

---

ARTÍCULO CIENTÍFICO

**Complejo de Parrandas de Remedios: potencialidades y limitaciones para su comercialización**

***Remedios Parrandas Complex: potential and limitations for its commercialization***

**Lic. Lázaro Eduardo Ochoa Waterman**

 <https://orcid.org/0009-0007-3216-0382>

Mipyme Octava Villa SURL, Cuba  
[lazaroeduardo171283@gmail.com](mailto:lazaroeduardo171283@gmail.com)

**Dr. C. Yerenis Torres Cala**

 <https://orcid.org/0000-0002-1764-5476>

Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Cuba  
[yerenist@uclv.cu](mailto:yerenist@uclv.cu)

**Recibido:** 12/06/2024

**Aceptado:** 10/09/2024

**Resumen**

La Parranda de Remedios, como patrimonio inmaterial de la humanidad, genera importantes impactos en los órdenes económico, político, social, histórico y cultural del municipio de Remedios. No obstante, las actuales condiciones de la economía imponen la necesidad de sostenerla económicamente a partir de su comercialización, como el principal elemento de la cultura popular tradicional del territorio, y así generar ingresos al desarrollo local y a la propia parranda. Por lo que el objetivo de la presente investigación es identificar las potencialidades y limitaciones para la comercialización de la parranda remediana como producto cultural. La investigación se basó en un enfoque metodológico mixto, apoyado en métodos teóricos como el histórico-lógico y el analítico sintético, y empíricos como la revisión de documentos, análisis PESTEL, encuestas y entrevistas. Se determinaron las principales problemáticas en el orden legal, económico, financiero y comercial que limitan la sostenibilidad de la parranda remediana. Lo anterior orienta el proceso de selección de alternativas para lograr la sostenibilidad en el corto, mediano y largo plazos de la Parranda en Remedios y que puede generalizarse al resto de los municipios que las desarrollan.

**Palabras clave:** fiestas populares, sostenibilidad económica; tradición, patrimonio.

**Abstract**

*The Remedios Parranda as an intangible heritage of humanity, generates important impacts on the economic, political, social, historical and cultural orders in Remedios municipality. However,*



*the current conditions of the economy impose the need to sustain it economically through its commercialization, as the main element of the traditional popular culture of the territory. Thus generate income for local development and the party itself. This paper aim to identify the potentials and limitations for the commercialization of the Remedian parranda as a cultural product. The research was based on a mixed methodological approach, supported by theoretical methods such as historical-logical and synthetic analytical and empirical methods such as document review, PESTEL analysis, surveys and interviews. The main legal, economic, financial and commercial problems that limit the sustainability of the Remedian parranda were determined. The above guides the process of selecting alternatives to achieve sustainability in the short, medium and long terms of the Parranda in Remedios and that can be generalized to the rest of the municipalities that develop them.*

**Keywords:** *popular festivals, economic sustainability; tradition, heritage.*

### **Introducción**

San Juan de los Remedios, tierra roja de leyendas y tradiciones, es reconocida por la celebración, el 24 de diciembre cada año, de la fiesta popular tradicional “La Parranda”, declarada “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad” en el año 2018. (Hernández Marichal, 2022) El municipio de Remedios cuenta con una cultura puramente auténtica por sus tradicionales bailes de folklore popular, y sus parrandas remedianas acontecimiento cultural más importante de la localidad y siendo una de las tres fiestas populares de nuestro país. Las parrandas constituyen una fortaleza del municipio Remedios ya que son tradiciones culturales de alta significación nacional (Artze Delgado *et al.*, 2018).

Este fenómeno denominado, parranda remediana, también constituye un atractivo turístico, ya que es una de las festividades más esperadas por sus pobladores y foráneos que asisten, fundadas desde 1820 y en las que se enfrentan en un desafío fraternal los habitantes de los barrios del Carmen y San Salvador de Horta el 24 de diciembre. Esta festividad manifiesta el orgullo local y la identidad comunitaria de los pobladores de Remedios. (Cáceres, 2021)

La Parranda de Remedios siendo una de las más importantes fiestas populares del país se presentan como un fenómeno netamente popular y raigal. Reconocido por diversas comunidades, constituyendo una necesidad vital de tipo familiar, vecinal, social y comunitario para cada uno de sus habitantes. Es una expresión auténtica del Patrimonio Cultural Vivo; solo de Cuba, no se encuentra en otro sitio de la geografía mundial. (Orozco Duquesne, 2021)

A pesar de que la Parranda de Remedios está reconocida entre una de las fiestas populares más importantes de Cuba. Desde el 2010 este evento festivo no es presupuestado por el país, en consecuencia, se ve afectado este fenómeno, ya que la Parranda en sí tiene una alta

complejidad por todo lo que la define. Esto implica construcciones, servicios culturales y mano de obra de modo que se necesitaría presupuesto para financiar la misma. (Orozco Duquesne, 2021)

A partir de los serios problemas económicos que presenta el país y la importancia que tiene en el orden social, cultural, político y económico el complejo de parrandas, es una necesidad imperiosa que se busquen alternativas económicas que permitan el sostenimiento del fenómeno cultural que representa. En tal sentido el objetivo de la presente investigación es identificar las potencialidades y limitaciones para la comercialización de la parranda remediana como producto cultural, de manera que se contribuya a la sostenibilidad económico-social de este fenómeno, desde el enfoque de economía creativa.

### **Materiales y Métodos**

La metodología empleada en la investigación posee un enfoque mixto, pues posibilita la recolección y análisis de los datos cualitativos a través de análisis de documentos e informaciones teóricas, complementándose con la información suministrada por las encuestas y entrevistas, que permiten establecer relaciones de corte cuantitativo. Se utilizaron métodos de nivel teórico como el histórico – lógico, analítico-sintético e inductivo-deductivo. Del nivel empírico el análisis de documentos, en lo referente a constatar en los documentos cómo se obtiene el financiamiento de la actividad cultural en este caso, el nivel de comercialización de la Parranda de Remedios como producto cultural como parte de la cultura popular tradicional, las regulaciones legales para hacer sostenible y determinar legalmente las vías de financiamiento de la parranda; y el análisis PESTEL para determinar los principales factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que inciden en la temática.

### **Resultados y Discusión**

#### **Economía creativa para el desarrollo local**

La Economía creativa es la economía basada en los recursos creativos de manera potencial, generan crecimiento económico, creación de empleos, ganancias de exportación, y a la vez promueve la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano. (Color Vázquez y Alcaraz Vera, 2021) La economía creativa es considerada uno de los sectores más dinámicos y con un crecimiento significativo en la economía mundial, además de representar un sector sumamente transformador en términos de generación de recursos, creación de empleo y aumento en los ingresos de las exportaciones. (Gómez, 2018)

Algunas características de la economía creativa son (Álvarez y Molina, 2020):

- Existe un estrecho vínculo entre economía, innovación, tecnología, cultura y derecho.
- Incorpora la creatividad como componente fundamental de la producción.

- La creatividad se usa para incrementar el valor de una idea.
- Tiene un contenido artístico, cultural o patrimonial.
- Los productos se distinguen por sus cualidades únicas y no solamente por su funcionalidad y precios.
- Posee una doble naturaleza: económica (generación de riqueza y empleo) y cultural (generación de valores, sentido e identidades).
- Sus bienes, servicios y actividades están frecuentemente protegidos por la propiedad intelectual
- La demanda y comportamiento de los públicos es difícil de anticipar.
- El rápido progreso del conocimiento y la sociedad hacen que el factor tiempo sea crucial.
- Los trabajadores creativos valoran fuertemente el motivo y significado de su esfuerzo, más allá del crédito económico y social.

La Economía creativa se clasifica por su papel como patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales. Favorece la creación de empleo, de ingresos, además de la inclusión social. Algunos recursos que se pueden utilizar para fomentar la economía creativa se encuentra: la arquitectura, las artes visuales y escénicas, artesanía, cine, editorial, investigación y desarrollo, juegos, música, publicidad, televisión, radio.

Atendiendo a lo anterior, las fiestas populares tradicionales específicamente en Cuba, forman parte del patrimonio cultural vivo existente en las comunidades como son las fiestas patronales, los carnavales, las charangas, las verbenas, festivales, romerías y las Parrandas. Las cuales contribuyen a fortalecer el sentido de identidad y al desarrollo sociocultural de las localidades.

En este caso la Parranda de Remedios de las más importantes fiestas populares del país se presentan como un fenómeno netamente popular y raigal. Reconocido por diversas comunidades, constituyendo una necesidad vital de tipo familiar, vecinal, social y comunitario para cada uno de sus habitantes. Es una expresión auténtica del Patrimonio Cultural Vivo.

Esta festividad promueve la identidad cultural de los pueblos de la región central de Cuba. Es único, además, por su lucidez, dinamismo, por su diversidad temática y etnodemográfica, oficios y elementos identitarios. Por sus valores agregados, por facilitar el sentido de continuidad en las nuevas generaciones por su sentido de colectividad e inclusión, por su resistencia y perdurabilidad por más de 200 años, por mantener viva una tradición. Dichas Parrandas son una fiesta que desde la década de 1820 se celebran durante varios días y en la actualidad sólo uno (a pesar de su larga preparación). Donde el bullicio, el alboroto, el tañido de instrumentos

musicales, el baile y el disfrute de los trabajos de plaza, las carrozas, los faroles y los fuegos artificiales durante toda la noche, permite la existencia de un pueblo-actor-espectador en la plaza devenida escenario al tiempo que muestra una arquitectura efímera y cambiante cada año.

A pesar de que, en el 2010, se comenzaron con las primeras experiencias de las iniciativas de Desarrollo Local donde el municipio de Remedios fue seleccionado con el objetivo de crear acciones o actividades para lograr autofinanciamiento local ya que la misma genera grandes gastos de recursos y materiales no ha sido suficiente, ni se han alcanzado los objetivos para que financieramente se sostenga a partir de los propios escenarios factibles para la recaudación de presupuestos.

En 2011 el Ministerio de Cultura aprueba como objeto social mecanismos legales para la comercialización de productos culturales y servicios en varias instituciones. Lo cual conllevaría un estudio económico y financiero para ratificar que dichos mecanismos puedan aportar en gran parte al desarrollo de la Parranda. El artículo publicado en junio del 2012 sobre la Comercialización de productos culturales, a través de tiendas de ARTEX, una contribución al desarrollo turístico en Cuba y a la defensa de la identidad nacional por las autoras Grenier de la Cruz y Martínez Loaces, (2012), donde se aborda de manera novedosa como se puede combinar la actividad comercial con la defensa de los valores culturales que identifican a la nación cubana y la contribución al desarrollo turístico del país.

El proyecto Arte en Casa que impulsa la cadena de tiendas ARTEX con el objetivo de comercializar productos que tiene un valor agregado a partir de la incorporación de obras de importantes autores de la plástica a los artículos que comercializa han sido varios de los mecanismos alternativos para la recaudación de presupuestos. Lo que permitan sostenerse financieramente por sí sola como un producto cultural, lo que en la práctica cotidiana no ha resultado.

Y como elemento adicional se lanzó una cerveza que lleva el nombre de la Festividad la que en la actualidad se comercializa en todos los órdenes y como razón de ser y sustento de la marca se encuentra la historia y pasión de la Parranda, este producto no tributa a la recaudación de las finanzas para la sostenibilidad de la misma. A partir de los serios problemas económicos que presenta el país y la importancia que tiene en el orden social, cultural, político y económico el complejo de parrandas, es una necesidad imperiosa que se busquen alternativas económicas que permitan el sostenimiento financiero del fenómeno cultural que representa.

### **Principales problemas para la sostenibilidad de la Parranda. Análisis PESTEL**

#### **Factores políticos:**

- La utilización de la parranda como vía de subversión político-ideológica a partir de la manipulación de los medios digitales ha incidido negativamente en las comunidades parranderas por lo que los remedianos no están exento de ello.
- Sin la intervención de los gobiernos municipales en la integración de las comunidades portadoras de la parranda y todos los actores de la economía no se logran las metas para hacer sostenible el fenómeno cultural.

**Factores económicos:**

- La parranda a pesar de no reconocerse oficialmente como una economía creativa, el gobierno local adopta acuerdos que permiten el apoyo de la festividad a partir de la contribución al desarrollo local.
- La parranda en si misma genera ganancias al turismo, al comercio, a los emprendedores, aporta sustancialmente a la circulación mercantil y al presupuesto del municipio, genera empleos.

**Factores sociales:**

- Incide directamente en la sociedad remediana, en la defensa de su cultura, de su identidad, de los valores patrimoniales, moviliza, integra comunidades a su gente por sus creencias, costumbre y a su vez la defensa de su historia y ello es trascendental a la inclusión social que logra este fenómeno.

**Factores tecnológicos:**

- Son vitales en el mundo actual, si se quiere lograr la comercialización efectiva de la Parranda de Remedios como producto cultural deben los gobiernos innovar para lograr mercados eficientes que permitan la captación de los ingresos que tributen a sus autofinanciamientos, estrategias inteligentes de marketing, campañas comunicacionales para la promoción del producto cultural.

**Factores ecológicos:**

- Los aspectos ecológicos tienen que ver con todos los factores relacionados directa o indirectamente con el medioambiente. Cualquier cambio en la regulación gubernamental o tendencias sociales para la protección del medioambiente afectan a la parranda y se aprecia constantemente en la elaboración de los artificios en las pirotecnias.

**Factores legales:**

- Los aspectos legales incluyen todas las leyes que rodean el fenómeno cultural y que es de obligatorio cumplimiento. La normativa legal puede perjudicar o beneficiar el desempeño. Por ejemplo:

- 1- Constitución de la República.
- 2- Ley del presupuesto.
- 3- Ley del patrimonio.
- 4- Ley 132 del 2019.
- 5- Ley 139 del 2020.
- 6- Las ordenanzas en torno al tema.
- 7- Los acuerdos de los Consejos de la Administración.
- 8- Ley de Seguridad social.
- 9- Licencias.

### **Regularidades identificadas**

- Se identifica como un problema económico a resolver por los gobiernos locales.
- No se logra la integración de todos los actores que definen el desarrollo de las fiestas populares para lograr la comercialización de la Parranda de Remedios como producto cultural.
- Aún son insuficientes las acciones para concebir un esquema comercial que permita el desarrollo de la misma a través de todo el año y no solo en la etapa de su celebración.
- Son insuficientes acciones destinadas a la comercialización de las Parrandas.
- Es insuficiente participación del pueblo en las decisiones del gobierno local sobre el desarrollo de la misma, el limitado vínculo entre los decisores y la población participante.
- A pesar de la aprobación de la Ley para la protección del patrimonio de forma general no se encuentra concebida una forma de patrocinio para la sostenibilidad de las Fiestas Populares.
- No se concibe en la Ley del presupuesto respaldo presupuestario a pesar que se dispone legalmente la protección de las fiestas populares.
- Se identifica como principal fuente de financiamiento el presupuesto del estado y las contribuciones de los parranderos que radican en el exterior.

### **Conclusiones**

Entre las principales potencialidades que existe para la comercialización de la parranda remediana se encuentra el arraigo cultural, combinando elementos del patrimonio material e inmaterial vivo, que constituye un atractivo de nativos y foráneos. Entre las principales limitaciones para la comercialización de la parranda de Remedios como fenómeno cultural se encuentra: que no se concibe como una oportunidad económica, que busca apoyo en la

economía creativa para el desarrollo de la economía del territorio, ni el desarrollo local; aun es limitada la participación de los actores involucrados en la toma de decisiones respecto a la parranda (Barrios, pobladores); el esquema de financiamiento utilizado no prevé la recuperación de los presupuestos erogados y se basa en lo fundamental en el presupuesto del estado y las donaciones desde el exterior.

### Referencias Bibliográficas

- Álvarez, N. P. y Molina, E. V. (2020). La economía creativa: su impacto económico. *Revista Cubana de Economía Internacional*, 7(2).
- Artze Delgado, G.E., Menéndez Maribona, C. y Cruz Domínguez, L. (2018). Análisis y Diagnóstico participativo para la rehabilitación integral del hábitat en el Centro Histórico de Remedios. Editorial Feijóo.
- Cáceres, E. (2021). Propuesta de evaluación de impactos turísticos en Remedios. [tesis de grado. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas].
- Color Vázquez, J. A., y Alcaraz Vera, J. V. (2021). La Economía Creativa como eje para el Desarrollo Económico Local del municipio de Morelia, Michoacán.
- Gómez, C. (2018). La economía creativa y las industrias culturales y creativas: Una alternativa postcapitalista. *XV Coloquio Internacional de Geocrítica Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista*, 1-14.
- Grenier de la Cruz, M. M. y Martínez Loaces, G. (2012). Comercialización de productos culturales, a través de tiendas de ARTEX, una contribución al desarrollo turístico en Cuba y a la defensa de nuestra identidad nacional. *Revista de Investigación en turismo y desarrollo local*, 5(12). [www.eumed.net/rev/turydes/](http://www.eumed.net/rev/turydes/)
- Hernández Marichal, Y. (2022). España en Cuba: un encuentro bajo acacias con el patrimonio cultural material de San Juan de los Remedios. *Cuadernu: Revista internacional de patrimonio, museología social, memoria y territorio*, (10), 164-179.
- Orozco Duquesne, L.M. (2021). La comercialización de la Parranda de Remedios como producto cultural. tesis de grado. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas].