



Cocineras tradicionales «Del comal al corazón»

MANUEL ALFONSO GUTIÉRREZ AGUILAR

Tomado del libro «Visiones Gráficas»

Historias y casos de diseño.

Ed. UNLA 2018. Serie. Formación en el aula.

ENVIADO	ACEPTADO	PUBLICADO
25-06-2020	26-07-2020	17-12-2020



La cultura de una comunidad emana de sus raíces étnicas, expresiones artísticas, ritos y creencias, así como de la mística popular, todo ello legado en tradiciones que se comparten de padres a hijos, creando un hilo que mantiene vivas estas expresiones y forman un conjunto de elementos con valores tangibles e intangibles que, con el tiempo, se convierten en un patrimonio. México posee una vasta diversidad de manifestaciones que se expresan en rituales y tradiciones ancestrales, por tanto, cada región es un cúmulo de formas y estilos que definen la manera en que la gente interpreta la vida; de ahí se desprenden todas las representaciones que conforman el mosaico de riqueza creativa. Michoacán es un ejemplo de esto, pues su gente ha permeado la cultura con elementos ancestrales, entre ellos la vistosa artesanía, los coloridos vestuarios y, sobre todo, el gran abanico gastronómico rico en ingredientes, aromas, estilos y sabores, y es que la gastronomía, además de ser protagonista cotidiana de festividades y eventos, durante generaciones también ha mantenido vivo el legado tradicional de antepasados.

El 16 de noviembre de 2010, en Nairobi, Kenia, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO) otorgó a la gastronomía mexicana el reconocimiento como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, lo hizo gracias a la presentación del expediente denominado México -La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva-: El paradigma de Michoacán, producto del trabajo

conjunto del Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana y de la labor de cientos de cocineros a través de la historia. Este hecho memorable, marcó la gastronomía del país como una de las cuatro en el mundo que cuenta con dicho reconocimiento.

La gastronomía es uno de los baluartes de la identidad de un país. México, entre muchas otras particularidades, se ha destacado por lo vasto de su esquema culinario, dotado de una rica variedad de ingredientes, sin los cuales no existirían muchos sabores, ni podrían concebirse recetas y platillos que ya forman parte del acervo gastronómico internacional. En ello, también radica la relevancia de este reconocimiento patrimonial, muy merecido para uno de los legados de la cultura nacional, mismo que fue posible gracias a la valiosa participación de las maestras cocineras de Michoacán: Benedicta Alejo Vargas, representante de la comunidad michoacana de San Lorenzo; Juanita Bravo Lázaro, de la comunidad de Angahuan y Antonina González Leandro, de la comunidad de Tarerío, quienes dieron magistral muestra de su indiscutible tradición culinaria, desarrollada a través de varias generaciones.

Michoacán es uno de los principales destinos para el turismo nacional e internacional, ya que durante el año cuenta con más de doscientos eventos a nivel estatal como ferias, exposiciones y festivales, entre otros, que promueven su riqueza cultural. Además, es importante mencionar que el Centro Histórico de la ciudad de Morelia también

MANUEL ALFONSO GUTIÉRREZ AGUILAR

Tomado del libro «Visiones Gráficas»

Historias y casos de diseño.

Ed. UNLA 2018. Serie. Formación en el aula.



ha sido declarado Patrimonio Cultural Material de la Humanidad, hecho que reafirma su posición como foco de atención turística, estos reconocimientos han consolidado a Michoacán como un estado que contribuye a promover y reafirmar la identidad, no solo local sino también nacional, ante turistas mexicanos e internacionales. Consciente de ello, en 1993 la Secretaría de Turismo del Estado creó un espacio para dar a conocer la riqueza gastronómica de Michoacán, denominado *Encuentro de Cocineras Tradicionales*, mismo que se ha convertido en referente de esta rica tradición culinaria.

SECRETARÍA DE TURISMO DEL ESTADO DE MICHOACÁN (SECTUR) Y EL ENCUENTRO DE COCINERAS TRADICIONALES

La Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán (SECTUR) tiene, entre sus objetivos principales, contribuir al mantenimiento de las tradiciones que enmarcan la esencia cultural del estado, para alcanzarlo realiza actividades y eventos de promoción en este rubro, uno de ellos es el *Encuentro de Cocineras Tradicionales* que, en 2012 tuvo su décima edición y que durante las nueve ediciones anteriores, se realizó anualmente en uno de los jardines del Centro de Exposiciones y Convenciones de Morelia (CECONEXPO), lugar de los más conocidos y concurridos por los habitantes de dicha ciudad, y considerado referente en materia turística, pues aloja tres recintos: el Centro de Convenciones, el Planetario y el Orquidario, lo cual le convierte en un sitio con muchas ventajas para un evento de esta naturaleza.

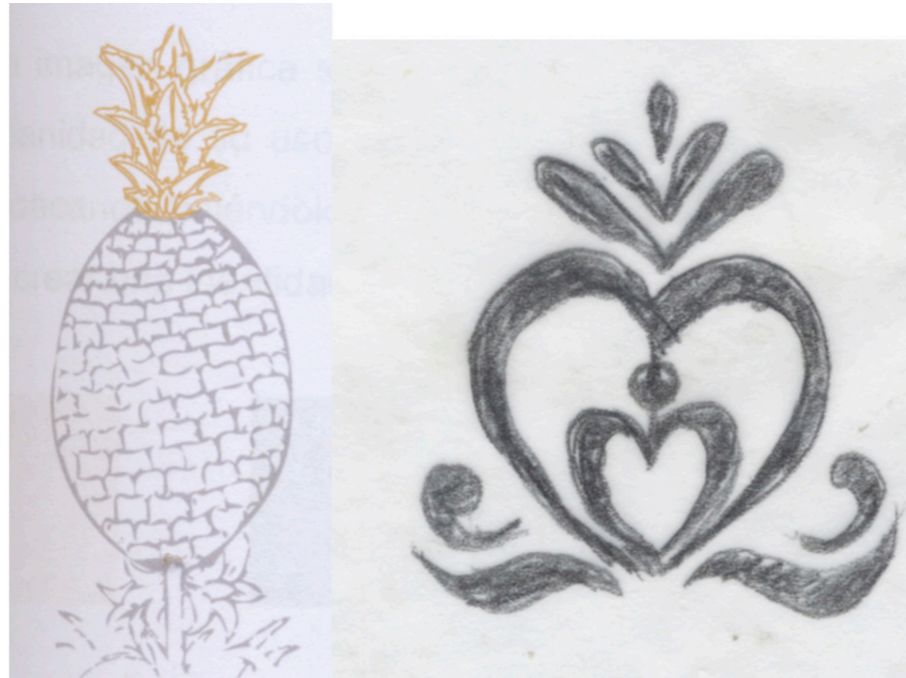
Ahora, si bien la afluencia al *Encuentro de Cocineras Tradicionales* crecía en visitantes cada año, ésta se mantenía por debajo de las expectativas de SECTUR, así que fue necesario realizar un estudio de mercado que aportara información detallada sobre la aparente falta de interés del público moreliano y de los turistas, y así generar pautas para una estrategia de promoción, fue en el año 2010 que se realizó dicho estudio, denominado El Perfil del Turista (PERFITUR), y el paso siguiente fue buscar apoyo para desarrollar una propuesta de comunicación.

LA ESTRATEGIA DE ACADEMIA

A principios del semestre de otoño de 2012, el Departamento de Mercadotecnia de la Secretaría de Turismo del Estado se acercó a la Universidad Latina de América, para plantear la problemática del Encuentro de Cocineras Tradicionales y buscar entre los estudiantes cercanos a egresar, propuestas que contribuyeran a un mejor posicionamiento, de ahí que el caso planteado por SECTUR se convirtió en una oportunidad para abordar el proyecto como trabajo de academia, en el que se involucraron las siguientes materias de sexto semestre:

- Metodología de la Investigación, impartida por la profesora Cristina Eugenia Ángeles Ruiz, experta en el área de investigación de mercado.
- Producción de Radio, con la profesora Viviana Ramírez, profesional con amplia experiencia en la producción radiofónica y de audio.
- Medios Audiovisuales y Producción de Video I, impartida por el profesor Marco Antonio Muñoz Mora, profesional dedicado a la producción de video.
- Diseño de Impresos, con el profesor Manuel Alfonso Gutiérrez Aguilar, especialista en branding y sistemas de impresión.

En conjunto, dichas asignaturas contribuyeron al desarrollo del proyecto desde la teoría y praxis de cada una. Por otra parte, la naturaleza de la encomienda hizo necesaria la búsqueda y apoyo de expertos en el tema, así como de quienes estuvieran en contacto con el entorno de cocineras tradicionales, de modo que, previo al inicio de actividades, los profesores involucrados realizaron una visita tipo scouting a los poblados más cercanos a la ciudad de Morelia, con la idea de identificar a las cocineras tradicionales más reconocidas, lo cual se convirtió en una experiencia de autoaprendizaje para los profesores cuyas materias estuvieron involucradas, de tal manera que fue posible seguir el modelo académico institucional.



Pues bien, para la tarea de búsqueda fue muy importante el apoyo y colaboración del profesor Carlos Villaseñor Zamorano, quien goza de reconocimiento por su destacado trabajo como asesor en proyectos para desarrollo sustentable en varias comunidades de Michoacán, de ahí que, se convirtió en guía para el encuentro con la destacada cocinera Antonina González Leandro, oriunda de la comunidad de Tarerio y, ampliamente reconocida por su labor gastronómica tradicional en el municipio de Tzintzuntzan, Michoacán.

El objetivo de la visita fue que los profesores observaran de forma cercana y directa el entorno, modo de vida y personalidad de cada una de las cocineras con las que tuvieron contacto, lo que sirvió como referencia básica para iniciar el proyecto. Más adelante, los propios alumnos visitaron estas comunidades tradicionales como objeto de investigación y para el levantamiento de imágenes fotográficas, captura de audios y videos para generar el material de sus propuestas.

DESARROLLO DEL PROYECTO

La materia que primero abordó el proyecto fue Metodología de la Investigación, en ella, los alumnos partieron de un análisis de PERFITUR, el estudio previo que entregó SECTUR. Sus resultados descubrieron que, de las personas que asistían al encuentro, el 63% lo hacía por estar de visita con sus familiares, mientras que un 37% acudía por coincidencia (pasaban por ahí y se enteraban), en ambos casos la experiencia había sido muy grata para los visitantes, a pesar de que refirieron no haberse enterado por publicidad o promoción alguna, sino de manera coincidente.

El estudio también reveló datos importantes como: *a)* una evidente falta de promoción previa que informara claramente sobre el lugar y la fecha del encuentro; *b)* la carencia de una identidad gráfica (o marca) que lograra darle distinción visual; esto relacionado con *c)* el posicionamiento, que hasta esa fecha era muy bajo y solo se daba por las referencias entre sus visitantes; y *d)* también se reportaban algunos problemas de logística y desarrollo.

Como resultado de dicho análisis, se concluyó que los problemas se derivaron de la falta de identificación del evento con el público y, de no contar con un plan de promoción adecuado, ya que la mayoría de los asistentes acudieron por recomendación de algún familiar o conocido que había ido, o porque pasaron por el lugar. El estudio identificó que, del 63% de los visitantes que asistieron por acompañar a sus familiares, cerca de 53% se hospedó en hoteles, hecho que ofrecía la oportunidad de repartir invitaciones e información sobre el encuentro a quienes llegaran a hospedarse en vísperas de su realización.

Otra observación destacada fue que, en cada edición llevada a cabo, el diseño promocional cambió radicalmente, desde imágenes que presentaron platillos tradicionales hasta collages con ingredientes o utensilios clásicos de este tipo de cocina: molcajetes, metates, comales, chiquihuites, molinillos y vasijas de barro, entre otros. Incluso, en alguna edición utilizaron la imagen de una cocinera tradicional, por tanto, no existía



homogeneidad ni línea de diseño entre los promocionales de cada encuentro, es más, durante esos nueve años previos a la edición de 2012, tampoco se identificó el uso de algún logotipo o ícono que representara gráfica o visualmente el encuentro, ni gama cromática correspondiente.

Aunque el *Encuentro de Cocineras Tradicionales* dista mucho de otros que tienen impacto turístico en Morelia, como el *Festival Internacional de Música Miguel Bernal Jiménez*, el *Festival Internacional de Cine de Morelia* o incluso el festival gastronómico *Morelia en Boca*, estos últimos han llevado estrategias de promoción más regulares año tras año, junto con una identidad gráfica (logotipo) que se ha mantenido; esto ha logrado que cada uno se posicione en la mente del público y se genere una imagen con gran reconocimiento en cada una de sus ediciones.

Además de los datos del estudio, fue necesario que los alumnos hicieran una investigación de campo que los acercara a las protagonistas del encuentro. Por ello, durante la primera parte del desarrollo de este trabajo de academia, los estudiantes visitaron Tzurumútaro y Santa Fe de la Laguna, lugares donde

tuvieron la oportunidad de conocer y platicar con las maestras cocineras María Inés Dimas y Amparo Cervantes. El contacto directo con ellas y sus familias fue trascendente para el grupo, ya que pudieron ir más allá de lo que habían leído sobre el tema y les fue posible escuchar de voz viva testimonios reales sobre una herencia que ha pasado de generación en generación, donde existe una mística alrededor de la cocina, sus ingredientes, la tierra y el campo, de las recetas familiares, de todos aquellos sabores contenidos entre el fuego y de las manos que con gran devoción los han preparado durante décadas.

En conclusión, los alumnos pudieron darse cuenta de cómo la cocina tradicional de Michoacán ha sido factor determinante para la cultura de sus pueblos, en donde mucha gente, particularmente mujeres, crece entre chiles y metates, maíces y barro, compartiendo las pláticas cotidianas al calor de un fogón, donde las madres con esmero y cariño enseñan a sus hijas lo que alguna vez aprendieron y que se ha convertido en orgullo para cada familia. De esta forma, el contacto directo de los estudiantes con las cocineras en su propio ambiente de vida y de trabajo, les



sensibilizó hacia lo que representa la cocina tradicional como baluarte de experiencias, de reunión y de cariño, tanto de quien cocina como por lo que se cocina y a quien se le ofrece. Y es precisamente en ese punto que radica uno de los aspectos trascendentales del diseño gráfico y de las demás materias involucradas en el proyecto, que tiene que ver con las sensaciones, los pensamientos, las emociones y las actitudes que pueden provocar en sus audiencias: el diseño gráfico se construye de ideas para generar reacciones, pensamientos, reflexiones y actitudes, un diseñador alimenta su trabajo intelectual y práctico con lo que observa, lo que investiga, lo que analiza, lo que piensa y desde luego, también con su óptica particular, así es que este viaje fue valioso porque sirvió a los alumnos para obtener los insumos que requerían para generar su trabajo de cada materia.

El diseño gráfico es un portavoz de mensajes, de principios y valores, significados, formas de ver y sentir las cosas, como tal, se convierte en una plataforma en la que se expresa una enorme diversidad de contenidos que van de lo textual a lo visual. Lo anterior se hizo palpable en este proyecto, por ello, el siguiente paso fue que los alumnos desarrollaran un reporte de investigación y análisis, el cual llevaron a cabo en la materia de Metodología de la Investigación, con la asesoría de la profesora Cristina Eugenia Ángeles Ruíz, informe que pautadamente concentró puntos como el sentido emocional contenido en la cocina tradicional, como herencia de las raíces y cultura, así como el

carácter simbólico que representa. Con base en lo que determinó dicho reporte, los alumnos plantearon estrategias de comunicación y promoción, argumentadas en la sustentabilidad de las propias cocineras, con la idea de compartir esta cultura culinaria y preservarla como uno de los más valiosos patrimonios del estado.

Para desarrollar el proyecto, el grupo se organizó en cinco equipos, en la materia de Diseño de Impresos, cada cual hizo un ejercicio de lluvia de ideas en el que se filtraron y depuraron conceptos, con ello se hicieron bocetos que ayudaron a que cada equipo definiera su propuesta final de identidad gráfica y visual. En una segunda etapa, se hicieron los ajustes, pertinentes a los requerimientos de reproducción para todos los materiales de promoción propuestos, tales como definición de formatos y tamaños de carteles, observar detalles de cada diseño, composición, manejo de gamas cromáticas, detalles de redacción en los mensajes de cada material y lo correspondiente a los diversos sistemas de impresión, para llevar a cabo la óptima reproducción de los mismos.

En la materia de Producción de Radio, asesorados por la profesora Viviana Ramírez, cada equipo de alumnos elaboró un spot radiofónico, como parte de su respectiva propuesta de comunicación, y en la materia de Medios Audiovisuales y Producción de Video I, con la dirección del profesor Marco Antonio Muñoz Mora, cada cual llevó a cabo su propio planteamiento de video, todos se desarrollaron desde la elaboración del guion y un posterior levantamiento de imágenes y video, que se hizo presencialmente en algunas de estas comunidades.

El trabajo conjunto de varias asignaturas para este proyecto, implicó una revisión integral de todo lo desarrollado por los alumnos en cada materia, con el fin de perfeccionar el resultado en cada uno de sus planteamientos, para ello, los alumnos prepararon una exposición previa, llevada a cabo una semana antes de la presentación final a SECTUR, y de esta forma tuvieron una completa retroalimentación en cada uno de los aspectos particulares a cada materia y profesor. Ahora bien, para que dicha experiencia fuera más fructífera, dos especialistas en mercadotecnia fueron invitados, ambos profesionales desempeñaron un importante papel, ya que hicieron observaciones muy puntuales y útiles a cada equipo a fin de mejorar su propuesta previa la presentación final. Cabe destacar que, después de dicha retroalimentación y durante la semana siguiente, cada equipo, considerando las observaciones de sus profesores y de los especialistas invitados, corrigió, ajustó y depuró su propuesta antes de presentar al cliente.

Las alternativas reveladas por cada uno de los equipos resultaron diversas e interesantes en cuanto a concepto, propuesta gráfica y estrategia. Aunque cada una mostró pautas de promoción que, de alguna manera satisfacían las expectativas de la Secretaría de Turismo, al final los representantes del comité directivo de esta dependencia, seleccionaron como ganador el concepto de comunicación definido con la frase «*Del comal al corazón*». Dicha propuesta de identidad gráfica, utilizó como imagen principal un corazón



estilizado que representa el amor que las cocineras ponen en la preparación de cada platillo. En su parte superior se corona por un remate estilizado, tomado de la forma característica de las piñas de barro que elaboran los artesanos del pueblo de San José de Gracia, representando con esto la creatividad tradicional de los pueblos de Michoacán. El ícono se enmarca por dos formas orgánicas que evocan la naturaleza como cuna de esta tradición, estos elementos clave en su conjunto, apoyan el concepto de la entrega de las cocineras como una muestra de cariño y pasión a través de su herencia gastronómica.

Los proyectos también incluyeron alternativas para la logística del evento, desde la distribución de las cocineras en grupos que representarían a las diversas zonas del estado e identificar el tipo de cocina de cada lugar y zona, hasta el plantear que el *Encuentro de Cocineras Tradicionales* se realizaría dos veces al año, ya que, según se observó en la investigación y estudio previo que hicieron los estudiantes, una sola fecha resultaría insuficiente para disfrutar la variedad gastronómica ofrecida, además que, de este modo se podría generar mayor presencia y promoción ante el público. También se determinó organizar el primer encuentro en vísperas de Semana Santa, mientras que el siguiente encuentro en la segunda o tercera semana de octubre, ya que, conforme a lo analizado respecto a la afluencia de visitantes en Morelia y demás eventos y festivales, el *Encuentro de Cocineras Tradicionales* no debería coincidir con otros, de lo contrario disminuiría la concurrencia. En lo que respecta a las estrategias de identidad y promoción de los equipos, se incluyeron cápsulas informativas y promocionales de radio, spots de video y banners para web con el programa de actividades del evento; también se presentaron medios impresos como carteles, parabuses (mupis), folletos, postales, anuncios para revista y periódico, vallas y lonas, entre otros soportes de comunicación.

El diseño puede ser tan versátil en propuestas, como en necesidades y problemáticas con cada trabajo que atiende,

proyectos como el desarrollado en este caso, requieren enfoques diversos que enriquezcan y aporten hacia objetivos comunes. De igual forma, el trabajo de academia es una plataforma de enseñanza que ayuda a los alumnos a comprender la relación que tienen las materias entre sí y no las consideren como asignaturas aisladas; esto exige de ellos la aplicación metodológica y práctica de los conocimientos adquiridos a lo largo de los semestres cursados, pero también requiere planeación y compromiso por parte de los profesores, para generar un trabajo en equipo que se traduzca en sinergia con sus alumnos, la gestión y vinculación de este tipo de actividades, estuvieron siempre en coordinación con la dirección de la licenciatura, que busca enriquecer las experiencias de aprendizaje a partir de la integración de lazos emocionales que dan un sentido más humano al trabajo en las aulas, y así mantener congruencia con la misión institucional de la Universidad Latina de América.

En un mundo con tantos cambios, se vuelve imperante la necesidad de abrirse a nuevos panoramas, no es posible sujetarse a un solo enfoque de las cosas, porque precisamente en la diversidad se pueden encontrar ideas, métodos, técnicas y procesos que aportan nuevas formas de plantear y proceder; todos ellos modifican, redefinen o incluso pueden confirmar los paradigmas con los que se observa y se piensa. Los trabajos interdisciplinarios, como el aquí referenciado, dan pauta a lo expresado, tanto para alumnos como para docentes, puesto que no solo muestran las distintas ópticas desde las cuales puede abordarse una necesidad concreta, sino que también pone sobre la mesa que cada una de esas visiones ofrece soluciones valiosas que en conjunto amplían el criterio para desarrollar un proyecto, y así transformarse en soluciones ejemplares, que dicho sea de paso, recuerdan que en el diseño como en la vida, es importante detenerse, abrirse a otros esquemas y observar desde diferentes formas de pensar.



«PAUTAS CLAVE PARA ESTE PROYECTO»

1

El trabajo en equipo integra las diferentes capacidades, competencias y particularmente ópticas diversas, lo cual siempre será un factor enriquecedor para el desarrollo de cualquier proyecto.

2

El trabajo coordinado de academia, la integración de un equipo de docentes para asesorar a los alumnos desde sus distintas áreas, permitió a los alumnos comprender más y mejor la vinculación entre materias y contenidos, y al aplicarlos de forma más efectiva, fortalecieron significativamente su aprendizaje.

3

El salir del aula hizo que los alumnos tuvieran experiencias diferentes respecto al proyecto.

4

El que los propios alumnos conocieran a las cocineras y tuvieran contacto directo con ellas en su propio contexto de trabajo y de vida, esto contribuyó a sensibilizarlos con el proyecto, este me parece un punto crucial en la labor de un diseñador.

Tomado del libro: *Visiones gráficas. Historias y casos de diseño*.

Autor: Manuel Alfonso Gutiérrez Aguilar
Ed. UNLA 2018. Serie. Formación en el aula.

Visiones gráficas es un libro que reseña a través de 10 casos distintos, los procesos de diseño en sus diferentes etapas; desde su inicio, pasando por la investigación y análisis de cada uno; su proceso creativo, bocetaje y ajustes, hasta la propuesta final.

Cinco de los casos expuestos son llevados a cabo por alumnos de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Latina de América, dentro de las materias que imparte el profesor Manuel Gutiérrez, los otros cinco son desarrollados por Magenta su estudio de diseño.

Este libro es un testimonio de labor académica y profesional. Es un material dirigido a diseñadores gráficos, estudiantes y profesores de diseño, mercadólogos, comunicólogos y cualquier persona interesada en saber como se dan los procesos de desarrollo de un proyecto de diseño.

BIBLIOGRAFÍA

GUTIÉRREZ, M. (2018). *Visiones gráficas. Historias y casos de diseño*. En México: Serie Editorial UNLA.