



***The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library***

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

Give to AgEcon Search

AgEcon Search  
<http://ageconsearch.umn.edu>  
[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

*Papers downloaded from AgEcon Search may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

*No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.*

# IDENTIFICACIÓN DE ELEMENTOS IDENTITARIOS EN LA REGIÓN DE LAS ALTAS MONTAÑAS DE VERACRUZ, MÉXICO

## IDENTIFICATION OF IDENTIFIER ELEMENTS IN THE VERACRUZ HIGH MOUNTAINS REGION

García-Albarado, J. C.<sup>1\*</sup>; Gómez-Merino, F. C.<sup>1</sup>; Bruno-Rivera, A.<sup>1</sup>; Rosas-López, F.<sup>2</sup>; Servín-Juárez, R.<sup>1</sup>; Muñoz-Márquez-Trujillo, R.A.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Colegio de Postgraduados, Campus Córdoba. Maestría en Paisaje y Turismo Rural. Carretera Federal Córdoba-Veracruz km 348, Manuel León, Amatlán de los Reyes, Veracruz, México. <sup>2</sup>Colegio de Postgraduados, Campus Montecillo. Posgrado en Ciencias Forestales. Carretera México-Texcoco km 36.5, Montecillo, Texcoco, Estado de México.

\*Autor de correspondencia: jcruz@colpos.mx

### ABSTRACT

The High Mountains Region (HMR) of the state of Veracruz is characterized by a great natural and cultural diversity, though there exist a low rate of human development and high levels of poverty. Nowadays there is a global, national and worldwide push to preserve and take advantage of natural and cultural heritage as a development alternative. It is considered that the identification of the identity elements of RAM offers the opportunity to strengthen social empowerment to generate a greater preservation of their natural and cultural resources, and with it, to generate alternative sources of economic income through sustainable tourism. This research presents a methodological proposal for the identification of identity elements of HMR. Participatory methods were used to "key informants" in the region. A total of 79 natural and cultural elements representing HMR were identified. Knowing these would allow the promotion of local tourism through the empowerment of the population to contribute to the quality of life of the inhabitants.

**Keywords:** Natural heritage, regional identity, touristic resources.

### RESUMEN

La Región de las Altas Montañas (RAM) del estado de Veracruz se caracteriza por poseer una gran diversidad natural y cultural, aunque también existe un bajo índice de desarrollo humano y alta marginación. En la actualidad existe un impulso a nivel mundial, nacional y estatal por preservar y aprovechar el patrimonio natural y cultural como una alternativa de desarrollo. Se considera que la identificación de los elementos identitarios de la RAM ofrece la oportunidad de fortalecer el empoderamiento social para generar una mayor preservación de sus recursos naturales y culturales, y con ello, generar fuentes alternas de ingreso económico a través del turismo sustentable. En el presente trabajo se muestra una propuesta metodológica para la identificación de elementos identitarios de la RAM. Para ello se emplearon métodos participativos a "informantes clave" de la región. Se identificaron 79 elementos naturales y culturales que representan a la RAM. El conocer éstos permitiría impulsar el turismo local a través del empoderamiento de la población para contribuir a la calidad de vida de los habitantes.

**Palabras clave:** Patrimonio natural, identidad regional, recursos turísticos.

## INTRODUCCIÓN

# El realizar

un inventario de los atractivos con potencial turístico de un territorio representa una oportunidad de valoración y registro de acuerdo a sus cualidades naturales y culturales, lo cual puede constituir una motivación para el sector turístico. En este contexto, es importante precisar que existen territorios que los distinguen de otros de acuerdo a su singularidad. Es por ello, que la identidad desempeña un papel importante para redescubrir esa motivación de un turista para visitar un lugar. La identidad es un concepto que evoluciona, se reconstruye y representa la memoria colectiva a partir del Patrimonio Cultural tangible e intangible y natural, de una población (Fernández-Peña y Fernández-Peña, 2012). Es decir, la identidad es sinónimo de particularidad, distinción y apego a las características de una sociedad. Aponte (2003) señala que la identidad es el “nexo aparentemente inexplicable entre el individuo y su espacio vital”.

La Región de las Altas Montañas (RAM) es una de las diez regiones socioeconómicas del estado de Veracruz, uno de los estados con mayor biodiversidad en México (SEFIPLAN, 2013). En ella se calculan más de 2,000 especies de plantas, además de ocho tipos de vegetación, entre los que sobresale el bosque mesófilo de montaña (Rivera-Hernández, 2016). Esta región se conforma de 2,279 comunidades distribuidos en 57 municipios y cuenta con una superficie de 6,053 km<sup>2</sup>, 8.4% del territorio estatal, del cual el 67.9% (4,000 km<sup>2</sup>) se destina a actividades agropecuarias (SEFIPLAN, 2013). Se ubica en la zona centro del estado, formando parte de la Sierra Madre Oriental, en la cuenca hidrológica “Papaloapan”. En esta región se reconocen principalmente tres ecosistemas: bosque mesófilo, selva alta caducifolia y selva baja caducifolia, donde predomina el clima templado húmedo a frío. Las alturas van desde los 100 msnm en el municipio de Carrillo Puerto hasta los 5,600 msnm en los municipios de Calcahualco y La Perla (INEGI, 2017).

El objetivo de esta investigación fue proponer una metodología para identificar los elementos que dan identidad a la RAM del estado de Veracruz, México, como un primer acercamiento para la

generación de alternativas para un desarrollo regional sustentable.

## MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se llevó a cabo en 14 de los 57 municipios (25%) de la RAM en donde el Colegio de Postgraduados Campus Córdoba (Figura 1) tiene influencia directa y ha tenido presencia a través de actividades de vinculación que se llevan a cabo en tres Regiones de Atención Prioritaria (MAP): Centro, Chocamán y Zongolica. Se entrevistó a informantes clave de los municipios de Calcahualco, Coscomatepec, Chocamán, Huatusco, Zentla, Fortín de las Flores, Córdoba, Ixhuatlancillo, Orixaba, Amatlán de los Reyes, Yanga, Naranjal, Cuitláhuac y Tequila.

La investigación consistió de dos etapas mediante métodos participativos (Chambers, 1994), de febrero a abril de 2016. Para la identificación de los recursos con potencial turístico y sobretodo de contenido identitario, se elaboró una categorización de elementos, basada en el modelo OEA-CICATUR (Bouillon, 2006).

**Etapa 1.** Denominada etapa de “Entrevistas”, se llevó a cabo en los 14 municipios visitados, de febrero a abril de 2016. Se realizaron 49 entrevistas semiestructuradas (Bernard, 2006) teniendo como meta identificar los elementos identitarios de la RAM. Para ello se buscaron informantes clave vinculados a las actividades turísticas de la región (incluyendo servidores públicos y del sector privado), así como historiadores, especialistas en turismo, entre otros (Figura 1).

La elección de los participantes se llevó a cabo mediante métodos no probabilísticos empleando las técnicas de “bola de nieve”, “muestreos de conveniencia” y “muestreos de juicio, de experto o intencional” (Hernández, 2004).

En cuanto al perfil de los entrevistados, tenían una edad que osciló entre los 23 y 62 años, con una edad promedio de 43 años. La mayoría de ellos contaban con estudios de licenciatura o posgrado (78%) y el 25 % eran personas conocedoras de la región (indígenas, activistas



**Figura 1.** Proceso de entrevista a informantes clave de la RAM, Veracruz, México.

y productores rurales), el 23% se vincula activamente al sector turístico (turismo municipal y servicios turísticos), el 23% a la educación (profesores en diferentes niveles educativos), 12.5 % a la cultura (responsables de museos y casas de cultura) y el 17 % al sector gubernamental y de desarrollo (fomento agropecuario, regidores, vida silvestres, otros).

Se empleó la técnica de la entrevista. El guion incluyó dos secciones: En la primera se identificó el perfil del entrevistado, que incluyó el nombre, ocupación, residencia y nivel educativo. Respecto a los recursos naturales, se solicitó a los encuestados pensar en los ríos, montañas, lagunas, vegetación, animales u otros que representaran a la RAM. En cuanto a los recursos culturales se pidió a los participantes resaltar los aspectos económicos (actividades agropecuarias representativas) y sociales (música, danza, trajes típicos, gastronomía, leyendas, festividades, y costumbres); por lo que los aspectos económicos más los sociales conformaron los recursos culturales.

De acuerdo al Cuadro 1, los elementos naturales más representativos de la RAM se expresaron a través de cuatro categorías (paisaje y montañas, fauna, cuerpos de agua y vegetación). En cuanto a los elementos culturales, éstos se expresaron en económicos a través de cinco categorías (Agricultura, industria, turismo, ganadería u comercio) y sociales a través de nueve categorías (Gastronomía, festividades, usos y costumbres, leyendas, danzas, trajes típicos, artesanías, música y eventos históricos)

Los resultados se analizaron con análisis descriptivos.

**Etapa 2.** Denominada “Taller participativo” y justamente se realizó el taller denominado “Expresarte con identidad cultural”. Se contó con la participación de 44 personas relacionadas con el sector turístico de la región y de los cuales aproximadamente el 20% de ellos participó en la Etapa 1. El taller se efectuó el 27 de mayo de 2016, en el Campus Córdoba del Colegio de Postgraduados con el

fin de priorizar y categorizar los elementos identitarios más relevantes de la gran variedad que surgieron en la etapa anterior. El taller inició con una plática introductoria resaltando la importancia del proyecto y presentar las categorías y componentes, resultados de las entrevistas (Etapa 1).

Posterior a la introducción, los participantes se dividieron de manera aleatoria en cuatro equipos teniendo 11 integrantes por equipo. Como primera actividad se les asignaron tarjetas que incluían las 18 categorías y sus elementos, los cuales variaron en número. Por ejemplo, la categoría Agricultura, contenía los elementos café, caña de azúcar, chayote, limón, etc. La tarea aquí fue priorizar un máximo de cinco de esos elementos por categoría. Una vez que cada equipo pudo llegar a priorizar, se dispuso a sociabilizarlos entre los demás equipos, y con el apoyo del facilitador del taller se fueran nombrando los elementos por categoría por equipo, de tal manera que se sociabilizara con el resto de los equipos y entre todos llegar a un acuerdo de los elementos que fueran más representativos por categoría. De esta manera permitió hacer más compacta la lista de los elementos definitivos de cada categoría que se identificara con la RAM (Figura 2).

Como actividad final del taller, se le solicitó a cada equipo realizar un cartel en donde se plasmaran visual y creativamente los elementos identitarios seleccionados como de mayor importancia para la RAM (Figura 3).

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Esta investigación muestra que la Etapa 1, llamada de “Entrevistas” enfocada a los informantes clave, ayudó a identificar los elementos identitarios de manera más directa y rápida. Por otro lado la Etapa 2, denominada “Taller participativo” ayudó a integrar la información previa en conjunto con la presencia de otros actores diversos como investigadores, servidores públicos, estudiantes, etc., que permitieron delimitar la lista de elementos así como tener una visión más integral de los elementos

**Cuadro 1.** Categorización de los recursos identitarios en la Región de la Altas Montañas del estado de Veracruz. Adaptado del método OEA-CICATUR.

ELEMENTOS		CATEGORÍAS
NATURALES		1. Paisaje y montañas; 2. Fauna; 3. Cuerpos de agua; 4. Vegetación.
CULTURALES	b) Económicos	5. Agricultura; 6. Industria; 7. Turismo; 8. Ganadería; 9. Comercio.
	c) Sociales	10. Gastronomía; 11. Festividades; 12. Usos y Costumbres; 13. Leyendas; 14. Danzas; 15. Trajes típicos; 16. Artesanías; 17. Música; 18. Eventos históricos



Figura 2. Taller “Expresarte con identidad cultural” para localizar los elementos identitarios de la RAM.



Figura 3. Participantes del Taller “Expresarte con identidad cultural” plasmando los elementos identitarios en un cartel.

identitarios vistos desde diferentes puntos de enfoque y con una visión integral.

Como resultado de la Etapa 1, se registraron un total de 203 elementos identitarios (49 elementos naturales y 154 elementos culturales). Las categorías más mencionadas por los entrevistados fueron la Agricultura (88%); Paisaje y Montañas (86%); Gastronomía (78%); Festividades (69%); y Fauna (61%). El elemento natural frecuentemente repetido fue el “Pico de Orizaba” o Citlaltépetl (43%), por representar éste un elemento icónico y dominante del paisaje de la RAM.

Así mismo se observaron aspectos que eran un común denominador para la identidad de esta región un ejemplo es el temazate (Mazama temama), el cual es un venado que se distribuye en esta región. De acuerdo a en-

trevistados con conocimientos en costumbres prehispánicas, esta especie tiene gran importancia en la ideología náhuatl considerada como una deidad muy importante (Serna et al., 2013).

En la Etapa 2 del Taller se logró una participación de 44 informantes. De los 203 elementos identificados previamente en las entrevistas, se reconocieron 79 con mayor relevancia de manera consensuada (Cuadro 2). Cabe destacar que los participantes consideraron que

en algunas categorías son menos de cinco elementos identitarios los relevantes para la región como es el caso de la música, traje típico y turismo.

La RAM cuenta con una amplia riqueza en recursos con potencial turístico y que algunos de ellos aún no han sido utilizados con estos fines. Ejemplo de ello sería proyectos de agroturismo en caña de azúcar, tal como sucede con el café que se cuenta en la región de Córdoba con la ruta de este cultivo. Para caña no se encuentran registros de emprendimientos que permitan dar a conocer el proceso de cultivo e industrialización de la caña de azúcar a los turistas interesados. Esto representaría una gran oportunidad para coordinar las actividades de campo con los ingenios de este cultivo y poder llevar a los turistas a conocer los procesos.

En lo natural sobresale el Pico de Orizaba, y en general el paisaje. En lo cultural, las actividades agropecuarias e industriales, en particular el cultivo e industria del café y la caña de azúcar dan el sentido de lugar. Adicionalmente existe una gran variedad de tradiciones, expresiones artísticas y culturales que representan la riqueza natural y cultural, en su mayoría con potencial de desarrollar aún productos turísticos. Estas características ofrecen el potencial para impulsar el desarrollo mediante el turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo rural, y más variantes de turismo alternativo, que permitan mejorar la calidad de vida de las familias de esta región, que ha sido considerada con altos índices de marginación, lo cual es paradójico con la riqueza cultural y natural con que se cuenta (Figura 4).

**Cuadro 2.** Elementos identitarios relevantes de la RAM.

ELEMENTOS	CATEGORÍAS	ELEMENTOS IDENTITARIOS (RELEVANTES)
Naturales	1. Paisaje y montañas	1. Pico de Orizaba 2. Cerro del Borrero 3. Sierra del Gallego 4. Sierra de Zongólica
	2. Fauna	5. Aves 6. Mariposas 7. Serpientes 8. Luciérnagas 9. Lince
	3. Cuerpos de agua	10. Jamapa 11. Atoyac 12. Metlac 13. Nacimientos 14. Laguna de Nogales
	4. Vegetación	15. Bosque de niebla 16. Selva 17. Bosque de pino 18. Plantas silvestres 19. Plantas comestibles
	5. Agricultura	20. Café 21. Caña 22. Chayote 23. Limón persa 24. Ornamentales
	6. Industria	25. Beneficio del café 26. Trapiches 27. Cervecería 28. Granjas
	7. Turismo	29. Turismo de aventura 30. Turismo rural 31. Ecoturismo
	8. Ganadería	32. Ovino 33. Bovino 34. Equino 35. Acuicultura 36. Apicultura
	9. Comercio	37. Hoteles 38. Restaurantes 39. Talabartería 40. Transportistas 41. Mercado agrícola
	10. Gastronomía	42. Café 43. Tesmole 44. Tamales rancheros 45. Salsa macha 46. Antojitos variedades
	11. Festividades	47. Mayordomías 48. Festividades Cívicas 49. Festividades Xochitlalli 50. Festividades Religiosas 51. Ferias y Festividades
	12. Usos y Costumbres	52. Hospitalidad 53. Medicina Tradicional 54. Náhuatl 55. Tianguis 56. Raíces Africanas
	13. Leyendas	57. Chaneques 58. Cueva del Encanto 59. Niña del Ángel 60. Mulata de Córdoba 61. Virgen de la Soledad
	14. Danzas	62. Danzón 63. Danza los Santiago 64. Danza de los Negritos 65. Danza de los Machetes
	15. Trajes Típicos	66. Traje Colorido de Ixhuatlancillo 67. Traje de Zongolica 68. Traje Jarocho
	16. Artesanías	69. Artesanías de café 70. Artesanías de lana 71. Arreglos florales 72. Muebles rústicos 73. Talabartería
	17. Música	74. Banda de viento 75. Sondas
	18. Eventos históricos	76. Cri-Cri 77. Tren 78. Tratados de Córdoba 79. Ruptura del Sitio
TOTAL	18 Categorías	79 Elementos



**Figura 4.** Elementos identitarios de la Región de las Altas Montañas (RAM) en el estado de Veracruz, México. Desde lo cultural a lo natural.

## CONCLUSIONES

Se puede decir que los elementos identitarios pueden estar vinculados entre sí, es decir, ciertos elementos tienen importancia de manera alterna en más de un aspecto (natural, social o económico). Un ejemplo es el cultivo de café, que además de ser un elemento con importancia económica, en las últimas décadas ha sido empleado como imagen tradicional de la zona para atracción turística, formando parte del paisaje y artesanías locales.

La metodología empleada en esta investigación permitió identificar, categorizar y delimitar los elementos que dan mayor identidad a una región geográfica. De acuerdo a los resultados, la mayoría de los elementos identificados fueron de tipo cultural. Consideramos que los resultados de esta investigación permiten tener los elementos identitarios base que sirven para promover proyectos turísticos, así como para promover el empoderamiento, desarrollo económico y la conservación de estos recursos en la RAM.

## LITERATURA CITADA

Aponte G. G. 2003. Paisaje e identidad cultural. *Tabula Rasa*. 1: 153-164.  
Bouillon R. 2006. Planificación del espacio turístico. Trillas. 245 p.

Chambers R. 1994. Participatory Rural Appraisal (PRA): Analysis of Experience. *World Development*. 22 (9): 1253-1268.

Fernandez P. I., Fernandez P.I. 2012. Aproximación teorica a la identidad cultural. *Ciencias Holguín*. 4: 1-13

Hernández O. 2004. Estadística elemental para Ciencias Sociales. Universidad de Costa Rica. Costa Rica. 203 p.

INEGI. 2017. Mapa Digital del Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Disponible en: <http://gaia.inegi.org.mx/mdm6/?v=bGF0OjzlLjMyMDA4LGxvbjotMTAyLjE0NTY1LHo6MSxsOmMxMTFzZXJ2aWNpb3N8dGMxMTFzZXJ2aWNpb3M=>. Acceso en marzo 2017

SEFIPLAN (Secretaría de Finanzas y Planeación) 2013. Programas Regionales Veracruzanos: Programa Región Las Montañas 2013-2016. 111 p.

Rivera-Hernández J. E. 2015. Flora, vegetación y priorización de áreas de conservación del Parque Nacional Cañón del Río Blanco, Veracruz, México. Tesis de doctorado en Ciencias Naturales para el Desarrollo. Instituto Tecnológico de Costa Rica. Universidad Nacional y Universidad Estatal a Distancia. San Carlos, Costa Rica. 264 pp.

Serna L. R., Olguín H. A., García C. G., Pérez S. J. A. Salazar-Ortiz J. 2013. Venado cola blanca veracruzano: una opción para la ganadería diversificada y la conservación de ecosistemas en Veracruz. *Agroproductividad* 6(5):58-64.

UNESCO. 2005. Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las expresiones Culturales. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf>. Acceso en marzo 2017.