En el Petronio tomó un papel protagónico hasta el punto que se premia al mejor intérprete de este instrumento (Hernández, 2010).

El texto de Diego Ocasiones (2011) sigue una línea parecida, en el sentido de que busca analizar los cambios que ha tenido la música del Pacífico al ser expuesta en el Petronio. Este

trabajo es la descripción etnográfica más rica que se ha escrito sobre el Petronio hasta ahora. Describe tanto aspectos musicales del evento, como aspectos logísticos, entre ellos, el transporte y el hospedaje de los músicos. También describe la sección de muestras culturales del Petronio. La principal conclusión de Ocasiones es que la música del Pacífico se la ha sacado de su contexto y se la ha puesto en otro muy distinto por razones económicas y políticas (Ocasiones, 2011).

El siguiente trabajo es la tesis de maestría de Ana Milena Trujillo (2011) titulada “La Música tradicional del Pacífico colombiano en el marco del Festival Petronio Álvarez de Cali. Mirada a los medios de comunicación, escenarios y mercado”. La metodología que usa la autora es de corte cualitativo, igual que en los trabajos ya mencionados en este apartado. La autora retoma los debates de los estudios culturales alrededor de la cultura y el mercado. En ese sentido, utiliza los postulados de autores como Stuart Hall, George Yudice y Néstor García Canclini para analizar cómo la música del Pacífico colombiano entró en las dinámicas del mercado, además del papel de los medios de comunicación nacionales y del Estado en este proceso (Trujillo, 2011).

Siguiendo la línea que busca analizar la relación entre la música del Pacífico, el mercado y los intereses políticos, se ubica el texto de Michael Birenbaum (2013) “De ritos a ritmos: las prácticas musicales afropacíficas en la época de la etnodiversidad”. Este autor presenta una propuesta teórica que pretende explicar cómo la música de una zona invisibilizada como el Pacífico colombiano, pasa a ser una fuente de valor en un contexto distinto al de su origen. Para ello, el autor propone el concepto de “etnodiversidad”. Se basa en el concepto de “biodiversidad” propuesto por Arturo Escobar. Con “etnodiversidad”, Birenbaum se refiere “a un campo de significación en que la otredad cultural ha llegado a tener valor (Birenbaum, 2013, p. 162).” Al igual que Hernández (2010), Birenbaum (2013) considera que el Petronio está creando una identidad caleña que reúne elementos de todo el Pacífico colombiano.

La tesis de pregrado de Katherine Balanta y Yuly Castro (2013) se aparta de la línea de investigación que siguen los anteriores trabajos. El estudio se realiza desde la disciplina de trabajo social. En primer lugar, las autoras reconstruyen las carreras artísticas de los grupos Canalón de Timbiquí y Palmeras de Santander de Quilichao. Estos grupos tienen cierto nivel de reconocimiento nacional e internacional. En el caso de estos grupos, el Petronio fue la catapulta hacia ese reconocimiento. Las autoras toman la experiencia de estos grupos y, a

partir de ella, buscan elementos del Petronio que contribuyan al fortalecimiento del tejido social de las comunidades negras y al rescate y la visibilización de la identidad cultural (Balanta y Castro, 2013).

El siguiente texto vuelve a la línea de investigación que relaciona la cultura, el mercado y la política. Carlos Meza (2014) en su artículo “Representación, reconocimiento étnico y emprendimiento etnocultural del pacífico en el Festival Petronio Álvarez de Cali” reflexiona en torno a cómo se entretajan las políticas de salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial y el fortalecimiento del emprendimiento, el turismo y las industrias culturales. Este autor también resalta las tensiones que se forman en torno al proceso de “patrimonialización” de la cultura afro en Cali (Meza, 2014).

Todos los trabajos hasta ahora citados reconocen que el Petronio hace parte del proyecto multicultural del Estado-nación colombiano, que surgió a partir de la constitución de 1991. Sin embargo, no es hasta que aparece la tesis de maestría de Mateo Pazos (2015), que se estudia este tema a profundidad. Ahora bien, este autor no sólo analiza el caso del Petronio, también analiza el caso del Festival Internacional Afrocaribeño de Veracruz, México. Establece comparaciones entre el multiculturalismo en ambos festivales. En un primer momento, Pazos analiza las políticas y los discursos públicos, a nivel internacional, nacional y local, que convergieron para llevar a cabo los festivales. Después se detiene en cómo se significan y van construyendo identidades los asistentes afro y no afro de ambos festivales. Por último, analiza cómo se construyen nociones sobre la corporalidad en los espacios de estos festivales. El autor concluye con una fuerte crítica al proyecto multicultural latinoamericano. Aunque también reconoce que, en el contexto de los festivales, existen prácticas que trascienden las lógicas de dominación de dicho proyecto multicultural (Pazos, 2015).

Hasta ahora, a grandes rasgos, los textos revisados muestran una tendencia a estudiar las causas, el desarrollo y las consecuencias que ha tenido el Petronio en términos políticos, culturales y económicos. El trabajo de grado de Claudia Cruz y Nikoll Echeverry (2015) va por otra vía. Las autoras analizan los imaginarios sociales evidenciados en los afiches publicitarios del Petronio desde su creación hasta el 2013. Aunque las autoras reconocen que sólo el análisis de estos afiches no alcanza para develar los imaginarios sociales que hay en torno al Pacífico colombiano, sin embargo, presentan algunas conclusiones reveladoras. Por

ejemplo, en los primeros años del Petronio los afiches daban una imagen rural del Pacífico. Después, los afiches empezaron a mostrar una imagen más urbana y a incluir elementos de la ciudad de Cali (Cruz y Echeverry, 2015).

Por otro lado, Pazos no es el único investigador que ha comparado el Petronio con otro festival. Manuel Sevilla (2017) también lo hizo en su artículo “Transmisión de conocimiento sobre patrimonio cultural en dos festivales musicales”. Este autor hace sus aportes al campo de la antropología del conocimiento analizando cómo se transmite el conocimiento en el Petronio y en el Jazz Festival and Heritage Festival. Sevilla realizó trabajo de campo en ambos eventos en los años 2015 y 2016. Él encontró que la transmisión de conocimientos en ambos festivales se da más por medio de la corporalidad y la imitación, que por la enseñanza directa con palabras (Sevilla, 2017).

Natalia Lozano Macera (2017) ofrece una visión más crítica del Petronio. En su artículo “Entre la música y la resistencia: en busca del reconocimiento en el Festival Petronio Álvarez” reconoce dos formas de resistencia por parte de los músicos que asisten al Petronio. La primera que, según la autora, no tiene mucha cabida dentro del festival, es la de la resistencia a la homogeneización de la música del Pacífico. La autora considera que el Petronio saca estas músicas de contexto y las convierte en productos comerciales. En otras palabras, esta homogeneización tiene como fin la comercialización. El segundo tipo de resistencia tiene que ver con el reconocimiento de los problemas de las comunidades negras del Pacífico. Estas poblaciones han sido históricamente invisibilizadas por el Estado, además de ser azotadas por problemas como la pobreza y los grupos armados ilegales. En ese sentido, el Petronio se convierte en un escenario para lograr ese reconocimiento (Lozano, 2017).

El trabajo de grado de Natalia Jiménez (2017) busca describir cómo el Petronio ha afectado las prácticas musicales de la población afro de Santander de Quilichao. La autora lo hace a partir de una metodología cualitativa. Ella identifica que el Petronio trajo varios cambios en las prácticas musicales de los afro del norte del Cauca. Por ejemplo, la inclusión en el Petronio de la categoría violines caucanos contribuyó a visibilizar esta modalidad musical, ya que era desconocida para gran parte de la población del Pacífico. De igual forma, la autora reconoce que, en el Petronio, la música afro del norte del Cauca es sacada de su contexto y mostrada en un ambiente de competición, en el que las formas musicales deben acoplarse a lo “occidental” (Jiménez, 2017).

Con el pasar de los años, el interés por aspectos del Petronio distintos al musical va en aumento. La tesis de pregrado de Juan Castro y Daniel Hurtado (2018) se centra en la gastronomía. A ellos les interesa indagar el papel de la gastronomía como elemento comunicativo y como forma de transmisión cultural (Sevilla (2017) tiene intereses parecidos, sólo que no se centra en la gastronomía, sino en todas las muestras culturales del Petronio). El escenario que escogen para esta investigación es el Petronio en su edición de 2017. Los autores usan una metodología cualitativa, al igual que todos los trabajos citados hasta aquí. Los autores identifican una tensión entre los conocimientos culinarios formales e informales dentro del Petronio (Castro y Hurtado, 2018).

El trabajo de grado de Juan Pablo Hormaza (2018) también utiliza una metodología cualitativa. Al igual que Castro y Hurtado (2018) se sumerge a realizar una etnografía en la versión XXI del Petronio. Hormaza busca elementos en la organización y en el desarrollo del Petronio que dilucidan elementos que permitan la identificación o el sentido de pertenencia de los asistentes al festival con el mismo. De esta forma, Hormaza describe un recorrido por la ciudadela Petronio desde la calle antes de entrar al festival, hasta la zona de conciertos. Encuentra que en cada espacio del Petronio existen unas disposiciones determinadas, que permiten la configuración de un sentido de pertenencia, a partir de la experiencia sensorial de los asistentes al Festival (Hormaza, 2018).

Por otro lado, aparece el trabajo de Fernando Urrea, Waldor Botero y Nelson Hernández (2018) en donde analizan a profundidad las muestras culturales del Petronio. Es decir, la sección de comidas, de bebidas, de artesanías y de modas. La sección musical no entra en el análisis de estos autores, aunque al ser un aspecto tan importante del festival, sus conclusiones también lo tocan. La categoría principal que utilizan los autores para analizar las muestras es patrimonialización (Meza (2014) también usa esta categoría). En ese sentido, se preguntan, ¿cómo se ha dado el proceso de patrimonialización en las cuatro muestras culturales? Lo que encuentran los investigadores es que evidentemente el patrimonio cultural inmaterial de las comunidades afro, que se muestra en el Petronio, ha pasado por un proceso de estandarización para llegar ahí. Para los autores esto no es necesariamente negativo, ya que consideran la cultura como un algo dinámico, que cambia y se reinventa. De todos modos, son críticos. Consideran que los beneficios económicos que produce el festival deben

ser explotados en mayor medida por los portadores de la cultura, es decir, los hombres y mujeres afro (Urrea, Botero y Hernández, 2018).

Siguiendo también la línea de analizar las tensiones entre el mercado y la cultura, se encuentra el trabajo de grado de Ana Piraquive (2019) de título “Relaciones híbridas: el conflicto entre cultura y mercado en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2008 – 2018”. En principio, la autora se detiene en las discusiones teóricas, que atañen al Petronio, que se han presentado sobre las relaciones entre mercado y cultura. Posteriormente realiza su propio marco de análisis para entender la relación entre mercado y cultura en el festival. La autora propone el concepto de hibridación heterotópica. En el marco del Petronio, el concepto apunta a que aún en un escenario de mercado, en el que se dan marcadas relaciones de dominación, los actores culturales afro logran prácticas de emancipación social (Piraquive, 2019).

Por último, aparece el “Estudio de caracterización de la cultura del Pacífico como bien económico y cultural. Caso: XXII Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2018”. Este trabajo es el único que se ha escrito sobre el Petronio que cuenta con una metodología cuantitativa. Los autores llevaron a cabo tres tipos de encuesta. Una para asistentes al festival, una para no asistentes al festival y otra para los stands de las muestras culturales que participan en el festival. Adicional a esto, crearon un modelo de impacto económico del Petronio en el área metropolitana de Cali. Su principal conclusión es que el Petronio genera un impacto económico, social y cultural positivo en la ciudad de Cali (OIM, 2019).

Capítulo 1. Factores que han hecho posible el turismo cultural en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez

Este capítulo busca sentar las bases teóricas y contextuales para el análisis de la actividad turística en el Petronio y su relación con la patrimonialización de la cultura afro del Pacífico colombiano³. En primer lugar, se revisarán algunos referentes teóricos que orientarán el curso de la investigación. Después, se revisará qué es el patrimonio. Se revisarán los discursos oficiales en el mundo y en Colombia. De igual modo, se hará una revisión de algunas leyes sobre el patrimonio. En este capítulo también se hará un breve repaso por la evolución del turismo tanto en Colombia como en el mundo.

1.1. Referentes conceptuales

1.1.1. Política cultural

En cuanto a los referentes conceptuales, se debe aclarar que hay distintas definiciones de lo que es política cultural. Para empezar, Nestor García Canclini da una definición de este concepto: para él son “el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población, y obtener consenso. Para un tipo de orden o de transformación social (García Canclini, 1987, p. 26).

Esta definición es susceptible de críticas, pues presupone que hay necesidades culturales de la población, que deben ser suplidas por medio de la política cultural y que, a través de este proceso, se creará un consenso social. De este modo la política cultural estaría dirigida a resolver problemas sociales. Siguiendo a Rodríguez Morató (2012) la política cultural es una política de corte constitutivo, o sea, aquella que busca promover o reforzar una identidad cultural en una sociedad dada, para crear una comunidad política y así legitimar al poder. Si esto es cierto, las políticas culturales más que buscar un consenso, serían instrumentos de

³ En algunos pasajes de esta investigación también se le llamará cultura “afropacífica”. Este término también es usado por Pazos (2017).

dominación. Además, siempre habría intenciones ocultas detrás de las intenciones de satisfacer las necesidades culturales de la población, en la formulación de dichas políticas.

El problema con la definición de Rodríguez Morató (2012) es que tiene una concepción unilateral de las políticas culturales, en donde se ejercen acciones de dominación desde arriba hacia abajo, desde el Estado hacia la sociedad civil. Deja de lado otros actores que pueden intervenir en la formulación o ejecución de las políticas culturales, por ejemplo, movimientos sociales, étnicos o urbanos. Estos, en un proceso de resistencia ante la acción estatal, también participarían de la política cultural.

Escobar, Álvarez y Dagnino (2001) brindan una definición en sintonía con ese planteamiento: interpretan política cultural “como el proceso que se desata cuando entran en conflicto conjuntos de actores sociales que a la vez que encarnan diferentes significados y prácticas culturales, han sido moldeados por ellos” (Escobar, Álvarez y Dagnino, 2001, p. 26). Así pues, las autoras y el autor presuponen que “significados y prácticas –especialmente aquellos que (...) se han considerado marginales, de oposición, minoritarios, residuales, emergentes, alternativos, disidentes y similares, todos en relación con un orden cultural predominante determinado- pueden originar procesos cuyo carácter político debe ser necesariamente aceptado” (Escobar, Álvarez y Dagnino, 2001, p. 26).

Lo interesante de estos autores es que formulan una crítica a la forma en que la antropología interpretativa venía tratando el tema de la política cultural. La antropología de este tipo se llevaba a cabo bajo la consigna “culturas como textos”. Reducía el estudio de las políticas culturales al estudio de los discursos políticos sobre la cultura, negando la relación entre la dimensión simbólica y la realidad social (Escobar, Alvarez, & Dagnino, 2001). Rodríguez Morató también hace una crítica de este estilo a los estudios culturales, que embebidos por las teorías de Gramsci y Foucault, se dedicaron a estudiar lo textual en las políticas culturales, sin prestar atención a las relaciones sociales concretas que había detrás de su formulación (Rodríguez Morató, 2012).

Este autor hizo un esfuerzo por definir el horizonte de análisis de las políticas culturales en una disciplina particular: la sociología. Serían tres los principios para un estudio de estas características. En primer lugar, las políticas culturales se inscriben en un contexto institucional que consta de la relación dinámica entre Estado y cultura. Segundo, este contexto debe ser entendido como un proceso que ha tenido un desarrollo socio-histórico. Y,

en tercer lugar, la política cultural no puede ser entendida por fuera de las relaciones sociales concretas que la constituyen (Rodríguez Morató, 2012).

De este modo, si se articulan la teoría de Escobar, Álvarez y Dagnino con la de Rodríguez Morató, se llega a una noción de política cultural donde la relación entre política y cultura cobra importancia en dos niveles, uno macro-estructural-histórico y otro micro-social. El nivel macro configura y condiciona las acciones en el nivel micro. En este, los actores ocupan distintos niveles o posiciones. De acuerdo a su posición, cada actor entrará en una lucha por imponer, reivindicar o reforzar sus definiciones, sus significados, sus símbolos, sus identidades, y en último término, su cultura. De esta forma, las acciones en el nivel micro llegan a configurar la estructura, el nivel macro. La dimensión discursiva e ideológica de las políticas culturales atravesaría ambos niveles.

Esta será la definición de política cultural que se usará para abordar el problema de esta investigación. El enfoque de esta se caracteriza por considerar la política cultural como una lucha por la “cultura”, que se dan en espacios determinados y se desarrollan en relaciones sociales concretas. El objetivo de los actores que “luchan” es que sus propuestas se conviertan en políticas concretas que se lleven efectivamente a cabo.

Ahora bien, en esta investigación se abordarán determinadas sub-dimensiones de la política cultural. Estas son las que recoge López de Aguilera en su definición de cultura. La define como “un conjunto de actividades y productos de carácter simbólico, realizadas en los ámbitos intelectual, artístico, social y recreativo, concebidos como un carácter creativo” (López de Aguilera, 2000, p. 21). Así, el patrimonio cultural (patrimonio arqueológico, bibliográfico, lugares, monumentos, etc.); la cultura artística (pintura, danza, música, artesanías, etc.); la cultura industrializada o industrias culturales (editoriales, cine, publicidad, radio, televisión, etc.); y las actividades culturales informativas o no mercantiles (actividades de ocio, de promoción sociocultural, fiestas populares, fiestas folclóricas, etc.) (López de Aguilera, 2000), son los elementos que componen la cultura según López de Aguilera.

1.1.2. Patrimonialización

Para Prats (2000), el patrimonio es, ante todo, una invención y una construcción social. Es una invención en cuanto es un discurso sobre la realidad que se crea, normalmente desde el poder político. Este discurso es legitimado de alguna forma. Esa legitimación es lo que le da el carácter de construcción social. El discurso lo que hace es seleccionar y organizar elementos de una cultura. Esto quiere decir que cuando se construye el patrimonio no se toman en cuenta todos los elementos de la cultura en cuestión, sino que se seleccionan algunos y se ignoran otros (Prats, 2000).

Por definición, el patrimonio cultural es “algo digno de conservar”. Sin embargo, los usos que se le han dado al patrimonio en la modernidad son distintos. El patrimonio cultural se ha puesto al servicio del mercado, se ha convertido en mercancía. Para Prats y Santana (2005) este fenómeno es conocido como “activación patrimonial”, otros autores como Chaves, Montenegro y Zambrano (2014) lo llaman “patrimonialización”. La patrimonialización es para estos últimos, la puesta en valor del patrimonio. Para Prats (2000) la puesta en valor no es suficiente, después de la puesta en valor debe darse una “activación”, esto quiere decir, poner en venta los productos.

De este modo, el patrimonio pasa por distintas etapas. Primero, se crea un discurso en el que se entiende que hay algunos elementos de la cultura que son dignos de ser conservados. Segundo, este discurso es legitimado. Tercero, los elementos seleccionados para ser conservados empiezan a ser considerados para ser vendidos. Cuarto, son puestos en venta efectivamente.

En este proceso de patrimonialización o activación patrimonial participan varios actores. En primer lugar, están los “portadores de la cultura”, para los que los elementos culturales son parte de su cotidianidad. Por otro lado, están los actores encargados de la construcción tanto del discurso del patrimonio, como de su activación, estos son, casi siempre, el poder político. En este sentido, la patrimonialización es una forma de traer desarrollo y beneficios económicos a los territorios en donde se realiza. Aunque en ocasiones los réditos del proceso se lo llevan actores ajenos a la cultura.

Para Prats y Santana (2005), la activación patrimonial se da en tres ámbitos. Los llaman museos, sitios y manifestaciones. Los museos son el sitio por excelencia de los objetos, allí se muestran y se venden. Los sitios son los lugares patrimonializados, estos pueden ser

iglesias, catedrales, monumentos, edificios, etc. Las manifestaciones tienen que ver con el patrimonio inmaterial, es decir, ese patrimonio que no se puede tocar y que necesita de un performance determinado para aparecer. La música, las danzas y la gastronomía entran en esta categoría.

Una de las formas en que la patrimonialización produce beneficios económicos es a través del turismo. O sea, de personas que llegan desde distintos sitios a comprar ese patrimonio. Para Agustín Santana (1997) la actividad turística es:

El movimiento de gente a destinos fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender sus necesidades. El estudio del turismo será, así, el estudio de la gente fuera de su hábitat usual, de los establecimientos que responden a las necesidades de sus viajeros, y de los impactos que ellos tienen sobre el bienestar económico, físico y social de sus anfitriones (...). Ello involucra las motivaciones y experiencias de los turistas, las expectativas y los ajustes hechos por los residentes del área receptora y los roles jugados por las numerosas agencias e instituciones que interceden entre ellos, además de las culturas de las áreas generadoras, las de destino y las optimizadas para los encuentros cara a cara (Santana, 1997, p. 50).

1.2. El patrimonio en el mundo. Lo que dicen las entidades internacionales.

La UNESCO (2003) define el patrimonio cultural inmaterial como los usos, representaciones, métodos, saberes y expresiones que, junto a los instrumentos inherente a dichas dinámicas, y del reconocimiento de los individuos como parte de su patrimonio cultural, forman parte de la representación y la memoria colectiva entre los individuos parte de una comunidad o grupo. Generalmente, dichas formas de tradición cultural se transmiten de generación en generación, conservando así el legado cultural inmaterial.

La representación del pasado es constitutiva no sólo de la identidad individual —la persona está hecha de sus propias imágenes acerca de sí misma— sino también de la identidad colectiva. Ahora bien, guste o no, la mayoría de los seres humanos experimentan la necesidad de sentir su pertenencia a un grupo: así es como encuentran

el medio más inmediato de obtener el reconocimiento de su existencia, indispensable para todos y cada uno (Todorov, 1995, pág. 33).

Las formas de patrimonio cultural inmaterial llevan implícitos sentimientos de identidad, así como de continuidad, ayudando a promover el respeto a la diversidad cultural y la creatividad humana. Según la UNESCO (2003), el patrimonio cultural inmaterial, tienden a manifestarse en los siguientes ámbitos:

a) Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial.

b) Artes del espectáculo.

c) Usos sociales, rituales y actos festivos.

d) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.

e) Técnicas artesanales tradicionales.

El patrimonio cultural se caracteriza según el planteamiento de la UNESCO (2003), como un conjunto determinado de bienes intangibles, como tangibles y naturales, las cuales forman parte de las practicas sociales de una comunidad o grupo. Van asociado a valores, los cuales son transmitidos y posteriormente resignificados, de una época a otra o de una generación a las siguientes.

La estructura simbólica que comprende el patrimonio cultural se establece a partir de procesos sociales y culturales. Esta estructura atribuye valores, funciones y significados. El patrimonio cultural no se desarrolla de una vez y para siempre, sino que, al ser producto de un proceso social, comúnmente permanente y complejo, en este se construyen sentidos y significados que moldean sus representaciones simbólicas. De esta forma, los bienes y objetos resguardados adquieren significado en la medida que se establecen a nuevos sentidos y se asocian a una forma cultural establecida, que los contextualiza, los interpreta e interactúan de manera dinámica.

La UNESCO enfatiza en que el concepto de “patrimonio cultural” no está sujeto constantemente al mismo significado, y en las últimas décadas ha experimentado un profundo cambio, actualmente este concepto establece una noción más abierta, que incluye expresiones culturales del presente, y no solo del pasado.

El patrimonio cultural e inmaterial al configurarse como un relato del pasado y presente de los pueblos, comunidades o grupos, se establece como un factor clave en la identidad

sociocultural colectiva e individual. El patrimonio cultural se enfrenta a dificultades, en cuanto su autenticidad se puede ver afectada debido a diferentes dinámicas económicas y culturales que giran alrededor de esta, como es la idea del patrimonio como bien turístico.

En los hechos, el patrimonio funciona así, pero la idea de pensar en los bienes patrimoniales como ancla de la industria turística, ha hecho poner especial atención en los efectos negativos de esta relación: sobreexplotación, vulgarización, selectividad, mercantilización son algunas de los efectos más cuestionados (Nivón, 2018, pág. 6).

Debido a los riesgos que presenta la autenticidad del patrimonio cultural, dentro de las cambiantes dinámicas socioeconómicas y culturales en los individuos y sus prácticas, se ha visto la necesidad de salvaguardar las representaciones culturales de los patrimonios. Desde la UNESCO (2003) se ha establecido medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, las cuales comprenden parámetros como: la documentación, la identificación, investigación, valorización, protección, promoción preservación y transmisión. Esto se ha logrado, a través de los mecanismos de enseñanza formal y no formal, así como la revitalización patrimonial, en sus distintos aspectos.

1.3. El patrimonio en Colombia. Lo que dice el gobierno nacional

En el contexto colombiano, el patrimonio cultural inmaterial cobra importancia en cuanto a la necesidad de resaltar y conservar el diverso legado cultural de sus pueblos y comunidades autóctonas. La reforma constitucional de 1991 fue importante en este contexto, ya que se reconoció a Colombia como una nación pluriétnica y multicultural, esto agregó elementos políticos y legislativos importantes, los cuales permiten salvaguardar el legado cultural de los pueblos.

Posteriormente a la constitución política de 1991, resalta la ley 1185 de 2008, la cual tiene como finalidad, la protección, conservación, sostenibilidad y divulgación del patrimonio cultural, con el objetivo de preservar el testimonio de la identidad cultural nacional, tanto en el presente, como en el futuro. La ley 397 de 1997 condiciona al estado el deber de respaldar las diversas manifestaciones del patrimonio cultural del país, en cuanto a impulsar y estimular los procesos, proyectos y actividades que difundan y expresen el bien patrimonial de las diversas culturas en el país.

El Estado garantiza a los grupos étnicos y lingüísticos, a las comunidades negras y raizales y a los pueblos indígenas el derecho a conservar, enriquecer y difundir su identidad y patrimonio cultural, a generar el conocimiento de las mismas según sus propias tradiciones y a beneficiarse de una educación que asegure estos derechos (Ley 397 del 1997).

Aunque en el país la legislación ha dado respaldo institucional a la divulgación, explotación y conservación del patrimonio cultural inmaterial, esto también representa dificultades a la tradición, en cuanto las dinámicas comerciales y turísticas se apropian y modifican las prácticas y productos culturales, con el fin del lucro.

Herramientas administrativas como lo es el CONPES 3659 de 2010, puede significar diversas dicotomías en cuanto la divulgación y la conservación del patrimonio cultural inmaterial. El objetivo del CONPES 3659 es dinamizar la industria cultural y turística. Muchas veces, valiéndose de las fuentes del patrimonio cultural de la nación, en función de la generación de empleos e ingresos. Lo cual, a su vez de presentar oportunidades económicas para las comunidades, también podría representar riesgos, en cuanto se compromete la autenticidad de las prácticas, materiales y costumbres de las diversas expresiones patrimoniales, ya que estas pueden transformarse en función de las dinámicas del turismo y el lucro más que de la identidad colectiva tradicional.

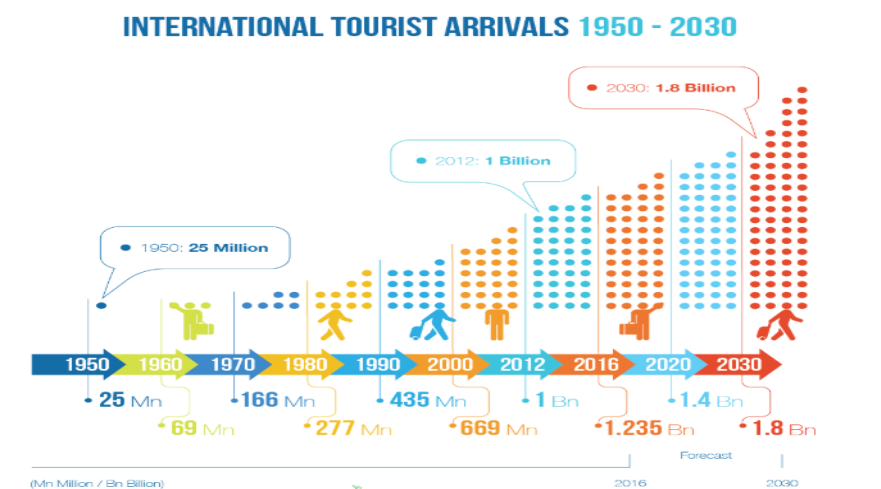
Igualmente, el CONPES 3553 del 2008, el cual busca dinamizar el desarrollo económico y social en el Chocó, y fortalecer las institucionales gubernamentales en el territorio, con el fin de sacar al departamento del atraso social, económico y político al cual ha estado sujeto. Parte de la base de la estrategia, se basa en la articulación económica con la variedad de riquezas naturales y culturales del departamento, lo cual podría representar más que una oportunidad, una desventaja. Ya que el CONPES 3553 del 2008 carece de un enfoque diferencial, así como procesos de participación ciudadana en su construcción. Poco contempla el fomento y desarrollo de las expresiones culturales de la región Pacífico, por ende, no se articula efectivamente con la lógica de las comunidades nativas de la región.

1.4. El turismo en el mundo. Cómo se ha desarrollado (brevemente)

El turismo se ha logrado consolidar como una exitosa empresa a nivel internacional, logrando movilizar a 1.323 millones de turistas alrededor del mundo en el año 2017,

generando ingresos por 1.237 millones de dólares (UNWTO, 2017). Siendo este el modo de subsistencia económica más importante para varias comunidades y grupos de población a nivel global.

Gráfico 1. International tourist arrivals, 1950 - 2030



Fuente: UNWT 2007

Aunque las cifras de movilidad, junto a las dinámicas económicas producto del turismo en la actualidad se establecen como un éxito empresarial, su crecimiento se fue dando de manera paulatina, y siempre condicionado a diferentes áreas de desarrollo humano. El turismo primero se establecía en prácticas rígidamente elitistas, ya que con un buen capital y tiempo se lograba recorrer el mundo. Un mundo limitado muchas veces a Occidente, condicionado a los escasos medios de transporte y el desarrollo tecnológico. Un mundo que poco a poco se iría abriendo a los nuevos medios de movilidad, así como a las nuevas dinámicas económicas. El turismo iría tomando importancia en el mercado global, representando nuevos ingresos principalmente a países en vía de desarrollo, muchas veces a costa de la autenticidad del capital cultural regional. El turismo, con la capacidad lograda de ser renovable, se consolida como un gran producto, casi una cadena de producción que poco a poco incluyó aquel mundo como materia prima y a toda la selecta humanidad con dinero como cliente potencial (Talavera, 2003). Valene Smith caracteriza que en la segunda mitad del siglo XX se da el punto de inflexión del turismo en cuanto su desarrollo y crecimiento en visitantes hacia

destinos, que fueron lentamente condicionados por la demanda, estereotipos e imágenes que en los años setenta prevalecieron (Smith, 1992).

La conciencia colectiva, al igual que las dinámicas macroeconómicas y la visión de los planificadores sociales más influyentes, aunque con distintas motivaciones, concordaron con territorios y características específicas en estos. Territorios, que años antes estuvieron excluidos de las dinámicas del desarrollo global y la explotación turística, se han beneficiado de las cambiantes tendencias de la demanda. Esta marcó lo que se convirtieron en los nuevos productos ofertados en la empresa del turismo, encuadrados en dos grandes paquetes, muchas veces altamente articulados como lo son: el turismo ecológico, el turismo medioambiental-físico (naturaleza) y el turismo cultural (patrimonial-identitario). Ahora bien, “aunque las formas iniciales de turismo cultural están presentes en los orígenes del turismo, no es hasta la implementación y desarrollo del turismo de masas y la consolidación del estado de bienestar, que se dan las condiciones necesarias (Bachleitner y Zins, 1999, pp. 200)” para el impulso de este turismo cultural.

Desde finales de la década de los ochenta asistimos a la aparición en cascada de multitud de ‘nuevos turismos’, propiciados en su conjunto por las nuevas condiciones y exigencias del mercado (...) la experiencia de lo ‘auténtico’ en la naturaleza, la cultura, la gente o una combinación de las mismas. Su desarrollo se lleva a cabo, preferiblemente, en áreas no congestionadas poblacionalmente (parajes deshabitados o con muy bajo nivel de ocupación humana, entornos rurales no urbanos o pequeñas poblaciones concentradas), pero pueden incluirse tour monumentales-arquitectónicos o museísticos por ciudades (Talavera, 2003, p. 34).

El turismo cultural en el mundo se ha logrado establecer como pilar económico de la industria, influenciado por las dinámicas cambiantes del mercado y la conciencia humana. Motivada por la búsqueda de la autenticidad patrimonial y el contexto espacial que la rodean, articulándose así con el ecoturismo. El turismo cultural está relacionado actualmente con la atracción que ejerce “lo que las personas hacen” (Singh, 1994, p. 18). Aunque, así como esta forma de industria turística representan oportunidades, también es foco de dificultades. Sobre todo, para la propia cultura y su originalidad. En cuanto las practicas, productos y elementos propios culturales, se transforman al ritmo de las dinámicas del comercio, y no a las del legado cultural autóctono.

1.5. El turismo en Colombia. Cómo se ha desarrollado (brevemente)

El turismo en Colombia con el tiempo se ha ido consolidando como uno de los motores más sobresalientes de la economía nacional. En el 2018 este sector representó 1,9 millones de empleos, lo cual significó un 8,8% de los empleos totales del país. El número de visitantes extranjeros se estableció en 4.515.932 durante el 2018, lo cual representa un incremento de 10,4% en comparación con el año anterior. El turismo en Colombia logró cifras récord en cuanto a los ingresos que derivan de esta, lo cual se tradujo en un 6,9% del PIB de Colombia en el primer trimestre del 2018 (Mincomercio, 2019).

El país se ha visto beneficiado en cuanto a la variada oferta cultural, patrimonial y natural que posee, atrayendo al turista con ofertas del turismo cultural o ecoturísticas, entre otras.

Gráfico 2. Participación de la población ocupada en turismo según categorías en Colombia, 2015 - 2018

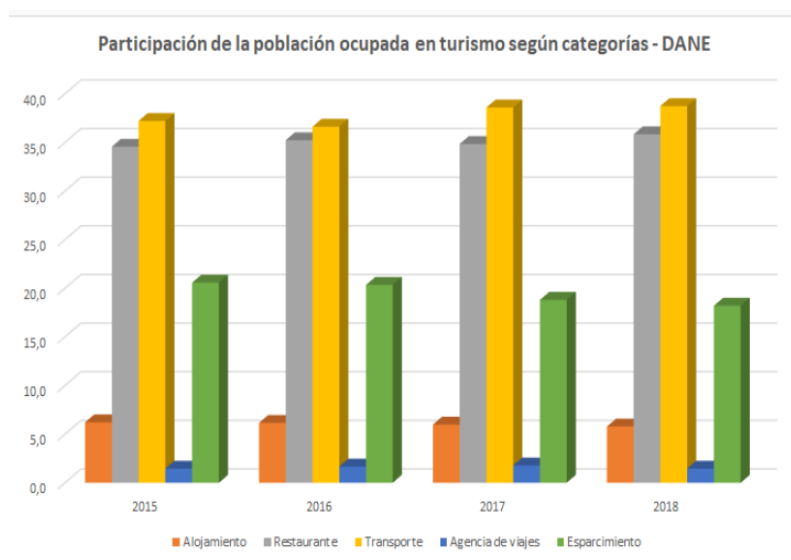


Gráfico 2. Participación de la población ocupada en turismo Colombia

Fuente: DANE 2019.

Para llegar a las cifras actuales en cuanto al desarrollo turístico en el país, se tuvo que pasar primero por varios procesos importantes para la consolidación de éste, como lo fue la creación formal de la Asociación Colombiana de Hoteles, en Barranquilla, en el año 1954. Así como la creación de la Asociación de Líneas Aéreas Internacionales de Colombia en 1955. Esto permitió formalizar y reglamentar debidamente la actividad hotelera y aeronáutica en el país. Ya en el transcurso de la segunda mitad del siglo XX, se realizan grandes proyectos

de infraestructura vial, aeroportuaria y cultural. Entre ellas está la construcción del aeropuerto El Dorado en Bogotá (1959), la inauguración del ferrocarril expreso del sol (1962) (el cual conectaría Fundación, Magdalena con Bogotá, dinamizando así el transporte del interior con la costa atlántica), la inauguración del museo del oro en Bogotá (1965). Para el año 1966, el total de turistas extranjeros llegados al país se situó en 65.468 (Mincomercio, 2019). 1968 fue un año importante para el turismo nacional, pues en dicha época se celebró el XIII Congreso Eucarístico Internacional, en la cual se logró la primera visita de un Papa a Latinoamérica. Este viajó desde Roma, en un avión de Avianca especialmente condicionado para la ocasión. En ese año el número de visitantes extranjeros en el país se situó en 94.761.

Dos años después, en 1971, se inauguraría el Hotel Intercontinental en Cali. En esa misma ciudad se celebrarían los VI Juegos Panamericanos. La década de los 90's fueron fundamentales para la conectividad nacional con el resto del mundo. En el año 1990 llega American Airlines al país, con vuelos desde Cali y Bogotá a Miami. Hoy dicha aerolínea ofrece vuelos a más de 250 ciudades y 40 países desde Colombia.

En 1993 entra en funcionamiento la aerolínea nacional Aerorepublica. Se reconoce a Cartagena y Mompox como patrimonio de la humanidad, junto con varios parques naturales y festividades, como el carnaval de Barranquilla. Esto dinamiza la oferta y sube la demanda, en cuanto las formas de turismo cultural y ecológico en el país. En el 1996 se expide la Ley 300, la cual reconoce al turismo como industria clave para el desarrollo del país, y se posibilita la creación del fondo de promoción turística. Más adelante, en 2005, se crea el Viceministerio de Turismo con el fin de promover al país como producto de calidad turística internacional. Actualmente, se promociona a Colombia como destino turístico a más de 20 países en el mundo. Ese mismo año, y por primera vez, el Departamento de Estado de EE. UU no recomienda a sus ciudadanos de abstenerse de visitar Colombia. Ya en el 2008 se permiten abordar cruceros desde Colombia, siendo el arribo del crucero Coral Princess de Royal Caribbean el primero en hacerlo. En el 2009 la agencia de viajes Aviatur, en alianza con "Virgin Galactic" del magnate Sir Richard Branson, operará viajes al espacio, por un valor de 260.000 dólares estadounidenses para los usuarios colombianos.

Capítulo 2: Caracterización de la actividad turística en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez

En este capítulo se busca analizar varias dimensiones de la actividad turística del Festival Petronio Álvarez. En primer lugar, se revisarán las primeras versiones de este, para comprobar si había o no turismo. Se hará un recorrido por las distintas ediciones del festival, resaltando los aspectos más relevantes en materia turística. Se hace un especial énfasis en las estrategias del Estado para posicionar al festival como un evento turístico. Después se hará una caracterización de los turistas y se ahondará en su experiencia. Por último, se revisará el efecto del turismo y la patrimonialización en un producto típico del Pacífico colombiano: el viche.

2.1. Turismo pasado en el Petronio. ¿Era o no un destino turístico?

El Petronio tuvo su primera edición del 7 al 9 de agosto en el Teatro al aire libre Los Cristales en la ciudad de Cali. En ese momento, el Petronio era ante todo un festival de música del Pacífico. Para esa primera edición se inscribieron más de 40 agrupaciones. Estas debían competir entre sí por los premios. Esta edición no contó con las categorías musicales que se han conservado casi igual hasta el presente. Es decir, la competencia enfrentó a grupos de chirimía, de marimba y a grupos con instrumentos más “modernos” como guitarras y teclados. Al año siguiente se crearon las categorías de “marimba”, “chirimía” y “libre” (Cabezas y Sevilla, 2017).

En ambas ediciones, el público gozaba y apreciaba la música del Pacífico en sus distintas vertientes. Este público era en su mayoría de piel negra, según cuenta Eva Rosana Mosquera⁴, mujer negra de 59 años, residente en Cali, que ha asistido al Petronio desde sus inicios.

En esa época el noventa y pico por ciento de los que asistíamos éramos negros. Ya después se fue llenando de blancos, de gente de afuera, de otro país (...) Yo me acuerdo que la gente llevaba sus instrumentos. Sus cununos, sus marimbas y empezaban el

⁴ Eva Rosana es oriunda de Buenaventura. En los años ochenta migró hacia Cali con su madre y sus hermanos. En Cali logró graduarse como contadora pública.

corrinche. Como en esa época no había la tarima giratoria que hay ahora, los músicos se tenían que arreglar y había espacios de receso. Ahí era que la gente cogía sus instrumentos y los tocaba. Ya cuando los músicos iban a empezar a tocar, le decían a la gente “shh, shh” y empezaba el concierto (...) Después el Petronio ya no fue lo mismo. Cuando empezaron a ir otras personas como que se perdió la esencia. Antes ni policía mandaban. Cuando íbamos los negros solamente todo era tranquilo. Yo ya dejé de ir hace como tres años (Eva Mosquera, 2019).

Ahora bien, en 1997 el Petronio nació con un objetivo general claro: “Estimular la creación, interpretación, difusión y proyección de la música del Pacífico colombiano y ecuatoriano a nivel nacional e internacional (Gerencia cultural del Valle, 1997, p. 2)”. Y con los siguientes objetivos específicos:

1- Ofrecer a los compositores, músicos e intérpretes de la música del Pacífico la oportunidad de dar a conocer ampliamente su trabajo en el ámbito cultural y artístico de Colombia y del exterior. 2- Fomentar los procesos de transformación de la música vernácula del Pacífico acorde con las nuevas sensibilidades y desarrollos de la música popular a nivel nacional e internacional. 3- Convertir a la ciudad en el centro de difusión de la música del Pacífico Colombiano. 4- Brindarle al Valle del Cauca un gran evento cultural de carácter popular que sirva como fuente de atracción a visitantes y genere nuevos desarrollos turísticos. 5- Incentivar el interés de compositores, músicos e intérpretes por el conocimiento y estudio de la música del Pacífico, y por la investigación sobre las posibilidades de su transformación (Gerencia cultural del Valle, 1997, p. 2).

Lo que se puede observar en los objetivos del primer Petronio es que van acorde a las políticas sobre patrimonio del Estado colombiano. Por un lado, el Petronio busca salvaguardar las prácticas musicales del Pacífico colombiano, así como promover el interés en ellas. Por el otro lado, busca generar dinámicas turísticas en Cali, así como inscribir a la música del Pacífico en las lógicas de la música popular.

En ese sentido, posicionar el Petronio como un evento turístico ha sido uno de los objetivos desde el comienzo. Sin embargo, según el relato de Eva Mosquera y otros entrevistados, la presencia de turistas tanto nacionales como internacionales era bastante escasa en los primeros años del festival. Para la tercera edición del Petronio en 1999, en el reglamento, el objetivo sobre el desarrollo turístico ya no estaba. Sin embargo, ese siguió

siendo uno de los lineamientos del Festival. Aunque como lo indican Rodríguez y Trujillo (2007), a ese objetivo no se le prestó tanta atención como a los otros por parte de los organizadores del evento.

Incluso, para 2007 el Petronio todavía no se había posicionado como un evento con buena afluencia turística. Hay que tener en cuenta que hasta esa fecha el Petronio se realizó en el Teatro al aire libre Los Cristales y este tiene una capacidad para 15000 espectadores. Rodríguez y Trujillo (2007) entrevistaron a una serie de actores sociales vinculados con la organización y el desarrollo del Petronio. Dentro de las preguntas que les realizaron, se les pedía a los actores sociales realizar dar una opinión sobre el cumplimiento o no de los objetivos originales del festival.

Aunque los actores sociales presentan discursos distintos entre sí, hay una tendencia marcada en lo que dicen. El objetivo de convertir al Petronio en un evento turístico y popular se había estado cumpliendo a medias. Uno de los actores sociales destaca que el Petronio había logrado una cierta popularidad a nivel nacional e internacional; que canales de televisión nacionales y algunas cadenas internacionales se estaban interesando en el evento. Otro de los actores sociales señala que el Petronio es visitado por personas de Bogotá, de Armenia y de distintas partes del país. Otro actor social destaca la presencia extranjera en el festival, sobre todo de visitantes franceses, alemanes, italianos y estadounidenses. En cuanto a la publicidad y la promoción del Petronio, los actores sociales reconocieron que no se había hecho lo suficiente para el cumplimiento del objetivo relacionado con el turismo (Rodríguez y Trujillo, 2007).

El año 2008 representó un antes y un después para el Petronio. En primer lugar, el cambio de sede: esa edición se realizó en la Plaza de Toros de Cañaveralejo ubicada en el sur de Cali. En este año en la ciudad hubo un cambio en la administración local. Jorge Ivan Ospina asumió el cargo de alcalde desde 2008 hasta 2011. En su administración el presupuesto destinado al Petronio terminó aumentando un 400% como se puede observar en la tabla 1.

Tabla 1. Presupuesto, sede, número de bandas participantes y días de duración del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, 1997 – 2017.

Año	Sede	Número de bandas	Presupuesto oficial	Días de duración
1997	Teatro al Aire libre Los Cristales	36	Sin información	4

1998	Teatro al Aire libre Los Cristales	47	\$40,000,000 ⁵	4
1999	Teatro al Aire libre Los Cristales	68	\$154,979,196	5
2000	Teatro al Aire libre Los Cristales	81	\$174,772,000	4
2001	Teatro al Aire libre Los Cristales	53	\$79,893,080	4
2002	Teatro al Aire libre Los Cristales	40	\$136,745,248	4
2003	Teatro al Aire libre Los Cristales	38	\$173,590,400	3
2004	Teatro al Aire libre Los Cristales	51	\$184,688,046	4
2005	Teatro al Aire libre Los Cristales	70	\$232,000,000	4
2006	Teatro al Aire libre Los Cristales	48	\$285,000,000	5
2007	Teatro al Aire libre Los Cristales	52	\$250,000,000	4
2008	Plaza de Toros de Cañaveralejo	75	\$417,450,000	5
2009	Plaza de Toros de Cañaveralejo	85	\$1,524,000,000	5
2010	Plaza de Toros de Cañaveralejo	86	\$1,834,000,000	5
2011	Estadio Pascual Guerrero	60	\$2,157,274,000	5
2012	Unidad Deportiva Panamericana	40	\$1,159,463,307	5
2013	Unidad Deportiva Panamericana	42	\$2,126,825,054	5
2014	Unidad Deportiva Panamericana	44	\$2,613,624,720	5
2015	Unidad Deportiva Panamericana	44	\$2,099,073,006	5
2016	Unidad Deportiva Alberto Galindo	44	\$3,695,425,299	8
2017	Unidad Deportiva Alberto Galindo	44	\$3,676,713,682	5

Fuente: Elaboración propia con base en documentos oficiales de la Alcaldía de Cali.

Hasta la edición del 2008, el Petronio atraía a cierta cantidad de turistas nacionales e internacionales. Pero aún no se había posicionado como un destino turístico dentro de Cali. No hay datos ni estadísticas oficiales sobre el número de asistentes al Petronio para esas ediciones. En ese sentido no hay manera de conocer el número de turistas que asistieron al Petronio. Por tanto, los testimonios de los asistentes y de los organizadores constituyen un insumo vital para medir la asistencia turística.

Ahora bien, a partir de la edición 2008, los esfuerzos del Estado en sus niveles nacional, departamental y local para promover el turismo fueron más fuertes. Como lo reconocen los organizadores y asistentes al Petronio, la afluencia turística no era muy fuerte. Sin embargo, ¿la afluencia turística creció? Si es así, ¿por qué?, ¿cuáles fueron las medidas estatales que impulsaron esto?

⁵ Los valores monetarios de esta tabla y los mostrados a lo largo de este capítulo están a precio corriente.

2.2. Cambios en el Petronio después de 2007

La doceava versión del Petronio tuvo otro cambio importante: la venta de comidas y bebidas del Pacífico dentro del evento se oficializó. Aunque en las versiones anteriores del festival ya se vendían bebidas alcohólicas como el viche o el arrechón, además de comidas de mar como pescados y mariscos, la oficialización llegó en 2008. Antes, estas ventas eran informales. Los vendedores se ubicaban en las afueras o adentro del teatro a vender estos productos. Gregorio Amú, un experimentado cocinero lo expresa de la siguiente manera:

yo participe del primer arriba cuando empezó, los cristales pero allá en los cristales no estábamos organizados como estamos ahora no, estaba organizada la parte gastronómica, artesanal, sólo era un festival artístico, entonces habría que uno ponerse como una esquina, un ladito yo como un, entonces eso me tocaba a mí y a mí me tocó fritar, empanadas de camarón, todas las frituras, la hacía era en un brasero porque no dejaban colocar, instalar pipas de gas por la inseguridad que eso se fue a explotar, a estallar eso, no dejaban hacer y eso era una persecución con uno como vendedor porque realmente no estaban las condiciones para entonces yo me hacía arriba ahí con mi brasero (Gregorio Amú, 2017).

Cabe señalar que también se vendían otros tipos de productos como cervezas y licores nacionales, además de comidas tales como perros calientes, hamburguesas, chuzos y picadas. De este modo, en la edición de 2008 se veían vendedores dentro y fuera de la Plaza de Toros comercializando los productos del Pacífico. Unos lo hacían de forma oficial, es decir, con permiso de los organizadores, mientras otros seguían ofreciendo sus productos de manera extraoficial.

De esta forma, el Petronio dejaba de ser sólo un festival de música. Se convirtió en un espacio en el que distintas expresiones de la cultura del Pacífico colombiano podrían mostrarse y comercializarse. Las muestras culturales no constaban sólo de comida de mar y bebidas alcohólicas del Pacífico, las artesanías y la moda también tenían cabida. Las muestras culturales fueron evolucionando versión tras versión, cada vez se agregaban nuevos elementos.

Estas dinámicas no estuvieron exentas de tensiones entre los actores del festival. Se generaron tensiones en torno a la contraposición entre mercado y cultura. Sin embargo, también se presentaron tensiones entre ciertos actores que defendían una concepción del

Petronio como un festival eminentemente musical y otros actores que estaban a favor de las muestras culturales. Bania Guerrero, funcionaria de la alcaldía, quien ha estado vinculada a la realización del Petronio desde sus inicios, lo expresa de esta manera:

los de la música están un tanto celosos porque se invierte también una buena cantidad de plata en la muestra, entonces ellos dicen es recurso que nos estaría quitando porque podría ser mucho más grande la muestra musical pero como tienen que invertirlo a esta otra cosa y el festival es de música (Bania Guerrero, 2017).

Pese a esta tensión, el curso del Petronio ha seguido con la inversión en las muestras culturales. Primero en la Plaza de Toros, luego en el Estadio Olímpico Pascual Guerrero, después en la Unidad Deportiva Panamericana y, por último, en la Unidad Deportiva Alberto Galindo. Aunque en todos estos escenarios, las muestras culturales tuvieron cambios. Hay dinámicas similares que se han mantenido en las distintas ediciones.

En la sección de comidas participan cocineros y cocineras tradicionales seleccionados por la Alcaldía de Cali. Esta sección dentro del festival consta de unos puestos en los que se ubican los y las cocineras. Dentro de cada puesto, se encuentran los utensilios necesarios para preparar los alimentos. Hay suministro de agua y gas. En las primeras versiones de la muestra cultural estos puestos eran rudimentarios. Contaban con una pipeta de gas y el suministro de agua era complicado. Esto fue evolucionando. En las últimas versiones, los expositores culinarios cuentan con todo lo que necesitan. Adicionalmente, en la sección de comidas hay mesas y asientos en los que los comensales pueden disfrutar de su comida.

La sección de bebidas es parecida a la de comidas. Hay puestos en los que están los expositores culturales. En ellos se exponen las bebidas que se van a comercializar. Los expositores también son seleccionados por la Alcaldía de Cali. Se hace por medio de un concurso. Los expositores de bebidas tradicionales pueden tener hasta 5 personas que van a vender las bebidas en otros espacios del festival, sobre todo, en la sección de conciertos. Las secciones de moda y artesanías también cuentan con puestos en los que exponen sus muestras.

La parte musical del Petronio ha tenido distintos cambios. Como ya se mencionó, se agregó la categoría de violines caucanos. También, como se puede observar en la tabla 1, el número de bandas o músicos que entran a concursar se estandarizó: quedó en 44 participantes. La tarima del Petronio también cambió. Se agregó una tarima giratoria, que

permitía acortar el tiempo de presentación entre una banda y otra. Por otra parte, el espacio donde se ubican los espectadores también se ha hecho más amplio. En cada sede del Petronio caben más personas.

Estos y otros cambios han hecho del Petronio un Festival más grande y conocido, con mayor cubrimiento de medios nacionales e internacionales. La edición de 2011 tuvo un cambio fundamental. La organización del Petronio que había estado en manos de la Secretaría de Cultura de Cali pasa a manos de la Oficina de Turismo. Esto acarreó varios cambios en el festival. Bania Guerrero lo presenta así:

en el 2011 se le asigna a la oficina de turismo que era la que yo cortinada, la intervención directa en la organización de esa muestra, empezamos a hablar ya en rutas de capacitación, en hacer rutas de capacitación con ellas, en articularnos con el SENA, con las entidades que tuvieran que ver con el tema para que la cosa fuera cada vez de más calidad y para que empezáramos a hablar no de un poco de gente que iba a vender comida sino de portadores de tradición, entonces ya en el 2012 podríamos decir que se establecieron unos criterios de selección, se establecieron unos jurados con unos criterios, se afinó un poco más el tema (Bania Guerrero, 2017).

En el año 2011 también se consolidó el comité conceptual del Petronio. Este se compone de distintos actores que tienen conocimientos de la cultura “afropacífica”. Los integrantes pertenecen a ámbitos variados como la academia o el sector público, algunos son artistas o conocedores. Este comité tiene como fin fortalecer el

proceso cultural (...) haciéndolo participativo, democrático e incluyente, con el fin de velar por el correcto uso de las manifestaciones artísticas y culturales de las costumbres y tradiciones de las regiones del litoral, en el marco de la realización del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez (Alcaldía de Cali, 2015)⁶.

Ahora bien, el cambio en la oficina que organiza el festival y la creación del comité conceptual tienen direcciones bien marcadas. Por un lado, el comité conceptual es un espacio fijo en el que un grupo de actores pueden planear y pensarse el Petronio cada año. Es un avance en la institucionalización del evento, pues lo que se va a hacer o no, sería planeado por un grupo de personas que se mantienen, en su gran mayoría, año tras año. Por su parte,

⁶http://www.cali.gov.co/cultura/publicaciones/110318/petronio_alvarez_festival_sustentado_en_un_comite_conceptual/

el cambio de la oficina organizadora del Petronio tiene un derrotero claro: la Oficina de Turismo busca fortalecer el turismo en la ciudad. Como ya se vio, desde el inicio atraer turistas fue uno de los objetivos del festival. Esa decisión va en pro de fortalecer dicho objetivo.

Una de las apuestas tanto del comité conceptual como de la Oficina de turismo fue llevar el Petronio a otros espacios distintos a la sede principal. De este modo, se crearon iniciativas como el Petronito, se llevaron a cabo muestras musicales y gastronómicas del Pacífico en distintos escenarios de la ciudad. Como parte de la estrategia turística, se comenzó a llevar el Petronio a distintos hoteles y restaurantes de Cali. También hubo espacio para el componente académico, se promovieron charlas y conferencias sobre el patrimonio cultural. Aunque quizá la forma de descentralización más importante del Petronio sean las eliminatorias musicales regionales. Estas se hacen en 7 sitios distintos: Cali, Bogotá, Quibdó, Timbiquí o Guapi, Santander de Quilichao, Tumaco y Buenaventura. En estos eventos se escogen los músicos que participarán en el gran evento en Cali.

Otra de las apuestas de esas entidades fue la creación de la marca Petronio. Esta marca debía tener un logo. En 2015, Cruz y Echeverry analizaron los carteles publicitarios del Petronio de cada año hasta 2013. Una de sus conclusiones era que no había un interés en crear una marca Petronio, ya que el logo del festival cambiaba en cada edición (Cruz y Echeverry, 2015). Pues a partir de 2013, el logo del Petronio permaneció igual, aunque los afiches de cada año cambiaban. Así se daba paso a la creación de la marca Petronio que estaba anclada a una imagen en específico (ver gráfico 3).

Gráfico 3. Logo del Petronio.



Fuente: Página web de la alcaldía de Cali.

2.3. El Petronio como patrimonio

El cinco de julio de 2011, el Congreso de la república de Colombia expidió la ley 1472. En ella se declara al Petronio como patrimonio cultural de la nación. De este modo:

La Nación, a través del Ministerio de Cultura, podrá contribuir a la financiación al fomento, promoción, protección, conservación, divulgación, desarrollo y financiación del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, y de los valores culturales que se originen alrededor del folclor del Litoral Pacífico. Así mismo, apoyará el trabajo investigativo en relación con el aporte musical del Pacífico y las publicaciones en el tema; contribuirá al fomento de la producción musical de la región en los diferentes formatos que las nuevas tecnologías permiten, tanto de participantes nacionales como de otras regiones que asisten al Festival; apoyará la producción fílmica que permita la difusión a nivel nacional e internacional de la cultura del Litoral Pacífico y, en general, de Colombia; y de igual manera apoyará aquellas manifestaciones y expresiones del Pacífico que también hacen parte del aporte cultural como son: la producción de instrumentos musicales típicos, artesanías, gastronomía y vestuario, entre otros (SUIN, 2011)⁷.

A partir de ahí, el papel del Ministerio de Cultura nacional fue mucho más importante en el festival. Sin embargo, la inclusión del festival en esta lista nacional era sólo el primer paso. En el 2015, la música de marimba y cantos y bailes tradicionales de la región colombiana del Pacífico Sur y de la provincia ecuatoriana de Esmeraldas fue incluida en la lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.

De esta forma, el Petronio se iría posicionando cada vez como un evento con reconocimiento nacional e internacional. Un indicador de esto pueden ser las búsquedas en internet. Como se puede observar en el gráfico ⁴, el término de búsqueda “Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez” ha crecido desde 2004 hasta el 2020 en todo el mundo. Fue justamente en 2011 cuando se disparó el número de búsquedas. Cada año en agosto, que es el mes en que se realiza el Festival, se incrementan las búsquedas del término.

⁷ <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1681561>

⁸ En el gráfico el valor 100 representa el número máximo de búsquedas en el periodo de tiempo determinado. De este modo, si un periodo de tiempo marca 5, significa que en ese mes se realizaron el 5% de búsquedas que se hicieron en el mes que representa el 100. En el caso de este gráfico el 100 está en agosto de 2019.

Gráfico 4. Interés a largo tiempo por el término “Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez” en el buscador de Google en todo el mundo.



Fuente: Google Trends, 2020.

2.4. Las cifras del Petronio

Como se ha visto, el Petronio se fue posicionando como el festival de la cultura “afropacífica”. Lo que empezó siendo una iniciativa para mostrar los elementos de dicha cultura a las personas no afro en Cali, se convirtió en el espacio de salvaguarda del patrimonio “afropacífico” a nivel nacional y de los ritmos de marimba a nivel mundial. Como se ha mencionado, el patrimonio tiene dos caras. Una que busca salvaguardar y preservar la cultura. Otra que busca incrustar esa cultura en las dinámicas del mercado. Este proceso es llamado patrimonialización. Desde este punto de vista, el Petronio ha cumplido con la primera parte del proceso: el reconocimiento y la salvaguarda. Sin embargo, ¿estas dinámicas si han logrado insertarse en las lógicas del mercado? ¿Los portadores de cultura han logrado sacar beneficios de sus prácticas culturales en el festival?

Para empezar, cabe revisar la asistencia al festival después de 2011, ya que es el año en que se dieron más cambios en torno al festival, encaminados a la activación económica del mismo. Como se puede ver en la tabla 2, la asistencia al Festival en 2012 estuvo cerca de los 520.000 asistentes. En los años 2012 y 2013 la cifra se elevó a 600.000 visitantes. El año 2015 tuvo una reducción importante en el número de visitantes. Cabe recordar que este fue el año en que las músicas de marimba entraron en el listado de patrimonio cultural de la humanidad. Se debe determinar si el desfase entre estas cifras obedece a un error en la medición de los años 2013 y 2014. El año 2016 tuvo un bajón en la asistencia en relación con

el 2015: asistieron 169.443 personas. Esta cifra mejoró en el 2017, año en el que asistieron cerca de 400.000 personas. En 2018 la asistencia bajó un poco, llegando a 368.650 asistentes al evento.

Tabla 2^o. Asistentes totales al Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2012 – 2018

Año	Asistentes totales al Festival
2012	520.000
2013	600.000
2014	600.000
2015	248.502
2016	169.443
2017	400.000
2018	368.650

Fuente: Elaboración propia con base en informes de la Alcaldía de Cali.

En cuanto a cifras económicas, el Petronio en su versión de 2012 generó 1217 empleos directos. De estos empleos directos, 350 estuvieron relacionadas con la gastronomía, 395 con la logística y la seguridad, 160 con la venta de artesanías, 150 con la producción del evento, 20 con la televisión y 137 con vinculación a la secretaría de cultura. También se generaron 1670 empleos indirectos: 1500 relacionados con la logística del evento y 170 relacionados con la gastronomía y las artesanías. Esto sin contar los empleos informales que se generan en las afueras del Petronio (Secretaría de cultura de Cali, 2012).

Estas mediciones económicas que hacía la alcaldía eran bastante rudimentarias y tenían algunos fallos técnicos. Eso cambió en 2014. La patrimonialización del Petronio requería que se midieran mejor sus impactos. Zoraya Garcés, quien ha trabajado en la entidad que organiza el Petronio, lo expresa así:

Pues hay algo muy importante que se implementó en el 2015 que fue una idea de Bania, en el 2014 llega a la oficina una compañera que es estadística y después de hacer como la evaluación del festival del 2014, de la muestra del 2014 pues a Bania se le ocurre la idea de hacer una edición del festival, de los impactos económicos que deja el festival,

⁹ Los datos de los años 2012, 2013, 2014 y 2017 son aproximaciones de la Alcaldía de Cali. Los datos de los años 2015, 2016 y 2018 son el resultado de mediciones técnicas más precisas. De todos modos, todos los datos provienen de fuentes oficiales.

los ingresos, entonces para el 2015 con mi compañera Diana Ortiz ella hace pues la propuesta de cómo se hacen las mediciones y todo, entonces a partir de lo que es 2015, 2016 hay reportes estadísticos de todo, lo que son ingresos, las ventas de los expositores, los son ingresos por bebidas, ingresos de personas a la muestra, que para el 2015 se pudo demostrar que había más ingresos por el lado de la muestra que por la zona de conciertos, que son datos que quizá la secretaria tenía pero nunca lo habían puesto en medición (Zoraya Garcés, 2017).

De este modo, los datos económicos sobre el Petronio en 2015 son mucho más completos. En la edición de 2015 en el Petronio se vendieron \$1.869.923.443. De estos, la gastronomía fue la muestra que más vendió con \$1.127.162.388. En bebidas tradicionales se vendieron \$439.983.817. La sección de artesanías vendió \$169.955.227. Por su parte la moda y la estética vendió \$132.822.011. El día en que más se vendió fue el sábado, es decir, el antepenúltimo día, con \$549.573.953 (Urrea, Arias y Hernández, 2018).

El año 2016, pese a que mostró un menor número de visitantes, tuvo ventas superiores. Estas ascendieron a \$ 2.220.805.258. De nuevo la cocina fue la muestra de mayores ventas con \$1.374.553.000, las bebidas tradicionales vendieron \$580.699.258, la sección de moda y estética afro vendió \$167.064.000. La sección de artesanías fue la única que disminuyó en relación a 2015, con ventas de \$98.489.000. El día en que más hubo ventas fue el domingo con 666.816.500. En este año, la Secretaría de Cultura realizó una consulta a los vendedores ambulantes en las afueras del evento para calcular cuáles eran sus ganancias. Los resultados arrojaron que un vendedor ambulante podía vender en promedio \$200.000 el día. Se calcula que ese año se vendieron \$645.000.000 en las afueras del festival (Urrea, Arias y Hernández, 2018).

Ya en el año 2017, según el periódico El Tiempo¹⁰, el Petronio generó 2280 empleos entre formales e informales. La secretaria de Cultura indica que dentro del Petronio se generaron al menos 647 empleos temporales en las distintas muestras culturales: 384 en comidas tradicionales, 142 en bebidas tradicionales, 70 en moda y estética y 51 en artesanías. Ahora bien, las ventas del Petronio ese año se aproximan a los \$2.127.000.000. La sección de comidas fue la que más vendió con \$1.152.000.000. La sección de bebidas \$750.000.000. La sección de moda y estética \$154.000.000 y la sección de artesanías \$71.400.000.

¹⁰ Ver: <https://www.eltiempo.com/colombia/cali/balance-del-festival-petronio-alvarez-en-cali-122920>

En cuanto al año 2018, el Petronio creó 1739 puestos de trabajo, entre ellos 890 de tiempo completo. La muestra cultural gastronómica generó 424 empleos; la muestra de bebidas tradicionales generó 233 empleos; la muestra de artesanías generó 231 empleos; y la muestra de moda y estética afro generó 41 empleos. Según una consultoría publicada por la OIM, el impacto del Petronio y de la música del Pacífico en Cali y su área metropolitana en 2018 fue de \$50.343.179.505.

2.5. Los turistas en el Petronio

Según se pudo observar en la revisión de la literatura sobre el Petronio, no se ha escrito casi nada académico sobre el turismo en el evento. Algunos textos mencionan la dimensión turística como un factor secundario. Un tema recurrente en los estudios sobre el Petronio es la contraposición entre cultura y mercado. La dimensión turística surge de esa contraposición, pues el turismo es una de las formas que tiene la cultura para ganar réditos en el mercado. El único texto académico que ha tratado el tema del turismo en el Petronio es el “Estudio de caracterización de la cultura del Pacífico como bien económico y cultural. Caso: XXII Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2018”, publicado por la OIM. En él se hace un análisis cuantitativo del Petronio a partir de unas encuestas que aplicaron en el evento. Esta sección toma algunos datos allí presentados y los complementa con entrevistas realizadas a los asistentes al Petronio.

Para empezar, al Petronio en su edición 2018 asistieron 368.650 personas. Pero ¿quiénes eran estas personas? ¿Acaso eran en su mayoría caleños afro? En primer lugar, la encuesta caracteriza a al menos tres tipos de visitantes: los caleños, los visitantes de los municipios del Pacífico y a los visitantes nacionales de municipios no pertenecientes al Pacífico junto con los extranjeros. La encuesta reveló que un 61.2% de los asistentes eran mujeres y un 38.7% de hombres. Los asistentes al festival son mayoritariamente jóvenes adultos: del total de asistentes un 25.9% tenía entre 18 y 25 años, un 29.2% entre 26 y 35 años, un 19.5% entre 36 y 45 años, un 12.9% entre 46 y 55 años, un 9.2% entre 56 y 65 años, y un 3.2% tenía 66 años o más (OIM, 2019).

En cuanto a la distribución étnica de los asistentes, el 43% se identificaba como afrocolombiano, el 4.6% como indígena, el 0.3% como palenqueros y el 52.1% no tenía pertenencia étnica. En cuanto al nivel de educación: el 0.1% no tenía ningún nivel de

educación alcanzado, el 1.4% había completado la primaria, el 14.9% había llegado hasta secundaria, el 17.5% tenía un técnico o tecnológico, y el 66.2% tenían una carrera profesional o un posgrado (OIM, 2018). Según estos datos, la mayoría de los asistentes al festival tiene estudios superiores. El tema de los ingresos económicos se distribuye de la siguiente manera: el 27.8% ganaba hasta 1 smmlv¹¹, el 36% ganaba entre 1 y 3 smmlv, el 22.1% ganaba entre 3 y 6 smmlv, el 8.6% ganaba entre 6 y 10 smmlv, y el 5.4% ganaba más de 10 smmlv (OIM, 2019).

Ahora bien, el grupo poblacional que interesa a esta investigación es el de los turistas extranjeros y nacionales de municipios no pertenecientes al Pacífico. Entonces, en términos demográficos ¿quiénes son estas personas? Según esta encuesta, este tipo de turistas del Petronio presentaron las siguientes características: el 42.6% eran hombres y el 57.4% mujeres. Los asistentes de este tipo al festival son mayoritariamente jóvenes adultos: del total de turistas, un 24.6% tenía entre 18 y 25 años, un 36.8% entre 26 y 35 años, un 19 % entre 36 y 45 años, un 9.4% entre 46 y 55 años, un 8.1% entre 56 y 65 años, y un 2% tenía 66 años o más. Por otro lado, el 15.4% de estos turistas se autoreconocían como afrodescendientes, el 3.6% como indígenas y el 81% no tenía pertenencia étnica o pertenecía a alguna otra etnia (OIM, 2019).

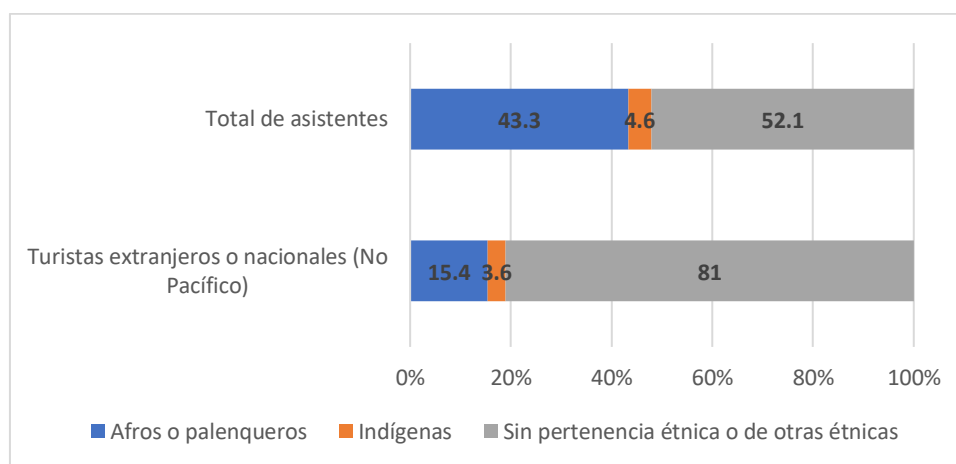
En cuanto al nivel educativo, este tipo de turistas presentan las siguientes características: el 0.5% había alcanzado la primaria, el 7.6% había alcanzado la secundaria, el 8.6% había realizado un técnico o tecnológico y el 83.3% había realizado una carrera universitaria. En cuanto a sus ingresos, la distribución es la siguiente: el 19% ganaba hasta un smmlv, 28.9% ganaba entre 1 y 3 smmlv, el 27.4% ganaba entre 3 y 6 smmlv, el 15.7% ganaba entre 6 y 10 smmlv y 8.9% ganaba más de 10 smmlv (OIM, 2019).

Lo que se puede observar comparando las cifras del total de los asistentes con las cifras de los asistentes que aquí se denominan turistas es que, en el grupo de turistas se mantiene la tendencia de la mayoría femenina, aunque no tan alta como en el total de los asistentes. En cuanto a la edad, el peso del rango de edad 26-35 años es mayor en los turistas, aunque las distribuciones en los rangos de edad son similares en ambos grupos. La variable pertenencia étnica tiene una distribución desigual en ambos grupos: el peso del afro es mucho mayor en

¹¹ SMMLV significa salario mínimo legal vigente. Este era de \$781.242 en 2018.

el total de los asistentes, en cambio en los turistas el peso de los no étnicos o de otras etnias es mucho más fuerte, como se puede ver en el gráfico 5 (OIM, 2019).

Gráfico 5. Pertenencia étnica de asistentes y turistas en el Petronio 2018



Fuente: Elaboración propia con base en OIM (2019)

En cuanto al nivel educativo, en los turistas el peso de los que tienen una carrera universitaria o un posgrado es mucho mayor que en el total de los asistentes. En la variable ingresos económicos, aunque la distribución en ambos grupos tiene proporciones similares, la tendencia es que los turistas posean mejores ingresos que el total de visitantes. Esto va con la tendencia de que las clases medias/acomodadas son las que viajan a este tipo de destinos culturales¹².

Ahora bien, ¿de dónde llegan estos turistas? Según una encuesta realizada por el Sistema de Información Estadística (SITUR) los asistentes al Petronio tenían como procedencia los siguientes países: Colombia, España, México, Alemania, EE. UU., Francia, Países Bajos y Polonia. Como era de esperarse más del 90% de los asistentes son colombianos. Francia, México, España y Alemania presentan una participación del 1.01% cada uno (ver Tabla 3). Sin embargo, la muestra de esta encuesta realizada por el SITUR es no probabilística. Esto quiere decir que puede que no se hayan captado algunos países. Por ejemplo, la presencia de asistentes de Ecuador ha sido una tendencia en el Petronio. Bania Guerrero, funcionaria de la Alcaldía, lo expresa así:

Pues haber Cali ha crecido mucho en eso no, independientemente de que haya o no festivales, la ciudad ha crecido mucho en las en la visita de turistas internacionales pero

¹² Ver Talavera (2003).

si se incrementa mucho en algunas épocas del año julio-agosto, durante los días del festival, en diciembre, que dura más o menos hasta febrero mediados de febrero más o menos dura esa esa tasa de crecimiento digamos, pero en el Petronio hay mucha visita nacional de Ecuador, de Ecuador viene mucha gente de la costa pacífica de Ecuador (Bania Guerrero, 2007).

Tabla 3. País de procedencia de los asistentes al Festival Petronio Álvarez 2017

País	%
Colombia	93.92%
España	1.01%
México	1.01%
Alemania	1.01%
USA	0.68%
Francia	1.35%
Países Bajos	0.68%
Polonia	0.34%

Fuente: SITUR, 2017

En cuanto a los asistentes procedentes de Colombia, el SITUR identificó los departamentos de procedencia de estos son Valle del Cauca, Cundinamarca, Antioquia, Chocó, Casanare, Risaralda, Putumayo, Nariño, Cauca, Caldas y Huila. Del departamento del Valle, la presencia de las personas de Buenaventura es bastante importante. En el caso de Cundinamarca, los visitantes de Bogotá siempre han tenido una participación importante en el festival.

Tabla 4. Departamento de procedencia de los asistentes al Festival Petronio Álvarez 2017

Departamento	%
Valle del Cauca	82.37%
Cundinamarca	9.35%
Antioquia	2.52%
Chocó	1.44%
Casanare	0.72%
Risaralda	0.72%
Putumayo	0.38%
Nariño	0.38%
Cauca	0.38%
Caldas	0.38%
Huila	0.38%

Fuente: SITUR, 2017

Según SITUR, en el año 2017, en los días en que se dio el Petronio, la ocupación hotelera llegó a un 74%. Esta cifra no tiene en cuenta los hospedajes que se hacen por aplicaciones como Airbnb. De esa ocupación hotelera, el 72% eran huéspedes nacionales y el 28% huéspedes internacionales. El 83.11% de los turistas estuvieron en la ciudad entre 0 y 1 noches, el 12.16% entre 2 y 3 noches, el 2.03% entre 4 y 7 noches, el 2.70% pasó más de 10 noches. En cuanto al transporte utilizado para llegar a Cali: el 3.04% usó transporte informal, el 37.50% usó su vehículo propio, el 55.07% usó transporte público y el 4.39% usó otro tipo de transporte. En cuanto a las actividades que realizaron el 69.93% asistió a un espectáculo, el 77.36% degustó la comida, el 81.42% conoció otras culturas y el 55.41% realizó otras actividades (SITUR, 2017).

En cuanto al gasto promedio de los turistas: en alojamiento se gastaron en promedio \$260.300, en alimentación se gastaron en promedio \$91.764, en transporte se gastaron en promedio \$83.216, en artesanías se gastaron en promedio \$126.343 y en otros gastos el promedio fue \$103.888 (SITUR, 2017).

Por otra parte, el informe de la OIM (2019) también tiene un reporte sobre los gastos de los turistas en el festival en su edición de 2018. Lo que encontraron fue que en un día los turistas se gastaban en promedio \$166.721. De esos \$79.073 eran gastados dentro del Petronio y \$87.648 fuera de él. De los \$79.073 que se gastan dentro del Petronio, \$53.541 fueron en comidas y bebidas, mientras los \$25.532 restantes fueron gastados en las demás muestras culturales. Por otra parte, de los \$87.648 que se gasta en promedio un turista en un día de Petronio, \$19.421 son gastados en transporte interno, \$42.554 en hospedaje y \$25.673 en otros tipos de entretenimientos dentro de Cali (OIM, 2018).

2.6. Rolos en el Petronio

Ahora bien, estos datos permiten entrever una caracterización de los turistas que van al Petronio. Sin embargo, por su naturaleza cuantitativa, estos datos poco o nada pueden dar luces sobre la experiencia de los turistas en el Petronio. Por eso el autor de este trabajo recurrió a realizar entrevistas a los asistentes al festival. Aunque se realizaron entrevistas a turistas nacionales y extranjeros, por motivos de cercanía, las entrevistas con una mejor calidad de datos fueron las realizadas a estudiantes universitarios y profesionales bogotanos en las versiones 2018 y 2019 del festival. Esto se debe a que realizar entrevistas dentro del Petronio

tiene cierta dificultad. Por un lado, el ruido y el movimiento dentro de la ciudadela Petronio dificulta este ejercicio. También, abordar a alguien que está disfrutando y paseando para hacerle preguntas en un espacio público, no es fácil. El autor de este trabajo compartió distintos espacios con la población joven bogotana, tanto en Cali como en Bogotá. En esos espacios logró entrevistarlos de forma más tranquila. Por tanto, en la siguiente sección se presenta un relato en primera persona que realizó el autor de este trabajo, describiendo la experiencia de dichos bogotanos en el Petronio:

Eran las seis de la mañana en Bogotá. El frío tenaz no había logrado despertarme. La juerga de la noche anterior me dejó bastante cansado. Debía haber estado soñando algo bonito cuando sonó el celular. Me desperté para llevarme una sorpresa: aquella chica que esperaba ver en la tarde escribió, había decidido cambiar la cita para las seis y media de la mañana. Me paré como una bala, me acicalé y salí.

El tráfico de Bogotá fue benigno conmigo. Llegué a la Universidad Javeriana abrigado hasta la lengua. Aquel frío no permitía la fluidez al hablar. O al menos no a un ser de tierra caliente como yo. El encuentro no fue la gran cosa. Ella estaba de afán, eso me desilusionó un poco. Tocamos varios temas, incluso relacionados con el corazón, antes de entrar en materia. Ella y yo teníamos dos cosas en común. La primera, ambos tenemos algún ancestro negro: en mi caso es más notorio, mis facciones y mis fotos familiares me delatan; en su caso, los rizos de su pelo la dejan en evidencia. La segunda, ambos estábamos por terminar una carrera universitaria y habíamos decidido realizar un trabajo de grado sobre el mismo tema: El Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez.

Me interesaba hablar con ella por dos razones. La primera, ella había asistido al Petronio en su última edición. Mi interés en el festival estaba puesto en su dimensión turística. La segunda, ella había terminado su tesis (cosa que envidié), así que podía tener una visión más amplia sobre el tema. Lo cierto es que charlamos. Me sorprendió su fluidez al expresarse. Habló maravillas del festival. Me comentó que se hospedó donde una amiga que había conocido en Bogotá, que había ido sin muchos recursos económicos y que el viaje era en gran medida para recoger insumos para su tesis. No me pudo dar muchos detalles pues tenía que irse.

Lo que sí supe es que la amiga que le dio hospedaje en Cali estudiaba en la Universidad del Valle. Se había creado un puente Universidad del Valle – Javeriana. Es curioso pues no es el primero de esos puentes que vi construido. Mi buen amigo Marlon también lo había hecho.

Él es un hombre afro, de baja estatura, de unos 24 años. Aunque estudiaba sociología, sus talentos iban por otro lado. Bailando y enamorando mujeres. Esos talentos hacían desear que las turistas quisieran fundirse en ese chocolate. Recuerdo el Petronio de 2018. Vinieron algunos estudiantes rolos que ya conocíamos. Marlon les dio hospedaje en su casa a algunos. Otros se quedaron en un apartamento alquilado por Airbnb. El resto se quedó en algún hostel. Marlon andaba con ellos para arriba y para abajo. La mayoría eran mujeres, todos estudiaban alguna carrera relacionada con las ciencias sociales en la Javeriana.

Según me contaban estos compañeros, el interés que tenían en el Petronio venía de, por un lado, sus ganas de conocer otras culturas. Por el otro, sus amigos y amigas que ya habían asistido al Petronio se los habían recomendado. Claro, también estaban los que habían ido sólo para buscar todo tipo de placeres. Este grupo de persona era en total como de 20. Cerca de nueve se estaban hospedando en la casa de Marlon (cuando la rumba estaba buena, yo era el décimo). Con ellos compartí dos noches de Petronio. La primera vez fuimos en la tarde, ellos querían probar la comida del Petronio. La degustaron y les gusto. Algunos compraron artesanías y cositas por el estilo dentro de la ciudadela Petronio.

Cayó la noche y llegó lo que los rolos habían estado esperando, la razón por la que habían ido al Petronio: la rumba, la música, los ritmos exóticos. Las chicas eran las que más gozaban de la música, los chicos, aunque trataban de llevarle el ritmo y disfrutar, no lo lograban. Hay que decir que terminaban disfrutándolo a su manera. De todos modos, cuando el curado que estábamos tomando empezó a hacer sus efectos, la descoordinación al bailar era lo de menos. Terminada la noche en el Petronio fuimos al remate en Ciudad Córdoba, allá el ambiente era muy distinto. Logramos ubicarnos en una terraza en la que estaba tocando un grupo de marimba. Fue mágico.

El otro día fue más turístico. Los rolos querían recorrer Cali. Algunos fueron al Museo la Tertulia, otros querían conocer lugares icónicos al rededor de la ciudad como el río

Pance, algunos aprovecharon para encontrarse con amigos y familiares. En la noche volvimos a la ciudadela Petronio a bailar y a tomar arrechón. Acabada la noche seguimos la rumba. Esta vez en un reconocido sitio de salsa. Según decían ellos, un rolo no puede venir a Cali y no visitar un sitio de salsa.

Los rolos no gastaban mucho dinero. Dentro de la ciudadela, máximo una persona se gastaba \$50.000, excepto quien compraba artesanías o productos de moda. Afuera de la ciudadela se gastaban un poco más. Los que se quedaban donde Marlon ahorraban en hospedaje y en comida. Los que no gastaban un poco más, quizá \$60.000 diarios entre hospedaje, comida, transporte, licor y demás.

El año siguiente fue similar. Llegaron a Cali compañeros y compañeras rolos, aunque esta vez no eran solo estudiantes de pregrado, había profesionales, estudiantes de posgrado e incluso profesores universitarios dentro del mismo grupo. No todos se hospedaron juntos, aunque todos se conocían de una u otra manera. Los patrones de gasto fueron los mismos. Las chicas seguían siendo mayoría y eran las que más gozaban. Debo decir que en algunas de ellas había cierta disposición para conocer eróticamente el cuerpo de los hombres negros. En los chicos la tendencia era más bien a querer compaginar eróticamente con sus compañeras rolas.

2.7. Breve historia del viche y su patrimonialización. Efectos de la actividad

turística sobre el patrimonio

Las bebidas alcohólicas autóctonas comercializadas en el Festival Petronio Álvarez son bebidas derivadas principalmente del viche, una preparación realizada a partir de la extracción del zumo de la caña de azúcar cortada antes de su maduración, la cual dependiendo de quién la fabrica se le agregan diferentes ingredientes para darle un sabor más agradable. Por lo general, la caña utilizada en la preparación del viche “se siembra al borde del río porque esto facilita las faenas propias del cultivo” (Meza, et. al., 1997, p.59).

El origen de su nombre proviene de los pueblos Bantúes del centro y sur de África, quienes en su lenguaje denominaban esta bebida como “bichi” o “bichí”, palabras que traducen al español: verde o crudo. Del viche se derivan otras bebidas típicas del litoral pacífico colombiano como el Arrechón, que incluye clavos, especias aromáticas, miel de abejas,

borojó, leche condensada y otros “ingredientes secretos” para incentivar el deseo sexual, el Tumbacatre, con esencia de borojó y chontaduro, el Curao con bejucos, semillas, plantas y raíces fermentadas y el Pipilongo con plantas especiales para tratar problemas de próstata en los hombres, entre otras (Gómez, 2019).

Estas bebidas que actualmente son incluidas dentro de la categoría de “bebidas alcohólicas tradicionales”, según registros históricos han significado para las comunidades negras del pacífico colombiano una herencia cultural y tradicional de altísimo valor, pues los primeros negros africanos en condición de esclavizados que arribaron en la región usaban estas bebidas –especialmente, el viche-, para curar enfermedades relacionadas con malestares estomacales, tratar picaduras de serpientes venenosas, aumentar el vigor y la fertilidad y proteger a sus miembros de cualquier mal de índole espiritual.

“El viche es una bebida ancestral, o sea nuestros antepasados hacían de la caña su propia bebida y de la caña se hacía el guarapo que se fermenta y se toma como está eso ahí...y luego cuando el guarapo no se consume todo o no se puede consumir para que no se pierda ya se hace el viche o sea ya se hace la bebida que ya puede permanecer varios años y cada vez tiene mejor sabor (...) Nosotros que andamos aquí donde hay culebras acostumbramos el mañanero ¿qué es el mañanero? Un trago de esos que tomamos en la mañana y eso crea como un anticuerpo podríamos decir porque si una persona que acostumbra a eso lo picó una culebra pues fácilmente no cae” (José Montaña, fabricante de Viche).

De acuerdo con el historiador Mario Diego Romero (1990) los orígenes de la producción, consumo y comercialización del viche se presentan en el marco de un proceso histórico, de transición económica y de poblamiento negro que ocurre alrededor de la segunda mitad del siglo XVI en los territorios que abarcan las cuencas de los ríos Micay y el río Saija en el Cauca, el Sivirú o el Baudó en el Chocó y el Naya y el Anchicayá en el departamento del Valle del Cauca.

Los colonos españoles motivados por el descubrimiento de abundancia del oro en los ríos Micay y Saija promovieron campañas de sometimiento de los indígenas y negros esclavizados en los diferentes establecimientos mineros. Posteriormente, con la conquista de la Costa hacia los años 1680- 1690, se marcó el auge de las cuadrillas mineras a lo largo de los ríos y con ello, se presentó un incremento en la explotación minera aurífera, lo cual

produjo el desplazamiento masivo de personas en la región y la plantación masiva de caña azúcar que dio paso a la constitución de cañamelares y estancias de trapiche para la producción de panela, miel y azúcar (Romero, 1990, p. 25).

En estos cañamelares y estancias de trapiche los negros realizaron múltiples tareas especializadas, como capataces y maestros en la producción del azúcar, así mismo, fueron encargados de generar una producción variada para el abastecimiento de azúcar, mieles y aguardiente a la población esclava que se encontraba realizando trabajos en las minas. A finales del siglo XVII, hacendados mineros y terratenientes de Cali y Buga comenzaron a levantar trapiches, para lo que se hizo uso de mano de obra esclava, hecho que impulsó la posterior inclusión de fuerza de trabajo principalmente negra en diferentes haciendas del Valle del Cauca, los distritos mineros del Pacífico y las haciendas ubicadas en lo que hoy se conoce como Puerto Tejada, Santander de Quilichao, Guachené y Villarrica en el departamento del Cauca. Posteriormente, en zonas aledañas al departamento de Cundinamarca, también se popularizó el cultivo de la caña de azúcar, razón por la que esta región se convirtió en abastecedora de productos como la miel, el azúcar, los dulces y el aguardiente.

A través de las rutas del Dagua y del Anchicayá, las dos trochas principales hacia el occidente se desarrolló un esquema triangular de rutas entre Popayán y Cali con las minas del Chocó y del sur. Con el tiempo, esos caminos también se convirtieron en una de las rutas del contrabando en el circuito entre Popayán, Cali, la costa Pacífica y el Chocó (Meza, et. al., 1997, p. 44).

Para 1790, según registros históricos se presentó una crisis en el sistema productor esclavista, el cual tenía como principal fuente económica la producción y reproducción de esclavos y la minería acuífera. Esta crisis fue motivada principalmente por los procesos de liberación y construcción territorial. Como resultado de lo anterior, los negros que en ese entonces habían logrado su condición de libres exploraron nuevos mercados como son el tabaco, la ganadería, el aguardiente y la venta de su fuerza de trabajo en oficios como cargueros, revendedores, etcétera. Así mismo, crearon hábitats cerca de las minas y allí realizaban bailes, cantos y demás celebraciones en las que ellos se congregaban con el fin de bailar al ritmo de la música y del viche, bebida que también era consumida por ellos en los nacimientos y en los velorios (Gómez, 2019). Estas conductas no eran bien vistas por las

autoridades y mineros blancos pues las consideraban como muestras de rebelión y corrupción.

A finales del siglo XVIII, se comienza a dar forma a una nueva organización social y económica en donde los negros libres se integraron en comunidades mineras conocidas como “mazamorreros”, aquí los negros organizados en comunidades relativamente autónomas e independientes cultivaban plátano, cacao y caña y del guarapo de la caña se sacaban el “viche”. Para su elaboración, los negros molían la caña y se fermentaba el guarapo en unas ollas de barro que hacían los cholos. Esas vasijas iban embreadas por dentro, con una cera de abejas que conseguían en los panales.

Entre 1821 y 1851 se presenta un fenómeno de movilidad de los negros hacia las tierras bajas del litoral Pacífico y el desarrollo de la economía fluivio-minera y agrícola como resultado de la manumisión y una cierta huida de los blancos mineros, sobre todo en el departamento del Chocó. En esta zona, la población negra en concordancia con las características físicas de la región se dedicó a la explotación de la agricultura, la pesca, y la cacería, lo que fomentó la creación de centenas de núcleos pre-urbanos en las riberas de los ríos y en los esteros de la costa, así como una movilidad territorial y residencial constante, local y regional, de una parcela a otra y de un poblado a otro.

Para finales del siglo XVIII y principios del XIX, algunos negros se dirigen hacia los montes del Valle del Cauca con el fin de desertar de los ejércitos patriotas, puesto que por ser lugares de difícil acceso se convertían en lugares estratégicos para evadir los reclutamientos y en este proceso, empezaron a conformar sociedades campesinas al margen de la sociedad republicana, ejerciendo actividades consideradas en ese tiempo como ilegales como la producción y venta clandestina de viche y aguardiente.

Entre 1860 a 1880 con la abolición de la esclavitud y la realización de varias guerras civiles, los negros libres y sus descendientes crearon una fructífera economía de subsistencia, estableciéndose ilegalmente en las vastas tierras de sus antiguos amos, específicamente, en los linderos de las haciendas latifundistas como las riberas de los ríos y las zonas pantanosas. Los terratenientes trataron infructuosamente de limitar la agricultura campesina con el objetivo de revitalizar sus decadentes propiedades a base de trabajo asalariado o de cultivos de arrendatarios (Taussig, 1979, p.12). Sin embargo, a pesar de los múltiples intentos por parte de los hacendados de desalojar a los negros de tierras que los terratenientes reclamaban

como propias, se dio el surgimiento del campesinado negro y la economía de la caña de azúcar se volvió fundamental en la vida de las comunidades que se conformaron, dada su alta demanda y alto rendimiento económico.

Durante el siglo XX, se presenta un incremento de tensiones y conflictos entre campesinos negros y terratenientes en el valle geográfico del río Cauca, por la propiedad y uso de la tierra. Durante la primera mitad de este siglo el campesinado negro logró generar prosperidad económica y reafirmar identidad cultural y étnica, pero, hacia la segunda mitad del siglo XX la capitalización de la gran propiedad rural de la región precipitó el declive del campesinado negro norte caucano y abrió paso al establecimiento de industrias procesadoras de productos agrícolas, la ampliación de mercados urbanos y la apertura de mercados externos que estimularon el surgimiento de actores agroindustriales que empezaron a presionar a los negros para que vendieran o arrendaran sus tierras. Sumado a esto, se presentó un crecimiento acelerado en la producción de azúcar y el establecimiento de grandes ingenios cañeros en la región, lo que generó que los campesinos negros fueran expropiados de sus fincas y minifundios que para ese entonces eran su principal medio de subsistencia. , adicionalmente, los descendientes de los campesinos negros dejaron de atender las fincas de sus padres para proletarizarse como corteros de caña en los ingenios y terminaron trabajando en las tierras que en otro tiempo pertenecieron a sus ancestros (de Roux, [1991] 2001, p. 10). Todo este proyecto modernizador sobre el Litoral Pacífico y el valle geográfico del río Cauca, significó para esas regiones de asentamientos negros el inicio irreversible de importantes flujos migratorios.

Actualmente, en el Pacífico centro-sur, la zona de los ríos Saija y Micay concentra hoy la mayor producción y es la más dinámica en la comercialización del destilado de caña. Hay un cambio a la comercialización y estandarización que se da con mayor fuerza a partir de la celebración del día de día del Pacífico (que se celebra en la ciudad de Cali desde 1983) y la realización del Festival Petronio Álvarez (desde 1997). Con el crecimiento en la demanda turística, aumentó considerablemente la producción del viche y derivados del viche como la crema de viche, el arrechón, el curao, el pipilongo, el tumbacatre y otros tantos más (Gómez, 2019).

Este aumento en la producción y su comercialización en el Festival Petronio Álvarez tuvo como impacto que se produjeran cambios representativos en la producción y consumo del

viche y bebidas derivadas. Desde sus orígenes, el viche era elaborado principalmente para el autoconsumo, pero con la gran acogida que tuvo en el Petronio se abrió el escenario para que esta bebida autóctona y tradicional se produjera a mayor escala para ser vendida en el festival. Según datos de la Secretaría de Cultura de Cali en 2017 se vendieron 56.949 unidades durante todo el festival, lo que equivale a una botella por cada 7 asistentes (Semana Rural, 2018).

La incorporación del viche en el Petronio también tuvo impactos significativos en la producción de esta bebida pues incentivó a la tecnificación e industrialización del producto. Según los criterios de selección exigidos por la secretaría de Cultura de Santiago de Cali a las personas que participarán en la venta de las bebidas ancestrales estas deben cumplir con unos criterios estandarizados que transforman la producción, presentación y finalidad original del producto. En primer lugar, se exige a los concursantes presentar una ficha técnica de marca, ingredientes, fecha de elaboración y vencimiento y otros elementos como calidad del envase (que generalmente debe ser de plástico), etiqueta y tapa sellada, así mismo, se realizan visitas al lugar de elaboración y distribución con el fin de verificar que el proceso de producción se esté realizando bajo los criterios de la secretaría. Aquí elementos como “ingredientes secretos” que hacen parte de la producción cultural desaparecen.

Por otro lado, el hecho de exhibir la bebida tradicional en un evento en donde se pretende comercializar la bebida y en donde se estipulan costos de mercado contribuyen a que se realicen cambios en la receta y en la producción que permitan abaratar los costos de producción y aumentar las ganancias.

Aquí viene mucha gente a vender un producto y no lo prepara. Y cuando a mí me tocó ver hace un año o dos años personas vendiendo canecas de arrechón y de crema de Viche en 6mil o 7mil pesos, les digo honestamente que para mí eso fue como...no sé de qué lo hicieron. Y lo único que sé es que las mejores mujeres que preparan el Viche y el arrechón, porque eso nace en Buenaventura, y el arrechón y la crema de Viche son unas bebidas muy antiguas, entonces yo creo que las mujeres de Buenaventura no tienen problema pero aquí hay mucha gente que no lo está haciendo como es, entonces por eso es que usted puede ver que venden en ese precio...Yo les puedo preparar una Tomaseca de un día para otro, pero no es lo mismo que usted utilizar la madre tierra para fermentar sus productos, hay otros que lo hacen en cuartos oscuros que también es válido. Pero que la gente se concientice que no es vender solamente, aquí hay Tumbacatre y demás, y está muy bonito

*pero que no se pierda eso, que vendemos el original y el por qué se hace, para qué sirve.
Entonces creo que así no se pierde como esa línea que traemos (Lucía Solís, 2017).*

3. Conclusiones

Sin duda, el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez se ha configurado como un evento turístico en Cali. Según el Estado colombiano, este festival es el espacio en el que se salvaguarda la cultura “afropacífica”. Cabe recordar que este festival nació como un festival musical. Era un concurso en el que los grupos de distintas partes del Pacífico mostraban su música. Posteriormente, el Petronio dejó de ser sólo un festival musical. Se convirtió en un festival con distintas expresiones de la cultura afro: moda, artesanías, comidas y bebidas tradicionales.

El desarrollo fue uno de los objetivos del Petronio desde sus inicios. Sin embargo, los esfuerzos estatales para que creciera el turismo en el festival comenzaron en 2008 con la administración de Jorge Iván Ospina. Las anteriores administraciones se habían centrado más en la salvaguarda y la muestra de la cultura afropacífica. Las administraciones posteriores a la de Jorge Iván Ospina siguieron con la línea de fortalecimiento del turismo en el Petronio. Los nombramientos del Petronio como patrimonio cultural de la nación y de la música y danzas del pacífico colombiano y ecuatoriano como patrimonio cultural del mundo, fueron fundamentales para esto.

El turismo en el Petronio no es un fenómeno aislado. Distintas culturas alrededor del mundo y en Colombia han entrado en lógicas similares. Las culturas alrededor del mundo se están patrimonializando. En algunos casos en el mundo, los portadores de la cultura han buscado que sus bienes culturales entren en el mercado, posteriormente los Estados entran a apoyar ese proceso. En todos los casos de patrimonialización, el Estado juega un rol central como eje legitimador. En el caso del Petronio, el Estado fue quien buscó insertar los bienes culturales afro en el mercado. Después, los portadores de esta cultura han tenido que buscar la forma de entrar en esa dinámica y sacar algún tipo de beneficio. No todos los portadores de cultura lo logran. El Estado escoge quienes pueden entrar en ese circuito, basados en criterios técnicos, pero también basados en los criterios del mercado.

De este modo, la cultura afro dentro del Petronio entra en una especie de estandarización. En el caso de la música, como lo analiza Lozano (2017), entra en un proceso de desarraigamiento. Un grupo musical, que producen un tipo de música para un contexto determinado dentro de sus comunidades, para tener éxito en el Petronio, en muchas ocasiones

debe cambiar la forma en que produce dicha música. Debe producir un ritmo distinto, con una afinación distinta, más parecida a la de Occidente.

Este no es siempre el caso. También se han mostrado casos en que un grupo llega a tocar lo que siempre ha tocado y gusta en el festival. Esto le permite ganar cierto reconocimiento a nivel nacional y, en algunas ocasiones, a nivel internacional. De todos modos, esto no siempre pasa. Hay muchos grupos musicales que, por no cumplir con los estándares mínimos del mercado, no han podido ni si quiera llegar al evento principal del Petronio. Es decir, no han podido superar las etapas previas, en las que el Estado escoge a los que pueden o no participar.

Algo similar pasa en la sección de las muestras culturales, sobre todo en la parte de cocina y en la de bebidas alcohólicas. Según los datos recabados, los portadores de cultura en estas modalidades han tenido que pasar por un proceso de capacitación para lograr cumplir con los estándares que pide el festival. Estos estándares buscan medir desde la carga de ancestralidad de un producto hasta las medidas de salubridad que se utilizan para prepararlo. Algunos portadores de cultura expresan que esas medidas de salubridad difieren de las formas en la que ellos han preparado y servido estas comidas y bebidas en su comunidad. De esta forma, esos estándares buscan satisfacer el gusto de los potenciales asistentes al festival, alejándose de las tradiciones que dicen salvaguardar. Por otra parte, es cierto que el Estado debe velar por la seguridad y la salubridad en eventos masivos como el Petronio.

Ahora bien, aunque la música del Pacífico y la rumba en el Petronio son el principal atractivo para muchas turistas, lo que genera ganancias económicas directamente son las secciones de muestra cultural. En ese sentido, para atraer al público y generar ganancias, el Estado, que es quien organiza el evento, debe ofrecer una mercancía atractiva para la mayoría. De ese modo, el Petronio ha entrado en un proceso de “espectacularización”.

Esa estrategia del Estado ha funcionado. La asistencia y las ventas del Petronio se han mantenido en sus distintas ediciones. El Petronio se ha posicionado y se ha dado a conocer a nivel nacional y, en cierta medida, a nivel mundial. También es cierto que la cultura “afropacífica” ha ganado cierta vitalidad a partir del Petronio. Muchas personas que antes no la conocían han empezado a apreciarla. Incluso, algunos sectores afro, de las zonas urbanas, que nunca se sintieron identificados con esas manifestaciones culturales, comenzaron a hacerlo.

4. Referencias bibliográficas

Bachleitner, R & Zins, A (1999). Cultural Tourism and rural communities: the residents perspective. *Journal of bussines research* (44), 199-209.

Balanta, K. y Castro, Y. (2013). *Rescate y visibilización de la identidad cultural y el fortalecimiento del tejido social de las comunidades negras a partir de la experiencia de los grupos Canalón de Timbiquí y Palmeras de Santander de Quilichao en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez en el periodo 2010-2012* [tesis de pregrado]. Cali: Universidad del Valle. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/13286/0522232.pdf?sequence=1>

Birenbaum, M. (2013). De ritos a ritmos: las prácticas musicales afropacíficas en la época de la etnodiversidad. En E. Restrepo (Ed.) *Estudios afrocolombianos hoy: Aportes a un campo transdisciplinario* (159-188). Popayán: Universidad del Cauca.

Birenbaum, M. (2019). *Rites, Rights and Rhythms. A Genealogy of Musical Meaning in Colombia's Black Pacific*. New York: Oxford University Press.

Borja y Castells (2000). *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la globalización*. México: Santillana.

Cabezas, F. y Sevilla, M. (2017). *Guía (incompleta) al Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, 1997-2016*. Cali: PUJ, Sello Editorial Javeriano.

Castro, J. y Hurtado, D. (2018). *La gastronomía del pacífico colombiano como elemento comunicativo y preservador de cultura en la ciudad de Cali* [tesis de pregrado]. Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Recuperado de: <http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/10420/5/T08090.pdf>

Chaves, M.; Montenegro, M. y Zambrano, M. (2014). Introducción. Agentes sociales, estrategias políticas y mercados culturales en los procesos de patrimonialización, En: Margarita Chaves, Mauricio Montenegro y Marta Zambrano (comp.) *El valor del patrimonio: mercado, políticas culturales y agenciamientos sociales*. Colección Antropología en la modernidad. Edición: ICANH, Bogotá: 11-36.

Cruz, C. y Echeverry, N. (2015). *Análisis semiótico de los imaginarios sociales evidenciados en el afiche del Festival Petronio Álvarez desde el año 1997 hasta el 2013* [tesis de pregrado]. Cali: Universidad Autónoma de Occidente.

Escobar, A., Alvarez, S., & Dagnino, E. (2001). *Introducción: Lo cultural y lo político en los movimientos sociales latinoamericanos*. En A. Escobar, S. Alvarez, & E. Dagnino [Ed.], *Política cultural y Cultura política. Una mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos* (pp. 17 - 48). Bogotá: Taurus.

García Canclini, Nestor (1987) *Introducción. Políticas culturales y crisis del desarrollo: Un balance en América Latina*. En: García, Canclini, et al. [Ed.] (1987) *Políticas culturales en América Latina* (pp. 13 – 62). México: Grijalbo.

Gómez, Juan (2019). Viche, arrechón, tumbacatre: una breve guía a las bebidas tradicionales del Pacífico. ARCADIA. Recuperado de: <https://www.revistaarcadia.com/agenda/articulo/viche-arrechon-tumbacatre-una-breve-guia-a-las-bebidas-tradicionales-del-pacifico/77143>

Hernández, O. (2010). De currualos modernos y ollas podridas. En Santamaría, C.; Ochoa, J. y Sevilla, M. (eds.). *Músicas y prácticas sonoras del Pacífico Afrocolombiano*. Bogotá: Editorial Javeriana.

Hormaza, J. (2018). *¿A qué vas a ir? Pistas para aproximarse al Petronio Álvarez como festival urbano* [tesis de pregrado]. Cali: Universidad ICESI.

Jiménez, M. (2017). *Prácticas afro descendientes de Santander de Quilichao Cauca y su relación con el Festival Petronio Álvarez: un estudio sociológico* [tesis de pregrado]. Cali: Universidad del Valle. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/11204/3350-0582375-S.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lozano, N. (2017). Entre la música y la resistencia: En busca del reconocimiento en el Festival Petronio Álvarez. *REVISTA ENCUENTROS*, 15(3), 142 - 151. Recuperado de: <http://ojs.uac.edu.co/index.php/encuentros/article/view/1086>

Meza, C., et. al. (1997). La ruta del viche. Producción, circulación, venta y consumo del destilado en el litoral Pacífico colombiano. Universidad del Pacífico. ICANH. Informe n° 11.

Meza, C. (2014) Representación, reconocimiento étnico y emprendimiento etnocultural del pacífico en el Festival Petronio Álvarez de Cali. En M. Chaves, M. Montenegro y M. Zambrano (comps.), *El valor del patrimonio: mercado, políticas culturales y agenciamientos sociales* (pp. 335 - 358). Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

Ministerio de comercio, industria y turismo (2019). *El turismo obtuvo resultados históricos en 2018*. Bogotá.

Nivón, E. (2018). Patrimonio Cultural. *Políticas Culturales*, 23.

Ocasiones, D. (2011). *Usos sociales contemporáneos de las prácticas musicales locales del pacífico colombiano: Festival de Música del Pacífico “Petronio Álvarez”* [Tesis de pregrado]. Cali: Universidad del Valle. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/6489/0418020-p-11.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

OIM (2019). Estudio de caracterización de la cultura del Pacífico como bien económico y cultural. Caso: XXII Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2018. Recuperado de: <https://repositoryoim.org/bitstream/handle/20.500.11788/2216/Libro%20Informe%20Petronio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Organización Mundial del Turismo (UNWTO), (2017). *Estadísticas organización mundial del turismo*. Madrid.

Palacios, S. (2012). El patrimonio afrocolombiano como locomotora del desarrollo. El caso de la música del pacífico en Santiago de Cali. En *Periférica Internacional. Revista Para El Análisis De La Cultura Y El Territorio*, (13), 255-275. Recuperado de: <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/1872>

Pazos, M. (2015). *Expresiones del multiculturalismo en dos festivales afromusicales latinoamericanos: El Festival de Música del Pacífico “Petronio Álvarez” (Colombia) y el Festival Internacional Afrocaribeño (México)* [tesis de maestría]. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Pazos, M. (2016). Industrias culturales “afropacíficas”: encrucijadas del multiculturalismo en la ciudad de Cali, Colombia. *Antípoda. Revista de antropología y arqueología*, 24, pp. 75 – 90. Recuperado de: <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/antipoda24.2016.05>

Pazos, M. (2017). Festivales afromusicales en estados-nación multiculturales: análisis en paralelo de México y Colombia. *Revista CS*, 21, pp. 121 – 143. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/recs/n21/2011-0324-recs-21-00121.pdf>

Pazos, M. (2018). Encarnac(c)iones del multiculturalismo en dos festivales afromusicales de Colombia y México. *Desacatos*, 57, pp. 84 – 101. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/desacatos/n57/2448-5144-desacatos-57-84.pdf>

Pérez, C. (2009). *Decir la vallecaucanidad, nuevos procesos de construcción de identidad* [documento de trabajo]. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10906/3634>

Piraquive, A. (2019). *Relaciones híbridas: el conflicto entre cultura y mercado en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2008-2018* [tesis de pregrado]. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Precedo Ledo, A., Orosa González, J. and Míguez Iglesias, A. (2010). *De la planificación estratégica al marketing urbano: hacia la ciudad inmaterial. EURE (Santiago), [online]* 36(108). Recuperado de: <http://www.scielo.cl/pdf/eure/v36n108/art01.pdf>

Pulido, H. (2015). La interpretación de las músicas del pacífico norte colombiano a través del clarinete. “Una mirada desde el interior del Festival Petronio Álvarez” [tesis de pregrado]. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional. Recuperado de: <http://repositorio.pedagogica.edu.co/handle/20.500.12209/7898>

Romero, M. (1990). “El poblamiento negro en la costa Pacífica colombiana. Siglo XVIII” Tesis de maestría en historia andina, Universidad del Valle, Cali.

Rodríguez Morató, A; (2012). *El análisis de la política cultural en perspectiva sociológica. Claves introductorias al estudio del caso español*. RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, 11(3), 15-38. Recuperado de <http://148.215.2.10/articulo.oa?id=38028439002>

Rodríguez, S. y Trujillo, D. (2007). *El impacto comunicativo de las políticas culturales aplicadas por la Secretaría de Cultura en la realización del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez* [Tesis de pregrado]. Universidad Autónoma de Occidente, Cali. Recuperado de: <http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/9007/1/T06771.pdf>

Santana, A. (1997) *¿Nuevas hordas, viejas culturas? La antropología y el turismo*. Barcelona: Ariel.

Secretaría de Cultura de Cali (2012). *Memorias del Festival Petronio Álvarez 2012*. Santiago de Cali: Alcaldía de Santiago de Cali.

Sevilla, M. (2016). Entre el Petronio y el Jazz Fest: Pistas para el análisis del contexto social de los festivales de música. *Revista Páginas de Cultura (Instituto Popular de Cultura)*, Número 11, 38-51.

Semana Rural (2018). *La lucha del Pacífico por hacer respetar el viche*. Disponible en: <https://semanarural.com/web/articulo/el-viche-y-la-lucha-por-proteger-el-patrimonio-del-pacifico/606>

Sevilla, M. (2017). Transmisión de conocimiento sobre patrimonio cultural en dos festivales musicales. En *APUNTES*, vol. 30 (1), 88 – 103. Recuperado de: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revApuntesArq/article/view/21716>

Singh, S. (1994). *Cultural tourism and heritage management*. New Delhi: Rawat Publications.

SITUR (2017). *Petronio 2017*. Recuperado de: <http://www.siturvalle.com/publicaciones?page=29>

Smith, V. (1992). *Anfitriones e invitados*. Madrid: Endymion.

Talavera, A. S. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes antropológicos*(20), 31-57.

Taussig, M. (1979). *Destrucción y resistencia campesina*. Bogotá: Punta de Lanza ediciones.

Todorov, T. (1995). *Los abusos de la memoria*. Paris: Arléa.

Trujillo, A. (2011). *La Música del Pacífico Colombiano: Entre el folclor tradicional y la música popular contemporánea* [tesis de maestría]. Buenos Aires: Universidad CAECE.

Ulloa, Alejandro (2009) La caleñidad en la historia. En: Instituto Popular de Cultura (2009) *Referencias para pensar la gestión de las culturas populares locales* (pp. 93 – 142). Cali: Colombia verde.

UNESCO. (2003). Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, (pág. 14). Paris.

Urrea, F., Arias, W., y Hernández, N. (2018). *Cali y su relación con el Pacífico en el proceso de patrimonialización de saberes, prácticas y objetos en la muestra de industrias culturales del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez* [Consultoría]. Cali, Colombia.

Anexos

Anexos 1. Entrevistas realizadas por Fernando Urrea y su equipo técnico.

Nombre	Institución u Organización/Asistente	Componente				Procedencia
		Gastronomía	Licores	Artesanías	Estética y Moda	
Luisa Angela Caro	Ministerio de Cultura	x				Bogotá
Bania Guerrero	Secretaría de Turismo					
Lena Escobar	Secretaría de Turismo	x				
Magaly Bastidas	Secretaría de Cultura					
Zoraya Garcés	Secretaría de Turismo					
Yaneth Riascos	Secretaría de Cultura					
Vanesa lastra	Secretaría de Cultura					
Yamileth Cortés.	Secretaría de Cultura (Directora del festival)					
Nancy Cruz Arboleda	Expositora	X				Florida
MARIA MERCEDES ALEGRIA RUIZ	Expositora	x				TIMBIQUI - CAUCA
Karen Johana Montaña Angulo	Expositora	x				Tumaco
GREGORIO AMU PALOMINO	Expositor	x				Timbiquí
BACILIA PETRONA MURILLO LOPEZ	Expositora	x				NOVITA - CHOCO
DIANA PATRICIA MORENO MAZUERA	Expositora	x				CALI
JOHNSON HARRISON RIASCOS LUCUMI	Expositor		x			BUENAVENTURA
YOVI ARAGON HURTADO	Expositor		x			Cali
Eddy Edgar Flores Yujira				x		Bolivia
Mélida Gómez	Expositora			x		Santa Rosa (Cauca)
Edgar Pablo Antón				x		Perú
LIBIA OLIVIA BONILLA ANGULO	Expositora					TIMBIQUI - CAUCA
Jhon Urhán			x		x	
Nohemy Arboleda	Expositora				x	Palmira
LUCIA SOLIS	Expositor					Buenaventura
MERCEDES CUENÚ DE MONTAÑO	Expositora		x			Guapí
Amparo Torres	Expositora	x	x			Lopez de Micay
Marina Solís	Expositora	x				Iscuande
Marta Jacome	Expositora	x				Tumaco
José Antonio Torres	Musico					Guapí
Paula Rodríguez	Consumidora	x				Cali
Alejandra Arbe	Consumidora				x	Armenia
Francisco y Angela	Consumidores				x	Bogotá
Janette y su madre	Consumidoras	x			x	Cali, Granada
Español y su novia	Consumidores	x				España y Duitama
Alirio Uribe y Ana Risabalaga	Consumidores			x		Palmira y Bilbao, España
Santiago Aparicio	Consumidor		x			Bogotá
Juliana Muñoz	Consumidora			x		Pereira
Luis Fernando Aguado	Consumidor		x			Cali, el Ingenio
Carolina Trujillo	Consumidora		x			Cali, Tequendama

Anexos 2. Entrevistas realizadas por Andrés Felipe Vásquez

Nombre	Residencia	Étnia	Ocupación
Eva Rosana Mosquera	Cali	Negra	Contadora
Guadalupe Nieva	Buenaventura	Negra	Pintora
Marlon Silva	Cali	Afro	Estudiante
Ana María Piraquive	Bogotá	No étnica	Estudiante
Sebastián	Bogotá	No étnico	Estudiante
Laura	Bogotá	No étnica	Estudiante
Jorge	Bogotá	No étnico	Estudiante
Laura Franco	Bogotá	No étnica	Administradora de empresas
Diana	Bogotá	No étnica	Estudiante de doctorado
Fernanda	Bogotá	No étnica	Estudiante
Laura Vásquez	Cali	No étnica	Estudiante
Klara	Alemania	No étnica	Granjera
Adam	EE.UU	No étnico	Estudiante