



El Petronio Álvarez y su proceso de internacionalización

Música 17 Ago 2019 - 5:23 PM

Por: Natalia Prieto Caballero*

Medios de comunicación y turistas extranjeros incrementaron su presencia en el festival durante la edición correspondiente a 2019. Hoy se habla de una ocupación hotelera del 68% en la capital vallecaucana.



Visitantes de Estados Unidos, Ecuador, España y Holanda se han dejado cautivar por los sonidos del Pacífico en el Festival Petronio Álvarez. / Cortesía organización Petronio Álvarez

El Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez cuenta con varios elementos reconocidos internacionalmente. Por un lado, es el festival de música afro más importante de Latinoamérica, mientras que la música de marimba, los cantos y bailes tradicionales de la región del Pacífico sur son Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la Unesco. [\(Le puede interesar: Festival Petronio Álvarez 2019, las categorías principales\)](#)

Justo para esta edición número XXIII, medios internacionales de Estados Unidos y Argentina solicitaron hacer transmisiones desde la ciudadela Petronio todos los días, y la revista afroamericana Essence envió a tres influenciadoras. ¿Estamos, entonces, ante la edición más internacionalizada del evento? [\(Lea también: ¿Quién fue Petronio Álvarez?\)](#)

Según Óscar Guzmán, presidente de Cotelvalle (gremio hotelero del departamento del Valle del Cauca), Cali tiene alrededor de 11.500 habitaciones para recibir a los turistas, agrupaciones y demás participantes del Festival. Se estima que la ocupación ha sido del 66-68%, lo que ha representado un aumento del 6%. [\(Además: Los rostros del Festival Petronio Álvarez 2019\)](#)

Guzmán sostiene que en versiones anteriores ha sido un 90-10 de proporción entre turista nacional e internacional. pero para este año se atreve a decir que la



“Hemos visto muchos extranjeros... a nivel nacional son principalmente de Bogotá, Nariño, Cauca y el Chocó, específicamente del Pacífico. A nivel internacional, primero Estados Unidos, segundo Ecuador y de Europa, España y Holanda, seguido de Ingleses y franceses”, afirmó.

La administración se muestra optimista ante el esperado aumento de turistas internacionales en el Petronio debido a la estrategia “Temporada de festivales”, que promociona doce festivales que se realizan en Cali, uno de ellos es este encuentro de la música del Pacífico.

“Cuando tu vendes el paquete de los 12, hace más interesante venir a Cali; de hecho, nos sirvió tanto que nos ganamos el premio a mejor destino cultural de Suramérica, un premio que puso a Cali en la agenda de las agencias de viaje del mundo ganándole a Lima, Río de Janeiro, Quito, Bogotá, Medellín y Santiago de Chile”, anota la secretaria de Cultura, Luz Adriana Betancourt.

Ante el interés de atraer al público internacional, surge la pregunta de por qué el Petronio Álvarez no es parte del circuito de festivales folclóricos del mundo. Germán Patiño, su fundador, propuso asistir a la Folkloriada Mundial en 2016. No ocurrió. Y en 2017 se insistió con miras a la Folkloriada Mundial en Rusia 2020.

Ella recuerda la presencia de un delegado de hace unos años.



como paga boletería tiene un nivel de exigencia donde saben si están desentonando; aquí a veces el desentonar es parte de lo popular”, añadió Betancourt.

Fortalecer la relación con el Consejo Internacional de Organizaciones de Festivales de Folklore y Artes Populares (CIOFF) y conseguir que las embajadas de Colombia promocionen el Petronio Álvarez en el exterior, son sin duda desafíos para la próxima administración.

Expositores del Petronio buscan mercado internacional

La búsqueda de la internacionalización implica también nuevos mercados para los productos que se ofrecen en el evento. Es el caso de Malle Beleno, cofundadora de Bambara, empresa que comercializa accesorios, turbantes y menjurjes (como le llaman a sus productos cosméticos y capilares).

Ella, junto a su socia, Lina Lucumí, después de siete años seguidos en el festival, está tratando de abrir mercados internacionales. No es un secreto que los parámetros que exigen los gobiernos son bastante exigentes, por lo que mientras se lleva a cabo el proceso, de manera informal, sus clientas serán las encargadas de llevar a otros países estas muestras del Pacífico colombiano.

“Nos han invitado a ferias en Estados Unidos, Perú, Ecuador y Chile; pero por falta de hacer toda la gestión no hemos podido aprovechar esta oportunidad. Al



Y si para los accesorios ya es un proceso arduo, para las bebidas típicas la historia no es muy diferente. El “Tumbacatre”, el “Arrechón” o el “Viche” son licores autóctonos de la región del Pacífico, que para su exportación (como la de cualquier otro alimento) deben contar con registro INVIMA.

Sin embargo, ese parece no ser el principal impedimento, pues según algunos vendedores del festival, piden acceso completo a las recetas de las bebidas, recetas que por años han sido secretos de familia que pasan de una generación a otra. El miedo al plagio ocasiona que la comunidad sea reservada con ese conocimiento, por lo que al final, prefiere no realizar el proceso.

La música, por su parte, es un elemento paradójico del Petronio para su internacionalización. El Festival ha sido una plataforma para impulsar carreras de artistas que actualmente son considerados de talla internacional, como Herencia de Timbiquí

Estos artistas, sin embargo, por exigencias del mercado, van del folclor a la fusión para crear música moderna, no tradicional.

“De hecho, los artistas internacionales invitados del día sábado en el Festival, año tras año, son de música moderna, porque la música tradicional no tiene la vocación de profesionalizarse”, manifestó un analista folclórico.

