



PatryTer

ISSN: 2595-0169

revistapatryter@unb.br

Universidade de Brasília

Brasil

Desentis Torres, Cristina; Reynoso Ramos, Citlalli
Palimpsesto territorial y patrimonio arqueológico en Puebla, México
PatryTer, vol. 7, núm. 13, e44129, 2024
Universidade de Brasília
Brasil

DOI: <https://doi.org/10.26512/patryter.v7i13.44129>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=604076799003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

De la marca territorial a la identidad territorial. Vivir y percibir la ciudad de Tepic, Nayarit, México.

José de Jesús Gómez Pérez¹
Mariana Betzabeth Pelayo Pérez²

Resumen: Los procesos de expansión y modernización, en conjunto con las tendencias del urbanismo, dislocan material y subjetivamente a los individuos de sus territorios de vida. Estos movimientos estimulan otras dinámicas territoriales donde se imbrican diversas subjetividades y discursivas que consolidan diferentes formas de habitar y hacer mundos. Este trabajo tiene como objetivo analizar la composición de una marca territorial desde el registro de elementos que conforman una identidad territorial, como: las formas de vivir y percibir un espacio, en este caso, la ciudad de Tepic, Nayarit, México. A partir de una investigación mixta, con entrevistas y encuestas, se aprecia la importancia de la vivencia y la interrelación con el entorno de los habitantes de la ciudad como co-productores del espacio y la identidad territorial, que coadyuvaron en la identificación de elementos materiales e inmateriales incluyentes para componer una marca territorial, sensible al entorno y a la subjetivación del mismo.

Palabras clave: patrimonio; marca territorial; identidad territorial; sentido de pertenencia; espacio.

Da marca territorial à identidade territorial. Viver e perceber a cidade de Tepic, Nayarit, México.

Resumo: Os processos de expansão e modernização, junto com as tendências do urbanismo, deslocalizam material e subjetivamente os indivíduos nos seus territórios de vida. Esses movimentos estimulam diferentes dinâmicas territoriais, onde interagem diversas subjetividades e narrativas que consolidam diferentes formas de habitar e formar mundos. O presente artigo objetiva analisar a composição de uma marca territorial desde o registro de elementos que conformam uma identidade territorial, por exemplo: As formas de vida e a percepção de um espaço, neste caso, a cidade de Tepic, Nayarit, México. Baseando-se numa investigação mista, com entrevistas e “quizzes”, pôde-se apreciar a importância da vivência e da inter-relação com o entorno por conta dos habitantes da cidade como coprodutores do espaço e da identidade territorial, de forma que contribuem para a identificação de elementos materiais e imateriais necessários para a composição de uma marca territorial sensível ao entorno e a subjetividade deste.

Palavras-chave: Patrimônio; Marca Territorial; identidade territorial; sentido de pertença; espaço.

From territorial brand to territorial identity. Experiencing and perceiving the city of Tepic, Nayarit, Mexico.

Abstract: Expansion and modernization processes, together with the trends of urbanism, materially and subjectively dislocate individuals from their territories of life. These movements stimulate other territorial dynamics where various subjectivities and discursives are interwoven that consolidate different ways of inhabiting and making worlds. This work aims to analyze the composition of a territorial brand from the registry of elements that make up a territorial identity, such as: the ways of experiencing and perceiving a space, in this case, the city of Tepic, Nayarit, Mexico. The results of this mixed methods study, using interviews and surveys, show the importance of experience and the interrelation with the inhabitants' environment as co-producers of space and territorial identity, which contributed to the identification of inclusive material and immaterial elements to create a territorial brand, sensitive to the environment and its subjectivation.

Keywords: heritage; territorial brand; territorial identity; sense of belonging; space.



Como citar este artículo: Gómez Pérez, J. & Pelayo Pérez, M. (2024). De la marca territorial a la identidad territorial. Vivir y percibir la ciudad de Tepic, Nayarit, México. *PatryTer – Revista Latinoamericana e Caribenha de Geografia e Humanidades*, 7(13), e44006. <https://doi.org/10.26512/patryter.v7i13.44006>

Recibido: enero de 2023. **Aceptado:** abril de 2023. **Publicado:** marzo de 2024.

¹ Licenciado en Comunicación y Medios, Universidad Autónoma de Nayarit (UAN), México. Correo: jesus.150152501@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8580-6334>

² Docente investigadora de la Universidad Autónoma de Nayarit (UAN), México. Correo: pelayombpp@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8448-5409>

1. Introducción

Los procesos de expansión y modernización en conjunto con las tendencias del urbanismo, dislocan material y subjetivamente a los individuos de sus territorios de vida. La composición física y subjetiva de la ciudad se ha reconfigurado por décadas, mediante procesos de modernización, conurbación, crecimiento demográfico, globalización y migración. Estos movimientos estimulan otras dinámicas territoriales donde se imbrican diversas subjetividades y discursivas que consolidan diversas formas de habitar y hacer mundos.

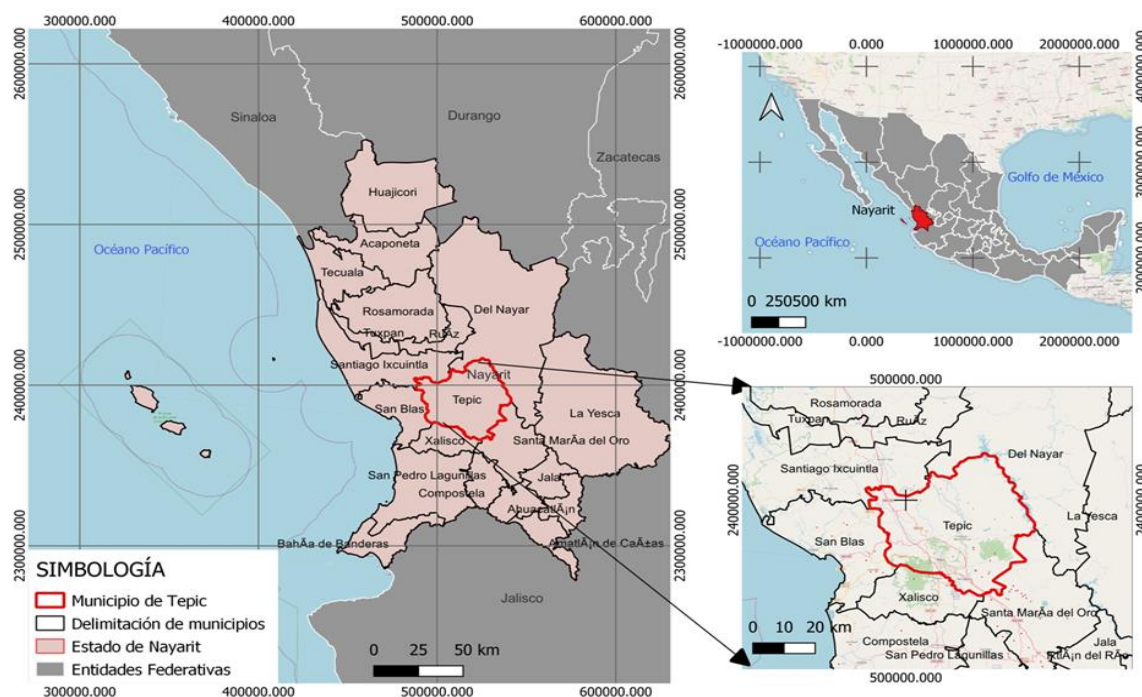
A medida que la urbanización se expande de forma desequilibrada a escala global, la ideología de la vida contemporánea se ve alimentada por el consumo, provocando la reconfiguración de la identidad y los lugares a partir de ideologías, valores y costumbres de otras naciones, donde se promueve la patrimonialización y conservación de ciertos territorios considerados más como recursos para el turismo que como espacios de existencia (Souza, 2019).

En la actualidad y en el caso de México existe una tendencia de asignar y patrimonializar los espacios de vida desde las subjetividades institucionales de Estado, a la luz de intereses mercantiles que difieren y diluyen las singularidades y sensibilidades de los individuos que habitan un espacio.

Arévalo menciona que “el patrimonio cultural de una sociedad lo constituyen las formas de vida materiales e inmateriales, pretéritas o presentes, que poseen un valor relevante y son significativas culturalmente para quienes las usan y las han creado” (Arévalo, 2004, p. 930). De esta forma, el patrimonio, pese a que es una categoría predeterminada desde el operador semiótico que asigna una equivalencia utilitarista a elementos sensibles que dan sentido a un grupo de individuos y hacen comunidad, es aún una herramienta útil en la exploración del acervo que integra un territorio; este puede registrar las singularidades, los universos afectivos y cognitivos de las formas de habitar y percibir un espacio desde quienes lo habitan, encaminado a la identificación más incluyente y situada de una identidad territorial.

Recuperando cuidadosamente la categoría de patrimonio, se considera que esta categoría puede ser una pieza clave en potenciar las virtudes materiales e inmateriales de una nación para promover cierto dinamismo económico, logrando construir una marca territorial, siempre y cuando se sitúe en las vivencias y existencias locales. Por ello, en este trabajo se analizaron e identificaron los elementos materiales y simbólicos que integran el patrimonio cultural a partir de la forma de vivir y percibir la ciudad de Tepic, Nayarit, México, desde las vivencias y testimonios de sus habitantes, para registrar una primera impresión de una identidad colectiva territorial.

Figura 1 – Mapa del municipio de Tepic, Nayarit



Fuente: Elaboración propia con base en la Información vectorial de localidades amanzanadas y números exteriores, INEGI (2023), elaborado con el software QGIS.

Una marca territorial, según San Eugenio Vela (2013), surge como resultado de reinventar un lugar a partir de la construcción y adaptación de un concepto que representa las identidades individuales y colectivas del espacio, propias de los intangibles asociados a la identidad territorial. Ciudades como Medellín en Colombia, han logrado crear y posicionar marcas territoriales como factor de desarrollo económico (Gómez, 2021). En México se han registrado cuatro marcas territoriales: CDMX (2014), Riviera Maya (1999), Guadalajara (2016) y Riviera Nayarit (2007).

La presente investigación se desarrolló en la cabecera homónima del municipio de Tepic, el cual se localiza en el estado de Nayarit. Su ubicación geográfica se encuentra entre las coordenadas 21° 51' y 21° 24' latitud norte y entre 104° 34' y 105° 05' longitud oeste. Tepic colinda en la zona norte con los municipios de Santiago Ixcuintla y El Nayar; al sur con el municipio de Xalisco, al este con El Nayar y con Santa María del Oro, y al oeste con los municipios de San Blas y Santiago Ixcuintla.

La ciudad de Tepic fue hogar de grandes personajes como Amado Nervo, poeta internacional; Juan Escutia, quien fuese uno de los cadetes destacados en la batalla de Chapultepec; Leopoldo Romano fue el segundo Jefe Político del Territorio de Tepic (hoy estado de Nayarit); Gabriel Luna Rodríguez constructor de edificios emblemáticos como la Catedral, entre otros. Sin embargo, a pesar de contar con gran patrimonio cultural y biocultural, es más considerada como una ciudad de paso que un destino turístico.

Pese a que la ciudad de Tepic es el centro económico administrativo del Estado, no cuenta con estrategias que le permitan posicionarse como destino central para los turistas y reforzar la identidad territorial y sentido de pertenencia de los habitantes. Su composición da cuenta de una red extensa de representaciones y dispositivos culturales heterogéneos, provenientes del resto de los municipios del estado y que manifiestan una gran riqueza material e inmaterial aglutinadas en un solo lugar.

Por tal motivo, este trabajo tuvo como objetivo analizar la composición de una marca territorial desde el registro de elementos que conforman una identidad territorial, como: las formas de vivir y percibir un espacio, en este caso la ciudad de Tepic Nayarit, México, con el fin de crear una marca territorial incluyente y sensible que ofrezca en mayor medida los agentes tangibles e intangibles del patrimonio cultural y experiencial de los habitantes, que a la vez permita desarrollar planes de marketing para reforzar la economía y el turismo de la ciudad.

A partir de una investigación de carácter cualitativo y cuantitativo, mediante el uso de entrevistas y una encuesta entre los habitantes de la ciudad y servidores públicos como personal de la Secretaría de Turismo, el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes, así como un experto en gastronomía, y bajo el análisis cualitativo y cuantitativo se apreció la importancia de la vivencia y la interrelación con el entorno de los habitantes de la ciudad como co-productores del espacio y la identidad territorial; dichos ciudadanos coadyuvaron en la identificación de elementos materiales e inmateriales más incluyentes en la composición de una marca territorial, sensible al entorno y a la subjetivación del mismo.

El artículo inicia con el despliegue de los recursos teóricos y metodológicos para el análisis de la marca territorial en conjunto con la descripción del abordaje metodológico; enseguida se presentan el contexto y los antecedentes sociohistóricos de la ciudad de Tepic; luego se mencionan los resultados y, finalmente, las conclusiones.

2. Recursos teóricos y metodológicos para el abordaje de una marca territorial

Antes del despliegue de este apartado es importante resaltar que en este trabajo evitaremos reforzar las versiones colonialistas de la marca territorial y el patrimonio. En palabras de Souza (2019), la historiografía que se ha difundido en el continente ha implicado una política de control y autoridad sobre un territorio ocupado y administrado por un grupo de individuos con determinado poder, dando continuidad a la denominación y la institucionalización del territorio desde versiones que no integran las existencias y resistencias de los espacios de vida.

El estudio de la marca territorial es reciente; se puede decir que las aportaciones teóricas al respecto son pocas, además la naturaleza del término exige en cada apuesta teórica agregar factores específicos de cada lugar de análisis. Esto significa que se está trabajando con un término dinámico, situado e integral que según el contexto puede adquirir o abandonar particularidades que lo constituyen. Dentro de los trabajos de la marca territorial se encuentran las propuestas de Ashworth & Voogd (1990), San Eugenio Vela (2013), Huertas (2011), y Thomé & Sánchez (2018), que dan cuenta de la condición de una marca territorial como un marcador integral y contextual.

Dado que el propósito de esta investigación es analizar la composición de una marca territorial desde el registro de elementos que conforman una identidad territorial, como: las formas de vivir y

percibir un espacio, en este caso la ciudad de Tepic Nayarit, México, se incorporan algunos parámetros que funcionan como ejes conceptuales para apoyar la lectura interpretativa del documento. Estos se dividirán en cuatro grandes subtemas: a) Marca territorial, b) Territorio, c) Espacio, y d) Identidad.

2.1. Marca territorial

Una marca territorial es un proceso de institucionalización de la identidad de un territorio, mediante la proyección de una imagen concebida internamente y reconocida externamente (Thomé & Sánchez, 2018). Surge para promover territorios conforme a sus particularidades socioeconómicas, culturales, políticas, turísticas, históricas, etc. “Una marca territorial implica una reinención del lugar a partir de un proceso de construcción de marca, basado en el valor de las identidades individuales y colectivas de los espacios que se imbuyen plenamente en los intangibles asociados a sus respectivas identidades territoriales” (San Eugenio Vela, 2013, p. 190).

Para crear una marca territorial es necesario conocer la imagen emitida y percibida del territorio; San Eugenio Vela (2013) menciona que la imagen percibida puede ser tanto individual como colectiva; esta imagen se vincula con las impresiones, opiniones y creencias que los individuos tienen del territorio, pero a partir de campañas de marketing en diferentes medios de comunicación masiva.

Es de suma importancia conocer los componentes, valores y atributos que se darán a la marca, los cuales son los siguientes: el componente conceptual emocional (valores abstractos, simbólicos y personificables de un destino), el elemento gráfico (símbolo y logotipo) y el componente conceptual (simbolización de las singularidades tangibles e intangibles de un territorio) (Huertas, 2011). San Eugenio Vela (2013) añade que, dentro del componente conceptual emocional de una marca territorial, se busca definir la identidad, por lo cual es necesario conocer a las personas. Para ello es necesario profundizar en algunos elementos inmateriales de los actores que constituirán la marca, como el sentido de pertenencia, el cual según Tobi (2005) son un conjunto de sentimientos, percepciones, deseos, y necesidades construidas sobre la base de las prácticas cotidianas desarrolladas en espacios cotidianos.

2.2. Territorio

Para Milton Santos (2005) el territorio se entiende como una mediación entre la sociedad mundial, nacional y local. Este se debe asumir como

unidad, como totalidad geográfica, producto de múltiples totalizaciones a las que se somete el proceso de historia en cada momento. Para Souza (2019) el estudio del territorio permite constatar la forma en que la sociedad se produce y se organiza a través del uso del territorio, sus objetos geográficos, hoy cada vez más tecnificados, a partir de las acciones que realizan los sujetos, según sus intereses. Según la autora los usos del territorio y las dinámicas de los lugares se caracterizan por su fluidez, viscosidad, densidad y rarefacción debido a que revelan las decisiones de la sociedad en la organización del espacio donde tiene lugar la inseparabilidad entre objetos y sistemas de acciones en la construcción de paisajes, donde se identifican asperezas y patrimonios, desde procesos de conflicto, desigualdades espaciales, desplazamientos y despojos.

En tal sentido, el territorio también expone “la interrelación entre los habitantes y el entorno ecológico va componiendo material y simbólicamente las formas de habitar un espacio geográfico (...) en un movimiento incesante e inacabado (...) conlleva la composición vital material y simbólica de un espacio y la conexión objetiva y subjetiva de los sujetos con el entorno” (Pelayo, 2020, p. 65).

Retomando a Santos (2005) el uso del territorio se debe a la dinámica de los lugares, el espacio que acontece. Estas solidaridades definen usos y generan valores de múltiples naturalezas: culturales, antropológicas, económica, social, financiera, y estas presuponen coexistencias, es decir un espacio geográfico, el lugar es el espacio de existencia, el lugar donde reside la posibilidad de resistencia a los procesos perversos globales tales como la mercantilización y consumo debido a la intercomunicación entre actores, por lo tanto, también es un espacio de construcción política.

2.3. Espacio: espacio vivido, percibido y concebido

Un espacio, según Haesbaert (2013), es un concepto bastante amplio, más de lo que pudiera tener un territorio, ya que es una construcción material y concreta, un lugar que comprende todas las dimensiones sociales: cultural, política, económica y natural, siendo la última una de las más importantes, ya que el espacio en sí es una apropiación de la naturaleza misma. Lefebvre (1974) distingue entre tres dimensiones del espacio social: un espacio percibido, uno concebido y uno vivido.

1. Prácticas espaciales (el espacio percibido): “engloba la producción y reproducción de lugares específicos, tipos y jerarquías de

- lugar, y conjuntos espaciales propios de cada formación social; práctica que asegura la continuidad en el seno de una relativa cohesión” (Lefebvre, 2013, p. 92). Para Torres (2016) es la forma en que se percibe el entorno en que se vive sus características, colores, sabores, ideas, etc.
2. Representaciones del espacio (espacio concebido): “se vinculan a las relaciones de producción, al orden que imponen y, de ese modo, a los conocimientos, signos, códigos y relaciones frontales” (Lefebvre, 2013, p. 92). Es decir en este espacio se lleva la actividad productiva de la sociedad.
 3. Espacios de representación (espacio vivido): incorpora simbolismos complejos “expresan (con o sin codificación) simbolismos complejos ligados al lado clandestino y subterráneo de la vida social, pero también al arte (que eventualmente podría definirse no como código del espacio, sino como código de los espacios de representación)” (Lefebvre, 2013, p.92).

A partir de lo anterior, es evidente la apreciación de Lefebvre sobre el espacio como una morfología social, es ese repositorio cotidiano de las relaciones complejas, materiales e inmateriales con el entorno que posibilitan la existencia, como asevera Milton Santos (1996b) “el espacio no es ni una cosa ni un sistema de cosas, sino una realidad relacional: cosas y relaciones juntas”(pp. 26-27). El espacio tiene un carácter poético, es un producto productor con una cualidad extensiva e inacabada que se nutre de los vínculos humano-ambiente y que da lugar a la subjetivación del mismo.

2.4. Identidad territorial

La identidad, según Borrini (2007), puede definirse, sintéticamente, como el conjunto de rasgos que le transfieren a un individuo o grupo una cierta forma de ser o de insertarse en el mundo. Lorente (2014) describe la identidad como “el nexo de la población con el espacio en el que habita, ya que reúne la idiosincrasia del lugar con la representación simbólica con la cual se relaciona dicho espacio” (p. 10). Si el espacio es un lugar de constantes permutas, la identidad es una expresión dinámica, compleja y múltiple que difícilmente

puede limitarse al estatismo, a la permanencia y a la estabilidad.

La identidad territorial, por su parte, surge del vínculo que se crea entre los individuos y el espacio en que viven y del cual se nutren. “La identidad territorial, entonces, se perfila como una construcción relacional de los actores sociales, en donde, de nuevo, aparece el territorio como aquello que combate la fragmentación y comprende la diferencia y la diversidad” (Ramírez, 2011, p.6).

En este sentido, la identidad territorial ayuda a reforzar los factores que interactúan entre sí, empujando o frenando en varias direcciones, conformando una idea de conjunto donde hay un significativo número de intereses, conflictos y expectativas que determinan la personalidad colectiva. Cuando un territorio cuenta con una identidad colectiva fuerte, se crean sistemas de valores y normas compartidas por las personas que viven en dicho lugar.

2.5. Patrimonio cultural

Según Souza (2019) el proceso de preservación del patrimonio cultural de interés público se asocia entonces a la materialidad, formas existenciales a ser preservadas, constituyente central de la historia de los pobres, donde el patrimonio inmaterial casi siempre se usa como parte del pasado, sin embargo la disidencia de la autora es sobre aquellos que viven el presente que también construyen parte del patrimonio. Por ello, la autora propone la profundización en el territorio usado y las dinámicas que llevan dentro de sí como elementos a comprender en sus formas remanentes hasta el presente que deben ser tomados en cuenta en las iniciativas de conservación, preservación y restauración de las memorias y construcción de contenidos tendientes a la patrimonialización. La autora propone unir la aspereza y memoria como esencia del concepto de patrimonio cultural desde el concepto de rugosidad de Milton Santos, el cual es “lo que queda del pasado como forma, espacio construido, paisaje, lo que queda del proceso de supresión, acumulación, superposición, con que las cosas se reemplazan y acumulan por doquier” (Santos, 1996a, p. 113).

Costa (2011) le llama patrimonialización global a las técnicas, la ciencia y la información como catalizadores resignificantes de los lugares, la cultura y la “naturaleza” del Planeta, lo cual nos coloca en una visión geográfica presente que no debe escapar de los procesos de patrimonialización. En esta lógica Milton Santos (1996a) reflexiona sobre los procesos de segregación y la desigual forma de selectividad de los espacios como ha ocurrido en los procesos de patrimonialización, donde se pasa de la segregación

a la selectividad como proceso estructural, dinámico y permanente.

Para Arévalo (2004, p. 930) “el patrimonio cultural de una sociedad lo constituyen las formas de vida materiales e inmateriales, pretéritas o presentes, que poseen un valor relevante y son significativas culturalmente para quienes las usan y las han creado”. El patrimonio se divide en material, que hace referencia a los monumentos, sitios arqueológicos, edificios, entre otros, e inmaterial, que hace referencia a los saberes, tradiciones, costumbres, fiestas, música, danza, rituales, creencias, artes narrativas, prácticas, hábitos, etc. Por su parte Alvarado & López (2018) explican que el patrimonio inmaterial se consolida con el cúmulo de creencias, ideas e impresiones. Tal es el caso de estos personajes famosos que a partir de sus logros y hazañas son dignos ejemplos a seguir; estas creencias le dan sentido a la comunidad y han sido transferidas de generación en generación.

De esta forma, el patrimonio, pese a que es una categoría construida desde el operador semiótico que asigna una equivalencia utilitarista a elementos sensibles que dan sentido a un grupo de individuos y hacen comunidad y coexisten un espacio, es aún una herramienta útil en la exploración del acervo que integra un territorio; siempre y cuando se registren las singularidades, formas remanentes hasta el presente, los universos afectivos y cognitivos de las formas de habitar y percibir un espacio desde quienes lo habitan, encaminado a la identificación más incluyente y situada de una identidad territorial.

2.6. Metodología

La presente investigación tiene un enfoque mixto, el cual triangula procesos y técnicas cualitativas y cuantitativas; tal enfoque permite encontrar y asociar factores simbólicos y materiales que den cuenta de un patrimonio cultural de la ciudad de Tepic. El trabajo es de tipo correlacional, pues pretende comparar y asociar los resultados obtenidos de la población muestra de la ciudad de Tepic con la información obtenida en la Secretaría de Turismo de esta misma ciudad, el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes y expertos en gastronomía. Para analizar la información se utilizó Excel y Atlas.ti para trabajar con datos cualitativos y cuantitativos.

El área de estudio fue la ciudad de Tepic, capital del estado de Nayarit; colinda al norte con los municipios de Santiago Ixcuintla y El Nayar; al sur, con el municipio de Xalisco; al este, con El Nayar y Santa María del Oro, y al oeste con los municipios de San Blas y Santiago Ixcuintla. La población objetivo de esta investigación se refiere a hombres y

mujeres mayores de 30 años que viven en la ciudad de Tepic, las cuales serán seleccionadas a partir del muestreo por conglomerados; en el que las unidades se encuentran encapsuladas en determinados lugares físicos (Hernandez et., al., 2014, p. 183).

2.6.1. Muestra

Según explica Malhotra (2004) la muestra es el número de sujetos que se elegirán para realizar el estudio; en otras palabras, es un número proporcional del tamaño total del universo poblacional. Para determinar el tamaño, se tomó como base el número total de adultos mayores de treinta años de edad que viven en la ciudad de Tepic. La extracción de la muestra se obtiene a través de un muestreo aleatorio simple, tomando un nivel de confianza del 95 % y una estimación de error del 5 %.

Para calcular la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z^2) \cdot (P) \cdot (q) \cdot (N)}{(e^2) \cdot (N-1) + (Z^2) \cdot (P \cdot q)}$$

$$= \frac{(5^2) \cdot (95) \cdot (5) \cdot (193,797)}{(5^2) \cdot (193,797-1) + (5^2) \cdot (95 \cdot 5)}$$

$$= \frac{2,301,339,375}{4,856,775}$$

$$= 384$$

n= Tamaño de la muestra = 384

Z= Nivel de confianza deseado (1-10) = 5

e²= Nivel de error máximo permitido (1-10) = 5

P= Favorable (1-100) = 95

q= No favorable (1-100) = 5

N= Población = 193,797

2.6.2. Instrumentos de recolección de información y técnicas de análisis

Con instrumentos cualitativos como la entrevista se analizaron elementos asociados a la forma de habitar y vivir la ciudad y con instrumentos cuantitativos como la encuesta se complementaron algunas inquietudes cuantitativas que reforzarán el análisis. Para esto se hace uso de tres temas enlazados. El primero buscó recolectar información sobre el “entorno percibido” y variables como:

- La descripción de los sujetos con respecto a cómo es la ciudad de Tepic.
- Colores con los cuales los sujetos relacionan a la ciudad.

- La cultura étnica relacionada con la ciudad (nayeri /wixárika).
- Espacios físicos más y menos bellos.

El segundo buscó recolectar información sobre la identidad territorial, la cual se asocia con “lo vivido” y el sentido de pertenencia de los ciudadanos con la ciudad; para ello se realizan preguntas sobre las emociones y sentimientos de los sujetos por la ciudad. El tercero refiere a la concepción que los sujetos tienen sobre los diferentes servicios con los que cuenta la ciudad, la imagen que tienen de la misma, sitios de recreación, nivel de satisfacción de vivir en esta ciudad, la imagen de la ciudad transmitida por los medios de comunicación y nivel de satisfacción con respecto a la seguridad de la ciudad.

2.6.3. Técnicas de análisis de la información

Después de la recogida de la información, se realizó el análisis de los datos cuantitativos con el programa Excel y el de los datos cualitativos con el software Atlas. Ti. El análisis cuantitativo se basó en el procesamiento de los datos mediante la organización de una base de datos la elaboración de los estadísticos descriptivos básicos que apoyaron los primeros acercamientos de la situación y contexto de la información recolectada. Para el análisis de los datos cualitativos se llevó a cabo un método de comparaciones y relaciones constantes (Glaser, & Strauss, 1967) mediante el software Atlas. Ti el cual facilitó las siguientes acciones: la sistematización de los datos mediante su detección, separación, codificación y recodificación para el entendimiento de elementos asociados a las formas

de vivir y percibir un espacio, así como los rasgos identitarios y valorizaciones territoriales que esta relacionalidad entre el habitante y su entorno cogeneró. Enseguida se buscó la densidad conceptual de los códigos mediante las comparaciones constantes, proceso que alimentó las principales categorías de este estudio. Finalmente se determinaron las propiedades, las dimensiones y relaciones de las categorías nucleares con respecto a los datos para la composición de una identidad y marca territorial.

3. Marco contextual

3.1. Retrospectiva histórica de la ciudad de Tepic

Tepic pasó de ser solo una Villa a convertirse en una ciudad, aunque en 1824 se le nombró parte del Séptimo Cantón de Jalisco, y en 1917, con la promulgación de la Constitución Política de México se emancipa de otras jurisdicciones y es nombrada capital del estado de Nayarit, condición que aún mantiene. En la ciudad de Tepic viven un total de 425 924 personas, de las cuales el 50.4% (214 666) son mujeres y el 49.6% (211 258) son hombres; por tanto, existen 98 hombres por cada 100 mujeres. (INEGI, 2020).

3.2. Patrimonio cultural de la ciudad de Tepic

La ciudad de Tepic cuenta con un enorme potencial histórico y turístico que puede ser explorado y que representa la identidad de los habitantes y su territorio; sin embargo, no es del todo conocido por quienes habitan la ciudad y por sus visitantes. El patrimonio que distingue a la ciudad de otras se divide en material e inmaterial.

3.2.1. Patrimonio material

3.2.1.1. Arquitectónico

Tabla 1. Principal patrimonio material arquitectónico de la ciudad de Tepic

Sitio	Año	Autor	Historia
Plaza de armas	1531	Nuño de Guzmán	Se encuentra rodeada por varios portales, que llevan el nombre de las familias dueñas de las propiedades; Portal de García, el Portal de Menchaca, Portal Bola de Oro, el Portal de Unamuno, el Portal de la Cárcel, el Portal de Retes, y el Portal de Vázquez.
Catedral	1804	Párroco Benito Antonio Vélez	Se colocó la primera piedra en 1804.
Templo y exConvento de la Cruz de Zacate	1784		Hay una cruz de Zacate que ha perdurado por más de 400 años.
Palacio de Gobierno	1870 - 1885	Párroco Ignacio Castro e ingeniero Gabriel Castaños Retes.	Pretendía ser la penitenciaría del Séptimo Cantón de Jalisco; tras Tepic convertirse en capital de Nayarit, esta se convierte en el ahora Palacio de Gobierno.
Fábrica de hilados y tejidos de algodón de Jauja	1838	Eustaquio Barrón, Guillermo Forbes y Alejandro Forbes.	Centro cultural, ruinas de la antigua fábrica.
Fábrica textil de Bellavista	1842	José María Castaños y Llanos e Ignacio Fletes.	Primer lugar donde se celebra una huelga en el país.
Panteón Hidalgo	1836	Párroco Rafael Homobono	Primer cementerio civil en el país.

Fuente: Elaboración propia a partir de Ramos (2016, p. 246).

3.2.1.2. Industrial

Tabla 2. Patrimonio material industrial de la ciudad de Tepic

Sitio	Año	Autor	Historia
Estación E SudPacífico.	1909-1918	<i>Southern Pacific railroad Company of México</i>	Se usaba para comunicar Nogales de Guadalajara y las Haciendas de Francisco I. Madero (puga).

Fuente: Elaboración propia a partir de Ramos (2016, p. 246).

3.2.1.3. Natural

Tabla 3. Patrimonio material natural de la ciudad de Tepic

Sitio	Historia
Parque La Loma	Considerado uno de los pulmones de la ciudad y al mismo tiempo, es un punto de reunión para las familias nayaritas y para todos aquellos que visitan la ciudad.
Parque Alameda	Sitio de recreación que se encuentra muy cerca del centro de la ciudad y es considerado otro de los pulmones de esta.
Parque Ecológico	Es, por decreto oficial, un área natural protegida, debido a la importancia que representa para la capital nayarita y el estado, por su diversidad biológica, su valor cultural, científico y paisajístico.
Río Mololoa	Antes conocido como río de Tepic, es uno de los acuíferos más importantes del estado de Nayarit y pasa por la ciudad capital.
Cerro de San Juan	El 27 de octubre de 1987 la Sierra de San Juan fue decretada por el Gobierno del Estado como “Reserva de conservación y equilibrio ecológico y regeneración del medio ambiente del estado de Nayarit”
Sangangüey	Es un volcán que se encuentra inactivo, su última erupción, según Hernández (2000), data de 1742. Tiene una altura de 2353 metros sobre el nivel del mar.

Fuente: Elaboración propia a partir de Ramos (2016, p. 246).

3.2.1.4. Artístico o histórico: murales

Tabla 4. Patrimonio material artístico o histórico de la ciudad de Tepic: Murales

Mural	Año	Autor	Historia
Dedicatoria al Pueblo y a los Estudiantes Revolucionarios	1974	José Hernández Delgadillo	Se encuentra en la Universidad Autónoma de Nayarit (UAN) en la Unidad Académica de Economía. Fue pintado de nuevo en 2014 por el maestro Soto Campos.
Muro los mártires	1979	José Luis Soto y José Meza Velázquez, consolidado por Eliazar Soto.	Hace referencia al caso ocurrido en la Universidad Autónoma de Nayarit el 20 de febrero de 1979, cuando fueron asesinados tres trabajadores de la universidad por la policía universitaria, la cual seguía órdenes del rector de aquel entonces, en conjunto con el Gobernador del Estado de la época.
Mural El apocalipsis	1987 - 1997	Juan Ávila Lamas	Se encuentra en el templo de Santa Teresita, en la colonia del mismo nombre; tiene un tamaño monumental de 460 metros cuadrados y desde 2014 se convirtió en una de las diez pinturas universales de México.

Fuente: Elaboración propia.

3.2.2. Patrimonio inmaterial

3.2.2.1. Personajes

Tabla 5. Patrimonio inmaterial de la ciudad de Tepic: Personajes

Personaje	José María Mercado	Manuel Lozada “El Tigre de Álica”	Amado Nervo	Juan Escutia	Francisco Severo Maldonado y Ocampo
Historia	Gana la campaña de Tepic y San Blas durante la Guerra de Independencia sin disparar un solo tiro	Lucha a favor de los coras y huicholes en Nayarit y proclama el “Plan liberador de los pueblos indios”.	Poeta nacido en la ciudad de Tepic que conmovió al mundo con sus letras.	Cadete militar que defendió a México en la batalla de Chapultepec o guerra de intervención norteamericana.	Fue el primero en luchar por la apertura de escuelas públicas donde se les enseñara a las mujeres diferentes oficios.

Fuente: elaboración propia.

3.2.2.2. Gastronomía

Tabla 6. Patrimonio inmaterial de la ciudad de Tepic: Gastronomía

Platillo	Descripción
Tamales de camarón	Se prepara a base de masa de maíz con manteca de cerdo; estos tamales se elaboran con camarón fresco y se rellena con un guiso de camarones preparados con chile ancho y guajillo, jitomate, comino, pimienta y ajo; también se pueden preparar con camarón seco.
Tlaxtihuilli (tixtihuil) o caldillo de camarón	De origen prehispánico, consiste en atole de maíz, polvo de camarón y chile.
Quesadillas de maíz morado	Son preparadas por la población <i>nixárika</i> que vive en la ciudad de Tepic; además de queso, en su interior pueden llevar relleno de pollo en mole, chiles en rajas, carne con papas o picadillo de res.
Pipián de pepitas de calabaza	Es un guiso prehispánico base de pollo con una salsa hecha de pepitas de calabaza, las cuales deben estar tostadas y molidas.
Istete	Es un postre típico de la ciudad de Tepic; está hecho a base de miel de abeja, nuez, almendra, limón, leche, cacao y especias.
Jocoixtles	Es una frutilla típica de la región que se prepara con piloncillo, en agua fresca o tepache.
Tejuino	Es una bebida prehispánica elaborada a base del maíz; se puede encontrar en todos los rincones del estado.

Fuente: Elaboración propia.

3.2.2.3. Costumbres y tradiciones

Tabla 7. Patrimonio inmaterial de la ciudad de Tepic: costumbres y tradiciones

Evento	Descripción
Feria Nacional de Tepic	Se festeja durante marzo y tiene su origen el 26 de octubre de 1989.
Caminata a El Pichón	El 12 de diciembre de cada año, miles de peregrinos de la región, así como de otros estados y países, se reúnen en la ciudad de Tepic para hacer una caminata de cinco kilómetros para visitar el santuario de la Virgen de Guadalupe en El Pichón.

Fuente: Elaboración propia.

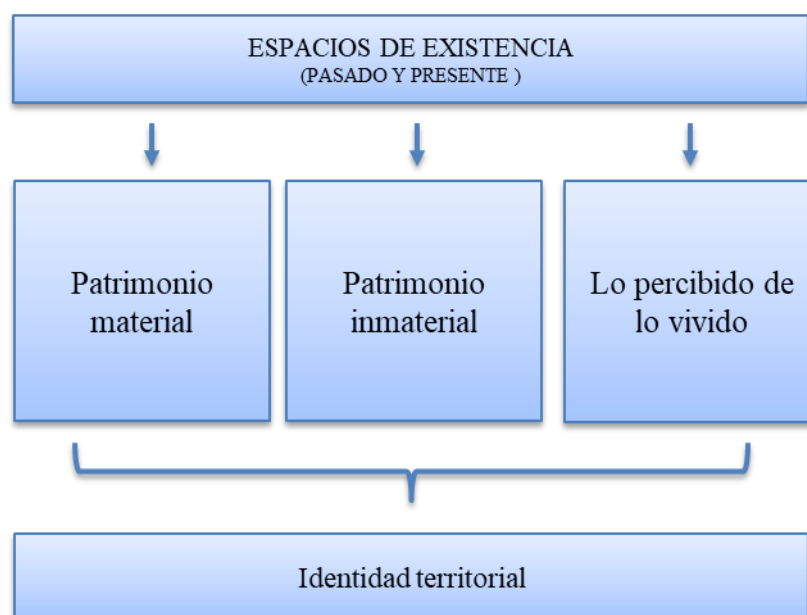
4. Resultados. Propuesta integral de la Marca Territorial

Se presenta la siguiente propuesta integral (Figura 2) con apoyo de los resultados, en alianza con las nociones teóricas de Santos (1996a) quien asevera que los espacios se conforman de una memoria y rugosidad; es decir, el espacio construido de los procesos de acumulación y supresión. Así como, la apuesta de Souza (2019) quien insiste que al momento de un proceso de preservación del patrimonio se deben considerar las trayectorias anteriores y presente de aquellos que viven un territorio. En conjunto con el planteamiento de Lorente (2014) y Ramírez (2011) de comprender la

identidad como la construcción relacional entre los habitantes y su espacio.

Esta propuesta se compone de los espacios de existencia donde se genera la relacionalidad entre los ciudadanos y sus entornos por las experiencias vividas desde el pasado hasta el presente. Tal relacionalidad estimula la composición de los patrimonios material e inmaterial y las formas de percibir lo vívido que en conjunto abonan elementos para la coproducción de una identidad territorial con mayor sensibilidad a los rasgos de un territorio donde se entreteje la vida material y subjetiva desde la cotidianidad de las personas (Figura 2).

Figura 2 – Propuesta integral de Identidad Territorial



Fuente: Elaboración propia.

4.1. Datos de identificación y demográficos

La aplicación de los cuestionarios se realizó entre diciembre de 2021 y febrero de 2022; el instrumento fue impreso para registrar las respuestas de habitantes de Tepic a partir de treinta años e incluso con 66 o más años de edad. Los cuestionarios se aplicaron a un total de 384 personas, de las cuales el 56% corresponden al sexo femenino y 44% al masculino, esto es 215 y 169 habitantes, respectivamente.

El 21% de los encuestados mencionó tener de 1 a 5 años de residencia en la ciudad, porcentaje mayoritario en la encuesta; mientras que solo el 13% mencionó tener 31 años o más viviendo en Tepic. Esto demuestra que la capital nayarita es un punto de concentración territorial y cultural donde también habitan y conviven personas de otros sitios lo cual exhibe una composición multicultural importante para interpretar la riqueza del territorio.

4.2. Patrimonio material

Dentro de los espacios físicos considerados como patrimonio cultural material por la población encuestada se registraron principalmente la Catedral (22.82%), La Loma (14.32%), el Templo y el exConvento de la Cruz de Zacate (7.75%). Estos espacios son centros donde se ejecutaron las actividades de reunión social, de culto, política y recreación; han sido espacios donde históricamente se producen prácticas que inciden en la coproducción de diversas territorialidades. Para Milton Santos (2005) los usos del territorio se deben a las dinámicas de los lugares, el espacio a acontecer, estas actividades definen usos y generan valorizaciones de múltiples naturalezas porque presuponen existencias y coexistencias y espacios de construcción política. Estos elementos materiales y patrimoniales representan parte del sistema de signos como referentes que han consolidado una identidad cultural instituida como signo de la ciudad tepicense y que al final comunica lo vivido y lo percibido.

Cuando se exploró sobre las razones por las cuales eligieron dichos elementos, las respuestas fueron “los conozco” (32.59%), “los he visitado” (20.58%) y “sé acerca de su historia” (17.64%). Esto se asocia con la propuesta de Torres (2016) en su trabajo sobre “el espacio social sobre las representaciones del espacio o el espacio concebido”, debido a que la Catedral, La Loma y el Templo y exConvento de la Cruz de Zacate están vinculadas a las relaciones de producción, a la constitución política y religiosa del Estado y al “orden” que imponen esas relaciones,

estos son: los códigos, símbolos, el conocimiento, los signos, entre otros que se comparten en una sociedad y cuyos miembros relacionan con sus experiencias y formas de vida.

4.2.1. Patrimonio inmaterial

La segunda categoría corresponde al patrimonio inmaterial, que es el patrimonio intelectual y el sentido que hace única a una comunidad, como las tradiciones, la gastronomía, la herbolaria, la literatura, las teorías científicas y filosóficas, la religión, los ritos y la música, así como los patrones de comportamiento que se expresan en las técnicas, la historia oral, la música y la danza (Secretaría de Cultura, 2022).

En el caso del presente trabajo, se exploró a partir de la consulta sobre los personajes importantes, la gastronomía, las costumbres y las tradiciones alegóricas de la ciudad. Dentro de los personajes que fueron mencionados como icónicos, Amado Nervo (45.5%) y Juan Escutia (36.76%) consiguieron la mayoría de votos; sin embargo, Manuel Lozada (12.98%), también conocido como el Tigre de Álica, obtuvo una cantidad considerable de votos, por tanto es un personaje a considerar al igual que los dos mencionados anteriormente.

En este apartado donde ciertos personajes históricos fueron considerados como máximos representantes de la Ciudad de Tepic es importante traer a discusión la propuesta de Milton Santos (1996a) quien señala la forma en que determinados lugares se ven resignificados por el pasado, y los denomina asperezas del territorio como: “lo que queda del pasado como forma, espacio construido, paisaje, lo que queda del proceso de supresión, acumulación, superposición, con que las cosas se reemplazan y acumulan por doquier” (Santos, 1996a, p. 113). El autor señala que el trabajo ya hecho se impone sobre el trabajo por hacer, es decir la división territorial se basa en divisiones anteriores, la división social del trabajo no puede explicarse sin explicar la división territorial que a su vez depende de formas heredadas, los personajes ilustres permanecen en el presente como parte del acervo patrimonial, ¿y qué hay de lo vivido o las formas remanentes hasta el presente? como lo expone Souza (2019).

Para los encuestados el motivo de elección de los personajes fue debido a que son dignos representantes de la ciudad por sus actos o colaboraciones; mencionan que conocen sobre ellos por las acciones y logros que hicieron por la ciudad primordialmente, pero también porque sus padres o abuelos les platicaron acerca de ellos. Al respecto,

Figura 3 – Panorámica del Templo y el exConvento de la Cruz de Zacate



Fuente: Fotografías de Pacoavivar Photography, julio de 2019.

Figura 4 – Poeta Amado Nervo



Fuente: Fotografía de la Secretaría de Educación Pública, Gobierno de México, agosto 2016.

Alvarado & López (2018) explican que el patrimonio inmaterial se consolida con el cúmulo de creencias, ideas e impresiones. Tal es el caso de estos personajes famosos que a partir de sus logros y hazañas son dignos ejemplos a seguir; estas creencias le dan sentido a la comunidad y han sido transferidas de generación en generación.

Por otro lado, los platillos que se consideraron representativos de la gastronomía de la ciudad fueron: el tejuino, bebida preparada a partir del maíz, y los tamales de camarón, seguidos por las quesadillas de maíz morado y el istete. Dicha elección está asociada a un patrimonio biocultural, un concepto que, a diferencia del patrimonio cultural inmaterial, provee a los pueblos originarios de simbolismos recíprocos, creando vínculos que conectan a un determinado territorio con sus pobladores ancestrales (Haro & Martínez, 2019); en este caso el maíz es un cultivo de alta importancia nutricional y biocultural en todo el Estado. Además, tanto el tejuino y las quesadillas de maíz morado están vinculados a la cultura *nixárrika* o huichol (Figura 5).

Cuando se interrogó sobre si la gastronomía forma parte de la identidad de un lugar, los entrevistados mencionaron que sí. En conjunto con la interrogante de por qué lo consideran así, las respuestas exhiben que la gastronomía representa la cultura de un lugar, es decir sus tradiciones, costumbres, vivencias, entre otros; enseguida mencionaron que también representa los saberes históricos de la ciudad, seguido del sentido de pertenencia. La gastronomía da cuenta de la correspondencia entre el entorno ambiental y los modos de vida de los habitantes, esta amalgama crea sentidos de pertenencia que estimulan la construcción de una identidad a partir de la relacionalidad con las fuentes materiales de vida;

dimensiones que permiten la producción y reproducción de la vida (Pelayo, 2022).

Tales argumentos resaltan el potencial biocultural de la gastronomía como dispositivo aglutinador de un acervo cultural y biológico, con gran alcance y significación para las y los ciudadanos tepicenses: manifiesta un vínculo que da sentido de pertenencia a los pobladores con respecto a las prácticas y los saberes socioculturales incrustados en un entorno ecológico. Esta construcción relacional lleva consigo la composición de una identidad territorial (Ramírez, 2011).

Con relación a las principales costumbres y tradiciones de la capital nayarita, la más mencionada fue asistir a la peregrinación a la comunidad de El Pichón el 12 de diciembre a celebrar el cumpleaños de la aparición de la Santa Patrona del lugar, seguida de la celebración del Día de Muertos en el Panteón Hidalgo, donde suele haber concursos de altares de muertos, decoración de tumbas, cuentacuentos. Cabe resaltar que esta actividad es reciente y se ha venido dando a cabo conforme las tendencias culturales de la ciudad y las aspiraciones de los ciudadanos. Tal como lo expresa Santos (2005) que en un territorio siempre hay nuevos cortes que se agregan a la antigua categoría llamada región como fruto de la nueva construcción del espacio y del nuevo funcionamiento del territorio a partir de lo que es la ciudadanía.

Los personajes icónicos de Tepic, su gastronomía, las costumbres y tradiciones son la esencia en la consolidación de la marca territorial que refleja cómo a partir del espacio vivido los tepicenses han configurado sistemas de percepción sobre ciertos significantes como referentes que potencian una entidad inmaterial, estableciendo un sistema de signos que al final comunican rasgos identitarios.

Figura 5 – Sembradíos de maíz



Fuente: Fotografías propias, septiembre de 2017.

Figura 6 – Tejuino



Fuente: Fotografía de SAGARPA, septiembre de 2018.

4.2.2. Lo percibido de lo vivido

La tercera categoría consiste en explorar los componentes que aluden al espacio percibido y vivido; lo percibido significa la imagen que del territorio tienen una persona o un grupo de personas, de acuerdo con sus creencias, opiniones e impresiones (San Eugenio Vela, 2013), así como, con los colores, etnias y espacios que los ciudadanos relacionan con la ciudad. Y lo vivido integra simbolismos frecuentemente codificados con base a la vinculación de la vida social (Torres, 2016).

Los ciudadanos mencionaron aquellos colores con los cuales relacionan a Tepic, los cuales fueron el verde (24.81%), rojo (18.86%), amarillo (16.98%) y azul (12.33%); el verde lo relacionan con la naturaleza abundante en la ciudad y alrededor de ella; el rojo y amarillo lo relacionan con el escudo del Estado, las artesanías y el traje típico de la etnia *wixárika*, mientras que el azul lo relacionan con la

Universidad Autónoma de Nayarit (UAN), ya que mencionan que es la máxima casa de estudios y un símbolo de la ciudad. Se observa que los ciudadanos perciben su entorno desde sus vivencias e interrelación con el mismo (Torres, 2016) dando cuenta que los colores y los lugares mantienen una estrecha relación al momento de apreciar los valores abstractos, simbólicos y personificables de un lugar. Apelando a la propuesta de Santos (2005) el territorio, en este caso la identidad territorial puede estar en lugares contiguos, es decir la vivencia dentro de la ciudad se desarrolla en diversos microespacios donde se llevan a cabo territorialidades específicas.

Cuando se interrogó si la ciudad es *nayeri* o *wixárika* (coras y huicholes); al respecto, un 47.52% mencionaron que la ciudad es tanto *naayeri* como *wixárika* a pesar de que estos últimos pertenecen sobre todo al estado de Jalisco y no al de Nayarit; el 25.61% mencionaron que la ciudad es *wixárika*, ya que el traje típico del estado es el de dicha etnia.

Figura 7 – Tamales de camarón o barbudos



Fuente: Fotografía de Recorriendo mi Tierra, agosto de 2020.

Figura 8 – Panorámica de la Universidad Autónoma de Nayarit

Fuente: Fotografía de Oscar Verdín, agosto de 2019.

Los habitantes mencionaron aquellos espacios que consideraban los lugares más bellos que podrían funcionar como potenciador turístico, independientemente de que sean o no considerados patrimonio material; los lugares principalmente mencionados son la Plaza de Armas, La Loma, y la Catedral estos lugares deben ser considerados como activos importantes del sector turismo y el sentido de pertenencia de los ciudadanos. Dado que expresan factores como la idiosincrasia del lugar y la representación simbólica (Lorente, 2014). Así como el espacio es un lugar dinámico con transformaciones constantes, la identidad no puede ser estática y quedar exenta de cambios. Al contrario es un repositorio de multiplicidades complejas que se van reconfigurando conforme pasa el tiempo y el contexto.

Así pues, es de vital importancia considerar la percepción de los habitantes de la ciudad de Tepic sobre el patrimonio desde la vivencia del entorno geográfico hasta la subjetivación de los mismos. Se necesita recuperar elementos de la identidad territorial al momento de co-generar alguna propuesta de patrimonialización, a fin de evitar el territorio como una norma, cuyos lugares son privilegiados, jerárquicos donde se viven desigualdades espaciales y donde se ve el territorio como un recurso (Santos, 2005; Souza, 2019). La aspiración de este artículo de la inclusión de la identidad territorial va de la mano de la propuesta de Souza (2019) para unificar la aspereza y la memoria a la luz del concepto de rugosidad de Milton

Santos(1996) para explicar la complejidad de un territorio en un contexto de modernidad alimentada por la ideología del consumo y la mercantilización turística.

5. Conclusiones

La exploración de la composición del patrimonio y el territorio a partir de la identificación de lo vivido, y lo percibido de los propios habitantes, revela atributos del sentido común de la experimentación del habitar la ciudad de Tepic y cómo esta experiencia relacional reproduce lugares y momentos que tienen un sentido y representación vinculante entre los mismos actores que provienen de identidades heterogéneas. En este intercambio de significados, se van componiendo social y culturalmente estilos de vida que dan cuenta de cómo se entreteje la vida material y subjetiva desde la cotidianidad y la relación espacial.

Tal acervo aporta evidencia y nuevas rutas teórico-metodológicas que abordan los estudios de marca territorial e identidad territorial, desde un enfoque incluyente y sensible que ofrece en mayor medida rasgos tangibles e intangibles del patrimonio cultural y experiencial de los habitantes para desarrollar planes de *marketing* éticos y situados para reforzar la economía y el turismo de la ciudad, mediante instrumentos de promoción turística que resalten y fortalezcan las particularidades genuinas de la ciudad de Tepic para propósitos de promoción consciente y políticas públicas.

En tanto el análisis a escala humana se concluye que los ciudadanos reconocen su patrimonio material e inmaterial; dan información sobre sus trayectorias vivenciales de gran valor al momento de relocalizar las marcas territoriales, esto es rescatar la condición relacional entre las condiciones ambientales y paisajísticas en la triada de identidad, pertenencia y tradición como componentes que se retroalimentan y se componen constantemente, es uno de los encuentros más oportunos e importantes para la apuesta de una marca territorial más democrática e inclusiva.

Es imperativo resaltar que determinadas matrices culturales tienen su punto de origen en la constante vinculación entre los habitantes con las condiciones geográficas y ecológicas del estado, como en el caso de la gastronomía; esta asociación y dependencia dicta que reconsiderar los elementos contextuales y biofísicos en correspondencia con las costumbres y estilos de vida de los habitantes es un requisito esencial cuando se desea hablar del patrimonio, territorio e identidad, es decir las “rugosidades de un territorio”.

Considerar estas condiciones es una elección potencial para la marca territorial, debido a que promueven la construcción identitaria entre los habitantes con relación a la ciudad donde viven, y pese a que la incidencia de registro de algunos elementos patrimoniales fuera alta o baja se concluye que todos son generadores de identidad y de sentido de pertenencia, debido a que fueron mencionados por los actores locales que habitan la ciudad de Tepic, quienes conocen a mayor profundidad las condiciones que conforman la sustancia de la capital.

Encontrar un sentido alto de identificación de los habitantes con su territorio impactó de forma positiva en el desarrollo de la marca territorial, debido a que surgieron otros datos cualitativos que permitieron incrementar su dimensión. Esta búsqueda arrojó nuevas rutas e información que potenciaron la composición de la marca territorial, lo que puede ser viable en la promoción y atracción de la ciudad de Tepic de manera más sensible a sus particularidades. También se torna más incluyente con las condiciones endémicas tangibles e intangibles del patrimonio cultural y la experiencia de los habitantes que participaron como co-productores del espacio para desarrollar planes de *marketing* en vías de reforzar la economía y el turismo de la ciudad.

Una marca territorial bajo la propuesta teórica y metodológica como la propuesta integral de Identidad Territorial que propone este estudio puede ser un prototipo más democrático, situado y justo a las verdaderas condiciones del espacio, dado que las respuestas vienen de los verdaderos actores locales que día a día conviven y cohabitan el entorno y además han desarrollado una diversidad de formas territoriales, de apropiación y pertenencia.

La marca territorial Tepic puede ser una oportuna propuesta porque unifica el componente cultural y ambiental; además, es un repositorio donde el patrimonio biocultural tomó un lugar importante en la conformación de esta insignia, lo cual refuerza la consigna sobre la protección del entorno y la gran influencia del mismo en la matriz cultural de los tepicenses.

6. Contribuciones de los autores:

José Gómez Pérez: conceptualización; metodología; análisis formal; investigación; trabajo en campo escritura original, preparación del borrador; redacción del cuerpo original.

Mariana Betzabeth Pelayo Pérez: conceptualización; metodología; análisis formal; preparación del borrador; redacción – revisión y edición; curación de datos.

7. Referencias bibliográficas

- Alvarado, I. & López, A. (2018). Turismo, patrimonio y representaciones espaciales. Introducción a una reflexión necesaria. En I. Alvarado & A. López (Ed.). *Turismo, patrimonio y representaciones espaciales* (pp. 15-24). Tenerife: PASOS-RTPC.
- Arévalo, J. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60(3), 925-956. <https://acortar.link/X9kAx9>
- Ashworth, G., & Voogd, H. (1990). *Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*. London: Belhaven Press.
- Borrini, H. (2007). Identidad territorial. *Nordeste*, (26), 109-111. <https://revistas.unne.edu.ar/index.php/nor/article/view/2599>
- Costa, E. (2011). *Totalidade urbana e totalidade-mundo. As cidades coloniais barrocas face à patrimonialização global*. (Tese de Doutorado em Geografia Humana). Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Gómez, J. (2021). *Marca Territorial Tepic: patrimonio, tradición e identidad*. (Tesis de Licenciatura en Comunicación y Medios). Universidad Autónoma de Nayarit, México.

- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of Grounded theory: Strategies for qualitative research*. New York, United States of America: Aldine Publishing.
- Haesbaert, R. (2013). Del mito de la desterritorialización a la multiterritorialidad. *Cultura y representaciones sociales*, 8(15), 9-42. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102013000200001&lng=es&tlng=es.
- Haro, J., & Martínez R. (2019). *Patrimonio biocultural y despojo territorial en el río Mayo: los guarijios de Sonora y el proyecto de presa Los Pilares-Bicentenario*. México: Colson.
- Hernández, C. (2000). *Volcanes*. Colegio Las Hayas. http://red.ilce.edu.mx/sitios/tabletas/asignaturas/PA7_YY_B0_IN_00012/sangan_guey.htm
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Huertas, A. (2011). Las marcas turísticas de destinos. En E. Vela (Coord.). *Manual de comunicación turística: De la información a la persuasión, de la promoción a la emoción* (pp. 75-84). Barcelona: Documenta Universitaria.
- INEGI (2020). *Censo de población y vivienda 2020*. https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/default.html#Resultados_generales
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing.
- Lorente, M. (2014). *La pérdida de identidad ante el crecimiento urbanístico en el área metropolitana de Sevilla* (Tesis de Doctorado). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Malhotra, K. (2004). *Investigación de mercados*. México: Pearson Education.
- Pelayo, M. (2020). *Reconfiguración de modos de vida, mecanismos de respuesta local y procesos emergentes de gobernanza ambiental de comunidades aledañas a presas hidroeléctricas en el Río Santiago, Nayarit, México*. (Tesis de Doctorado en Ciencias de la Sostenibilidad). Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Pelayo, M. (2022). Micropolítica de las resistencias comunitarias frente a megaproyectos hidroeléctricos en México. *PatryTer*, 5(9), 34-53. <https://periodicos.unb.br/index.php/patryter/article/view/35721>
- Ramírez, F. (2011). Construir identidad territorial: una posibilidad en la enseñanza y aprendizaje de la ciudad. *Revista Geográfica de América Central*, 2, 1-5. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=451744820103>
- Ramos, R. (2016). *La conformación del espacio urbano de Tepic como capital del Séptimo Cantón de Jalisco*. (Tesis Doctoral). Universidad Autónoma de Nayarit, México.
- San Eugenio Vela, J. de. (2013). Fundamentos conceptuales y teóricos para marcas de territorio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (62). <https://doi.org/10.21138/bage.1575>
- Santos, M. (1996a). *A Natureza do Espaço. técnica e tempo-razão e emoção*. São Paulo: HUCITEC-EDUSP.
- Santos, M. (1996b). *Metamorfosis del espacio habitado*. Barcelona: Oikos-tau.
- Santos, M. (2005). O retorno do território. *Observatorio Social de América Latina*. 6(16). <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/osal/osal16/D16Santos.pdf>
- Secretaría de Cultura (2022). *Patrimonio material e inmaterial*. <https://sc.jalisco.gob.mx/patrimonio-cultural>
- Souza, M. (2019). Territorio usado, rugosidades e patrimonio cultural: ensaio geográfico sobre o espaço banal. *PatryTer*, 2(4), 1-17. <https://doi.org/10.26512/patryter.v2i4.26485>
- Tobi, F. (2005). Gender and the City: The different formations of belonging. *Journal of Gender Studies*, 14(3). <https://doi.org/10.1002/9780470996898.ch17>
- Thomé, H. & Sánchez, J. (2018). La relación entre marca territorial y desarrollo local: estudio de caso de una comunidad matlatzinca en el altiplano central mexicano. *Agroproductividad*, 11(8), 117-122. <https://cutt.ly/YCtySoT>
- Torres, F. (2016). Henri Lefebvre y el espacio social: aportes para analizar procesos de institucionalización de movimientos sociales en América Latina-La organización Barrial Tupac Amaru (Jujuy-Argentina). *Sociologías*, 18(43), 240-270. http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.9263/pr.9263.pdf