



CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA



Boletín Núm.58 / 2021

Chihuahua, Chih., 17 de diciembre de 2021

CAMPAÑA “TODOS SOMOS PAQUIMÉ” RECAUDA 700 MIL PESOS

A más de seis meses de haber iniciado la campaña “Todos Somos Paquimé”, que busca recaudar fondos para la reparación de la cubierta del Museo de las Culturas del Norte, ubicado en la Zona Arqueológica de Paquimé, fue posible la recaudación de 700 mil pesos, que corresponde a la quinta parte de lo que se necesita.

Esta campaña surgió a partir de la creación en marzo de 2021 de la Sociedad para la Preservación del Patrimonio Cultural y Natural de la Región de Paquimé, compuesta por Amigos Tierra y Sol, Grupo Siete Ceramistas de Mata Ortiz, Sociedad Histórica Paso del Norte y el Consejo Regional de Cultura Paquimé, así como el grupo de artesanos Dejando Huella y la comunidad de escritores del noroeste ASENOCHE, incorporados recientemente.

A partir de esta unión de la comunidad artística, académica y empresarial “se ha estado trabajando sin fines lucrativos para darnos cuenta de que existe esta gran riqueza cultural que fue y es Paquimé”, señala Alberto Ray, presidente de la Sociedad, quien asegura que es un privilegio participar en esta noble causa a la que se invita a sumarse.

Este año se realizaron las siguientes actividades:

3 de octubre: Mi domingo en Paquimé, un evento donde se reunieron presentaciones artísticas, talleres infantiles y visitas guiadas. 16 de octubre: Concierto de Romeyno Gutiérrez, pianista rarámuri. 13 de noviembre: Gran concierto de ópera del tenor José Luis Ordóñez y rifa de seis piezas cerámicas donadas por el Grupo Siete de Mata Ortiz. 28 de noviembre: Fiesta Paquimé, una muestra de ballet folklórico, música, exhibición de gemas y cerámica, organizado por la Sociedad Paso del Norte, de Ciudad Juárez.

“Yo me quedé sorprendido de poder ver a estudiantes y niños cantando. El concierto de Romeyno fue espectacular, es un orgullo tener a un artista de este tamaño, también al tenor José Luis Ordoñez, quien nos cantó de una forma muy profunda que llega al corazón”, agregó Alberto Ray, a la vez que agradeció a quienes se han sumado a esta campaña.

Para este 2022 se planea fortalecer la campaña de marketing para llegar a más latitudes, invitar a más ciudadanos e instancias a que se sumen, como a la Fundación Amerindio y universidades en Utah, Arizona y El Paso, así como conocer experiencias de otros museos y recintos culturales que hayan pasado por problemas similares.

Cabe señalar que los recursos obtenidos ayudan no sólo al mantenimiento del Museo de las Culturas del Norte sino que muestran la unión y compromiso entre gobierno y sociedad civil, lo que permite abrir horizontes para continuar la gestión con los diversos órdenes de gobierno e instar a la asignación presupuestal, peso por peso, para el próximo año.

