



Turismo Sostenible: Elementos culturales aprovechables para la potencialización turística de la Ciudad Creativa "Granada Colonial"

© Copyright 2024. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua)
Todos los derechos reservados

Sustainable Tourism: Cultural Elements That Can Be Exploited for the Tourism Potential of the Creative City "Granada Colonial"

Pedro Amadeus Lazo

Maestrante en Economía Creativa y Emprendimiento Sostenible
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, UNAN-Managua
lazolopezp@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0002-9820-7714>

Edgar Palazio Galo

Tutor
Profesor Titular, Investigador y Extensionista
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, UNAN-Managua
epalazio@unan.edu.ni
<https://orcid.org/0000-0002-2324-1216>

Fecha de recibido: 23 noviembre 2023

Fecha de dictaminado: 27 de mayo 2024

Resumen

Este artículo es de tipo cualitativo y se basa en la revisión bibliográfica y aplicación de encuestas, entrevista y observación participante, lo que nos permite vincularnos a profundidad con el fenómeno de estudio que es la identificación de los recursos culturales turísticos de la Ciudad Creativa "Granada Colonial" para la potencialización del Turismo Sostenible del contexto. En Nicaragua, desde la toma de posesión del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN), se ha identificado una serie de necesidades vinculadas a la naturaleza de nuestras dinámicas económicas, que en el caso particular de Nicaragua, según el Banco Central de Nicaragua, está conformada por más de un 80% de trabajos informales, y que la Economía Creativa a través de la buena gestión gubernamental y la organización ciudadana ha venido a convertir lo que se creía en una debilidad y amenaza a nivel local e internacional, en un contexto con oportunidades infinitas de desarrollo.

Con el modelo o paradigma de desarrollo de la Economía Creativa en cumplimiento del Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se ha logrado incorporar un proceso de desarrollo integral en el que los diferentes protagonistas de estos cambios a través de sus ideas, de su creatividad van logrando mejorar sus propias realidades y las de su entorno. Por esta razón, a través de este artículo se persigue la identificación de los diferentes elementos culturales desde la perspectiva local y turística para la potencialización de estos desde una metodología participativa.

Palabras clave

Turismo Sostenible, Economía Creativa, Cultura Emprendedora, Desarrollo Económico.

Abstract

This article is qualitative and is based on the bibliographic review and application of surveys, interviews and participant observation, which allows us to link ourselves in depth with the phenomenon of study that is the identification of the tourist cultural resources of the Creative City "Granada Colonial" for the potentialization of Sustainable Tourism in the context. In Nicaragua, since the inauguration of the Government of National Reconciliation and Unity (GRUN), a series of needs have been identified linked to the nature of our economic dynamics, which in the particular case of Nicaragua, according to the Central Bank of Nicaragua, is made up of more than 80% of informal jobs, and that the Creative Economy through good government management and citizen organization has come to turn what we have into a new economy. It was believed to be a weakness and a threat locally and internationally, in a context with infinite opportunities for development.

With the development model or paradigm of the Creative Economy in compliance with the National Plan for the Fight Against Poverty and for Human Development 2022-2026 and the Sustainable Development Goals, it has been possible to incorporate a process of integral development in which the different protagonists of these changes through their ideas. From their creativity, they are able to improve their own realities and those of their environment. For this reason, this article seeks to identify the different cultural elements from the local and tourist perspective for their potentiation from a participatory methodology.

Keywords

Culture, Development, Economy, Women, Rural.

Introducción

En este artículo se abordan los principales resultados referente a los gustos y preferencias sobre los atractivos turísticos tangibles e intangibles de los pobladores granadinos. Al igual que de los turistas nacionales y extranjeros que visitan dicha ciudad, con la finalidad de realizar un contraste informativo y facilitar una serie de alternativas para la potencialización del Turismo-Sostenible basado en la cosmovisión de los facilitadores de servicios.

Este artículo cuenta con elementos metodológicos cualitativos mediante los que se desarrolló una entrevista a profundidad, observación participante y cuestionarios, identificando una serie de elementos propios de la cultura granadina que pueden ser aprovechados y potencializados con las estrategias de marketing adecuadas y los aliados claves indicados.

Antecedentes prácticos

Como antecedentes, se localizó un documento de tesis resultado de la Maestría en "Gerencia de Proyectos de Desarrollo", elaborado por las autoras Arlen Gutiérrez Zúñiga y Claudia Santamaría Montano en el año 2017, con el título "Estudio de prefactibilidad para la construcción de la segunda etapa del Proyecto Centro Cultural Museos Convento San Francisco en la Ciudad de Granada" (Zuniga y Santamaría Montano, 2017). En esta investigación, se encontraron elementos de suma importancia referente a la organización política y cultural de un sector de la Ciudad de Granada, lo que brindó un panorama general de los componentes socioculturales a tomar en cuenta al momento de querer realizar una propuesta de desarrollo en dicho contexto.

Por otra parte, se localizó el Proyecto de Seminario de Graduación de la licenciatura en Turismo Sostenible de la FAREM-Estelí (hoy CUR-Estelí), realizado por Armas, Gadea Herrera y Peralta (2019), titulado "Estrategias que Contribuyen al Desarrollo del Turismo Interno en Granada Nicaragua durante el II Semestre del año 2019". En este estudio se retomaron elementos de carácter comparativo sobre el impacto que generó en el desarrollo del turismo, el fallido intento de golpe de Estado realizado en el año 2018, las condiciones en las que se encontraba anteriormente y que estrategias implementar con base a lo observado y analizado en el campo; esta obra puede aportar directamente a la facilitación de la comprensión de algunos fenómenos que forman parte de esta investigación.

Es importante abordar el estudio realizado en la ciudad de Granada en el año 2014 por los autores Mayling Aguirre, María Calero y María Loaisiga Moreno, el cual se titula "La Implementación de Buenas Prácticas en Turismo Sostenible en la Hacienda Parque Ecológico Los Malacos, ubicada en el departamento de Granada II semestre 2014" (Aguirre, Calero y Loaisiga Moreno, 2014). Este estudio fue realizado en un espacio turístico

de la ciudad de Granada en el que destacan todos los elementos que debe de contener un emprendimiento para ser sostenible, para poder optar a un proceso de desarrollo integral. Este estudio viene a fortalecer el proceso de investigación debido a que aborda elementos propios del Modelo de Economía Creativa como es el desarrollo de comunidades y emprendimientos basados en el talento, organización y creatividad, siendo esto uno de los elementos que busca fortalecer en la Ciudad de Granada la presente investigación.

Por último, se encontró una monografía para optar al título de licenciatura en Turismo Sostenible de la UNAN-Managua, realizada en el año 2014 por los autores Sánchez y Lacayo, la que se titula “Análisis de los impactos turísticos producidos por el Festival Internacional de Poesía de Granada, Nicaragua en el sector turismo y la población del Centro Histórico en el año 2013” (Sánchez, 2013). Este estudio es de gran utilidad porque estudia a detalle la influencia positiva y negativa que existe en una actividad que genera una gran afluencia de turismo en la Ciudad Creativa “Granada Colonial”, esto facilitó un panorama sobre la dinámica socioeconómica desde la perspectiva de otros investigadores.

Marco teórico

Se empezará definiendo un concepto que es una de las bases de esta investigación, siendo el concepto de Economía Creativa, planteado por primera vez en el año 2001 por el autor John Howkins en su libro “La Economía Creativa: transformar una idea en beneficios” en el que define el concepto como “El fenómeno que transforma la creatividad en resultados concretos comprendida por los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual” (Howkins, 2001). Este concepto, desde la perspectiva del autor estaba dirigido a la población mundial, y teniendo en cuenta que esta investigación es realizada en el contexto latinoamericano, retomaremos el concepto de Economía Creativa abordado por los autores colombianos Buitrago y Duque, en el año 2013, en su libro “La Economía Naranja: Una oportunidad infinita” en el que plantean a la Economía Creativa como “Una riqueza enorme basada en el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y por supuesto, la herencia cultural de nuestra región”; es interesante analizar que en ambos conceptos mencionan la creatividad como

elemento clave de la Economía Creativa, siendo uno de los elementos que tienen en grandes proporciones los pobladores de la Ciudad Creativa “Granada Colonial”, siendo este elemento el complemento perfecto para los componentes culturales tangibles e intangibles, propios de la dinámica sociocultural del contexto que fueron seleccionados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como Ciudad Creativa.

Es importante mencionar que para el concepto antes mencionado, hubo muchos organismos o comisiones internacionales que están vinculadas directamente al proceso de implementación o nivel de relevancia existente en el mismo, entre los Organismos se encuentra la UNESCO, Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); todos estos organismos han estado involucrados en el proceso de desarrollo de la Economía Creativa de forma general, misma que directamente ha beneficiado al contexto de estudio con recursos monetarios o intelectuales en el proceso de desarrollo de las diferentes industrias culturales y creativas. Teniendo en cuenta, que, según la UNESCO, las Industrias Culturales y Creativas “son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangible y de naturaleza cultural” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2015).

En la ciudad de Granada, existen diferentes espacios que a nivel de población no son conocidos como Industria Cultural y Creativa; sin embargo, según el planteamiento de la UNESCO, hay espacios que si se clasifican como tal en dicho contexto. Por otra parte, se debe hacer mención sobre el concepto de Ciudad Creativa, un concepto o proyecto a nivel internacional, liderado por la UNESCO, en el que las ciudades procuran el aprovechamiento de todos los recursos, tanto materiales como inmateriales para la proyección positiva de la economía local y nacional. La UNESCO la define como aquellas en que la creatividad favorece la economía, el desarrollo urbano y el bienestar de sus habitantes.

Por esta razón, el Estado nicaragüense ha venido priorizando diferentes componentes en el municipio de Granada, para generar el espacio ideal de una Ciudad Creativa con sus elementos. Toda Ciudad Creativa tiene una estructura que le caracteriza, este caso son los Circuitos Creativos, mismos que están constituidos con los principales puntos turísticos de un contexto determinado. Su finalidad es hacer un recorrido con una distancia determinada en el que los turistas logren empaparse y disfrutar de la cultura material e inmaterial del contexto.

Todos los componentes mencionados anteriormente están conformados o centran su razón de ser en la cultura, encontrando necesario abarcar el concepto de Cultura planteado por la UNESCO, en el que dice que:

“Es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vidas, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones” (UNESCO, 1982).

Si bien es cierto que este concepto está completo, es necesario brindar una conceptualización más aterrizada a la Antropología Social que es la ciencia que trabaja directamente con esta parte de la sociedad, mencionando al Antropólogo Marvin Harris, el cual la define como “El conjunto aprendido de tradiciones y estilos de vidas socialmente adquiridos, de los miembros de una sociedad, incluyendo sus modos pautados y repetitivos de pensar, sentir y actuar” (Harris, 2001). Esto nos quiere decir, que cada uno de los conceptos de cultura planteados por la UNESCO y Harris, están referidos directamente a cada uno de los elementos que conforman a Granada, desde cómo interactúan a nivel familiar y comercial, hasta los usos y costumbres del espacio físico o virtual.

Todo lo anterior, se encuentra vinculado directamente al concepto de Turismo Sostenible, siendo uno de los pilares de la investigación, primeramente se hace mención del concepto de Turismo de forma individual, en el que la Organización de las Naciones Unidas lo define como “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, siempre y cuando no se realice una actividad remunerada en el lugar visitado” (ONU, 2014).

Asimismo, en este estudio se utilizará el concepto de Desarrollo Sostenible que fue acuñado por primera vez en el informe de Brundtland en el año de 1987, definiéndolo como “Aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (ONU, 1987). Trece años después, en el año 2,000, se publica en el libro titulado “Desarrollo y libertad”, del ganador del premio nobel en Economía, el hindú Amartya Sen. Aquí el concepto de Desarrollo Sostenible se concibe como “Un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutaran los individuos” (Sen, 2000), refiriéndose a las libertades tales como: educarte con calidad, hacer uso del derecho a una atención médica integral y cálida, afirmando que es de esta manera es que se logra un verdadero proceso de desarrollo, cuando el concepto no está centrado en el declive o aumento del Producto Interno Bruto de un país.

Con esta conceptualización, se puede decir que el turismo sostenible es la realización de diferentes actividades fuera de su contexto de vivienda para el disfrute responsable del espacio visitado, teniendo en cuenta el cuidado y manejo de los recursos, afirmando que en el turismo sostenible se previsualiza el aporte e impacto social, económico y ambiental que la actividad dejará como producto final.

Metodología

Este artículo científico es de corte cualitativo y se basó en una revisión intensiva de diferentes bibliografías nacionales e internacionales para poder enriquecer el aporte teórico y vincular el mismo con la realidad estudiada. Por otra parte, es importante mencionar que se aplicaron dos entrevistas a profundidad a actores claves de la investigación. Al mismo tiempo que se llevó a cabo la aplicación de encuestas a los segmentos poblacionales (pobladores de la Ciudad Creativa Granada Colonial y turistas) que forman parte sustancial de este proceso académico; asimismo, es recalcar que en el proceso de investigación se realizó observación participante para una mejor comprensión de la realidad.

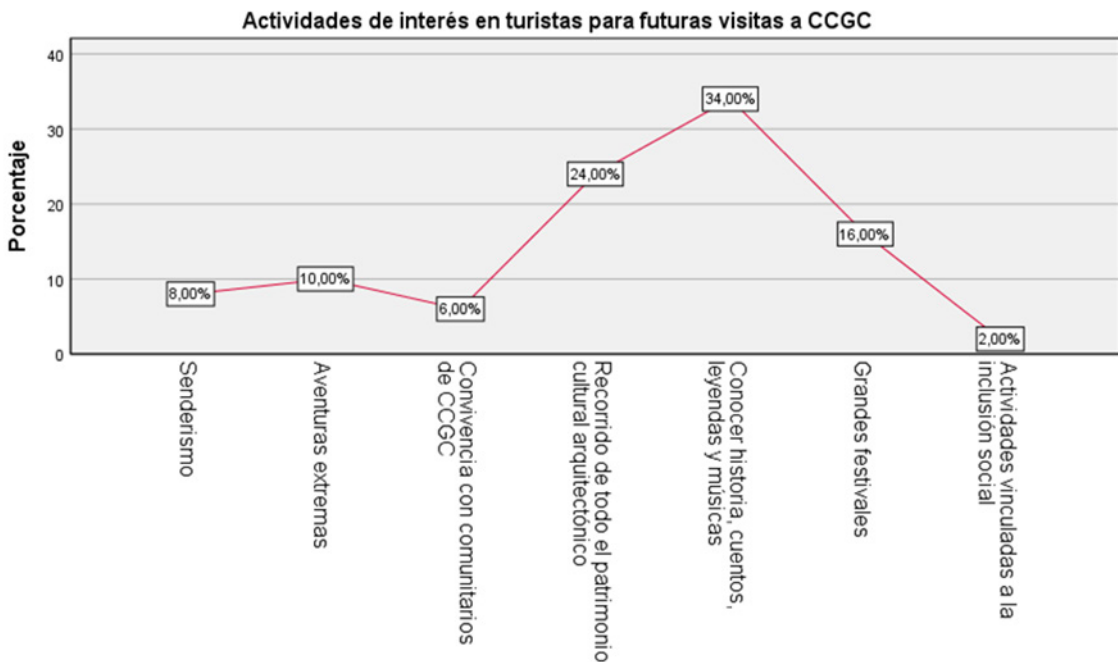
Al identificar los elementos que conforman las dinámicas económicas y percepción social de los turistas a través de diferentes técnicas, fue posible analizar los resultados, sintetizar, deducir, comparar y triangular las diferentes fuentes de información primaria y secundaria, permitiendo, a la vez, elaborar gráficos basados en los resultados obtenidos de dichas fuentes.

Análisis y discusión de resultados

En la Ciudad Creativa “Granada Colonial” existe diversidad de recursos culturales tangibles e intangibles, que indudablemente son la carta de presentación de este contexto. Se puede observar una gran variedad de sitios arquitectónicos como la iglesia Xalteva, Convento San Francisco, Iglesia la Merced, Iglesia Guadalupe, Palacio Municipal, Casa de los Leones, entre otros; asimismo, existen otros elementos culturales intangibles que forman parte de la vida cotidiana del pueblo granadino y que es un atractivo para turistas nacionales y extranjeros, por ejemplo, las formas auténticas de ofrecer un producto o servicio, los cuentos, leyendas, dichos propios del contexto, la seguridad y tranquilidad con la que puedan realizar turismo.

Para poder mencionar los elementos que se consideran aprovechables para la potencialización del turismo sostenible, se tuvo que realizar un sondeo en la forma que los turistas y pobladores locales de la Ciudad Creativa “Granada Colonial”, perciben como importantes. Esto con la finalidad de realizar un contraste en la cosmovisión de lo que es prioridad en cada uno de los segmentos poblacionales a los que se le aplicó encuesta y entrevista.

Figura 1. Gráfico de interpolación lineal donde se muestra la preferencia de los turistas con relación a las actividades que más han disfrutado o que les gustaría experimentar en la Ciudad Creativa “Granada Colonial”.



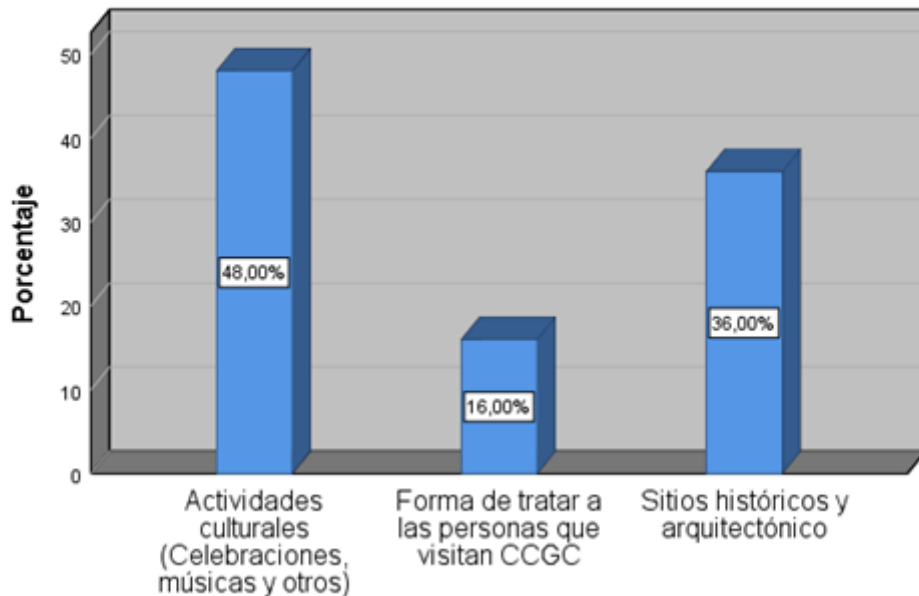
Fuente: Elaboración propia.

Prioridades de los turistas con respecto a las actividades a realizar en la Ciudad Creativa “Granada Colonial”

En el gráfico presentado anteriormente, se puede observar que el 34% de los turistas encuestados, seleccionaron la opción “Conocer la historia, leyendas, cuentos y músicas”; siguiéndole con el 24% de selección a la opción de “Recorrido de todo el patrimonio cultural arquitectónico”. Continuando con un 16% por la opción “Grandes festivales”, con un 10% la opción “Aventuras extremas”, con un 8% la opción “Senderismo” y, por último, con un 2% la opción “Actividades vinculadas a la inclusión social”.

Figura 2. Preferencias de los pobladores de la Ciudad Creativa “Granada Colonial”, en cuanto a cuál es el principal atractivo turístico de esta ciudad.

Principales atractivos turísticos desde la perspectiva de los pobladores de CCGC



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados presentados en el gráfico nos indican directamente que entre las dos actividades que los turistas más han disfrutado o disfrutarían, como “Conocer la historia, leyendas, cuentos y músicas” y “Recorrido de todo el patrimonio cultural arquitectónico”, solamente existe un margen de diferencia de 10 unidades porcentuales; lo que podría indicar que si centralizan actividades vinculadas a esas dos preferencias por los turistas, es decir, que se combinen los dos tipos de actividades, podría existir un mayor alcance del turismo en este contexto.

Por otra parte, es importante que se aborde la perspectiva de los pobladores locales en estas preferencias, presentada en el siguiente gráfico de barras:

En el gráfico de barras presentado sobre los gustos y preferencias de los atractivos turísticos para los pobladores de la Ciudad Creativa “Granada Colonial”, se puede observar que el 48% de la población granadina considera que las “Actividades culturales (Celebraciones, músicas y otros)” son más importantes para el impulso del turismo, siguiéndole con un 36% la opción “Sitios históricos y arquitectónicos”, finalizando con la opción “Forma de tratar a las personas que visitan la Ciudad Creativa Granada Colonial”.

Es interesante observar que en ambos resultados se tiene en común la selección de la opción vinculada a las actividades culturales como celebraciones, músicas y otros, y como segunda opción tienen los sitios históricos y arquitectónicos; esto puede indicar que desde la cosmovisión de la población han redirigido el turismo con relación a sus gustos y preferencias, al mismo tiempo que en su práctica diaria como comerciantes o emprendedores turísticos van realizando un estudio de mercado empírico que redirige sus productos o servicios a la población meta que ellos estiman conveniente.

Si bien es cierto, es de suma importancia que los comerciantes granadinos realicen de forma autónoma esta investigación para favorecer sus emprendimientos. Sin embargo, no se debe obviar que es necesario implementar algunas estrategias de marketing que vayan de acuerdo con las necesidades reales de los turistas al mismo tiempo que vinculen la pertinencia cultural del contexto de estudio.

En el contexto de la Ciudad Creativa “Granada Colonial”, se identificaron elementos claves de la cultura material e inmaterial, entre la cultura material se encontraron los diferentes sitios históricos coloniales como iglesias, casas históricas, fortalezas, calles, indumentaria propia de los pobladores de Granada, artesanías, rótulos, monumentos, estructura de las casas de los pobladores, entre otros, que de forma directa e indirecta influyen en el comportamiento de los pobladores.

De la misma manera, se encontraron diferentes elementos que forman parte de la cultura intangible o inmaterial de este contexto, entre ellos: músicas, poemas, cuentos y leyendas propias del contexto, conocimientos sobre cómo realizar un determinado platillo típico, forma en que se realizan las diferentes artesanías, prendas de vestir o calzar que se comercializan, diferentes saberes ancestrales

vinculados a cómo curar una determinada enfermedad con elementos de la naturaleza, estrategias de comercialización propias, saberes sobre innovaciones en diferentes productos y servicios, entre muchos otros elementos que sin duda alguna vienen a demostrar la riqueza sociocultural que existe en Ciudad Creativa “Granada Colonial” y que, si se dedicaran los suficientes recursos monetarios e intelectuales para impulsar y rescatar muchos de estos elementos, se potenciaría en esta ciudad su capacidad de atraer y mantener turistas a nivel nacional e internacional con estrategias vinculadas a la inclusión social y la preservación de la cultura material e inmaterial del presente contexto.

Conclusiones

En conclusión, el contexto de estudio Ciudad Creativa “Granada Colonial”, cuenta con una serie de elementos culturales tangibles e intangibles que desde la perspectiva turística y de los pobladores locales se consideró que los elementos culturales intangibles tienen un mayor nivel de importancia o bien, que podría tener un mayor impacto social y sostenibilidad si se realizaran estrategias de marketing con el fin de divulgarlas y preservarlas debido a que son elementos que a medida que pasa el tiempo no se deteriorarán por la naturaleza de los mismos.

Además, es importante seguir estableciendo lazos o socios claves entre las instituciones estatales, empresas privadas y organismos internacionales que estén interesados en desarrollar temáticas vinculadas a la Economía Creativa tales como las que existen en Granada en temas de emprendimientos turísticos, fortalecimiento de la propiedad intelectual de diferentes productos y servicios, no obviando promoción y divulgación de la cultura material e inmaterial de este contexto.

Por lo tanto, se debe de seguir incentivando y fortaleciendo desde los gobiernos locales, la inclusión y la participación de todos los pobladores en las diferentes actividades que están relacionadas a la Economía Creativa, para de esta manera asegurar un desarrollo sostenible en el que la población en conjunto con la academia y estado construyan sus propias alternativas de desarrollo con pertinencia cultural y amigables con los recursos naturales.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, M., Calero, M., & Loaisiga Moreno, M. (Noviembre de 2014). *La implementación de buenas prácticas en Turismo Sostenible en la Hacienda parque Ecológico Los Malacos ubicada en el departamento de Granada II semestre 2014*. Managua, Managua, Nicaragua: UNAN-Managua.
- Armas, M. C., Gadea Herrera, C., & Peralta Balladares, M. (Noviembre de 2019). *Estrategias que contribuyan al desarrollo del turismo interno en Granada Nicaragua durante el segundo semestre del año 2019*. Managua, Managua, Nicaragua: UNAN-Managua.
- Harris, M. (2001). *Antropología Cultural*. Alianza Editorial.
- Howkins, J. (2001). *La Economía Creativa: transformar una idea en beneficios*. Londres: Penguin.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, I. C. (2015). *Industrias Culturales y Creativas*. París: UNESCO.
- Restrepo, F. B., & Duque Márquez, I. (2013). *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*. Colombia: Biblioteca del Banco Interamericano de Desarrollo.
- Sánchez, S. G. (Octubre de 2013). *Análisis de los impactos turísticos producidos por el Festival Internacional de Poesía de Granada, Nicaragua en el sector turismo y la población Centro Histórico en el año 2013*. Managua, Managua, Nicaragua: UNAN-Managua.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Editorial Planeta.
- Zuniga, A. G., & Santamaría Montano, C. (Octubre de 2017). *Estudio de prefactibilidad para la construcción de la segunda etapa del proyecto Centro Cultural Museos Convento Convento San Francisco en la Ciudad de Granada*. Managua, Managua, Nicaragua.