

158
201



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

SISTEMA DE UNIVERSIDAD ABIERTA

LA COMUNICACION COMO MEDIO PARA
ENLAZAR A LA COMUNIDAD DE CULHUACAN CON
SU CENTRO CULTURAL

T E S I S A

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A :
GUADALUPE SANCHEZ ESPINOZA

ASESORA: PROFESORA ROSAMARIA VALLES

CIUDAD UNIVERSITARIA.

1997.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**Dedico esta investigación
a quienes me apoyaron en su elaboración.
Especialmente a mi padre, mis hermanos
y a la memoria de ESPERANZA, mi madre.
Gracias a todos ellos.**

**A Espartaco, por la complicidad
que existe entre los dos.**

INDICE

Introducción	3
1. Comunicación y Cultura.	
1.1. La comunicación en un proceso social.	6
1.2. Conceptos de Cultura.	8
1.3. Sentidos de la Cultura.	10
1.4. Lugares para proyectar la cultura (Centros Comunitarios).	14
2. La actividad cultural en la Ciudad de México.	
2.1. Caracterización del quehacer cultural en la ciudad.	17
2.2. Instituciones que dirigen la cultura en México.	20
2.3. Zonas específicas que concentran la actividad cultural en la ciudad.	22
3. Historia de Culhuacan y del Centro Comunitario Culhuacan.	
3.1. Breve historia de Culhuacan.	27
3.2. Aspectos Culturales.	30
3.3. Funciones del Centro Comunitario Culhuacan.	34
3.4. Diagnóstico actual del Centro Comunitario.	37
4. Comunicación alternativa entre el CCC y la Comunidad de Culhuacan.	
4.1. La comunicación parte fundamental en el desarrollo cultural de Culhuacan.	41
4.2. Proyecto de una comunicación alternativa entre la comunidad y el CCC.	42
RESULTADOS	46
BIBLIOGRAFIA	49

INTRODUCCION

Ante el desmedido crecimiento demográfico de la Ciudad de México, la gran variedad cultural que en ella converge, se ha vuelto un problema interesante de examinar. Este tema tiene varias vertientes y, por lo mismo, diferentes disciplinas dedicadas a estudiarlo, tales como la antropología y la sociología. Existen, además, distintos enfoques y objetivos con los que se ha querido ver la actividad cultural.

En este caso, el enfoque será el de las **Ciencias de la Comunicación**, buscando guiar el estudio por caminos que permitan establecer vías de intercomunicación entre una comunidad y el Centro Comunitario Culhuacan (CCC), espacio que además de ser el foro para el quehacer cultural más importante del oriente de la Ciudad (Iztapalapa, Iztacalco y parte de Coyoacan), es un Monumento histórico del siglo XVI perteneciente al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

EL C.C.C tiene como objetivo y obligación servir no sólo como sede, sino como promotor y hacedor de la cultura en el pueblo de Culhuacan y sus alrededores.

En este sentido, el objetivo central de este estudio es reconocer los **canales de comunicación** adecuados entre la comunidad y el Centro Comunitario, con el fin de rescatar, promover y crear la cultura propia de la región.

Para realizar el trabajo, consideramos destacar en principio la importancia que tiene la comunidad como parte básica en la transmisión y preservación cultural, así como de las formas de emisión de los mensajes y los códigos en los que este proceso social debe darse. Más adelante se revisan diversos conceptos

de cultura, pues el problema surge sin duda, de los diferentes enfoques y maneras de concebirla.

Pareciera que el tipo de cultura que se consume y se crea en la Ciudad de México responde a los intereses particulares de quienes dirigen institucionalmente esta actividad. Con ello, se dejan de lado factores que cohesionan a una comunidad y lo más lamentable, no se establece una **intercomunicación** entre la población y los "hacedores" de la cultura. Sólo se camina en la dirección que imponen quienes establecen los lineamientos de cómo hacer cultura y, por lo mismo, su postura impera.

En este caso el estudio se concentra en Culhuacan, pueblo que sobrevive aun cuando la urbanidad lo ha envuelto poco a poco y a pesar de la modernidad que lo agobia, resiste y sigue conservando las tradiciones y costumbres que lo identifican.

Por ejemplo, aun existen las mayordomías (encargadas de organizar las fiestas del santo de la región); tiene un mercado donde se encuentran productos del lugar; remedios para todo tipo de males; se practican curaciones con base en la herbolaria; han logrado subsistir las parteras (quienes son auxiliadas por la Secretaría de Salubridad), etc.

Estos son algunos de los aspectos básicos para entender el tipo de cultura que se produce en la zona y para señalar la necesidad de que el CCC no sea sólo un **anexo** de la zona donde se concentra la "actividad cultural". A propósito, Nestor García Canclini en su libro *El consumo cultural en la Ciudad de México*, da un diagnóstico: "es sólo un triángulo donde se concentra la actividad cultural en la Ciudad de México, que va de Chapultepec, (al) Centro histórico y Coyoacan..."

Esto significa que existe la necesidad de extrapolar los centros culturales a lo largo y ancho de la Ciudad, cada uno con las características propias de su región.

Así pues, si se pretende acceder al pensar y al sentir de la comunidad debe ser por medio de rescatar y preservar lo que les pertenece y los identifica- las fiestas tradicionales- lo cual permite construir paralelamente una nueva manera de entender y hacer cultura, **desde la perspectiva de la comunicación**, que el pueblo tenga la posibilidad de demandar y proporcionar mensajes, convirtiéndose en interlocutor de sus propias vivencias y percepciones y pretendiendo llegar a un punto en el que el C.C.C sea sólo el medio -el canal- de expresiones culturales de la comunidad, forjando así un desarrollo con base en una historia específica, la del mismo pueblo de Culhuacan.

En la tesina, también se revisó lo que actualmente está realizando el CCC como actividad cultural. Finalmente, se desarrolló un proyecto que busca exponer la manera en que debe desarrollarse un sistema de comunicación que vincule a la comunidad con el CCC.



1. COMUNICACION Y CULTURA

1.1. La comunicación en un proceso social.

Hablar de comunicación implica remitirnos a cualquier tipo de relación existente en la vida cotidiana del ser humano como ser social, implica además, hablar de "un proceso social fundamental... para la comprensión del comportamiento humano"¹ y de una de sus mayores realizaciones: la cultura.

Para relacionar cultura y comunicación hay varias vertientes y maneras de abordar el tema. Así, en el caso que aquí se estudia, la comunicación tratará de contribuir a un mejor entendimiento entre una comunidad y su Centro Cultural, considerando la necesidad de cualquier pueblo, de tener un espacio de esparcimiento y conocimiento sobre si mismo.

Para lograr este objetivo, es necesaria la existencia de una vía para intercambiar información (que gire en torno a un medio ambiente específico). Además, "se necesita una forma de socializar a los nuevos miembros de la sociedad"², puesto que estos no alcanzarían a conocerse a si mismos y, mucho menos su entorno.

Entendemos como parte del entorno la base cultural de cada región, la cual si se inculca o se muestra, no estará sometido al interés de otros (los cuales pueden ser ajenos), sino encontrará una identidad que auxilie en el ser consciente de la realidad, permitiendo que "lo que se tenga se sea" y propiciando que cada

¹Wilbur Schramm. *La ciencia de la Comunicación humana*. México: Roble. 1975, p. 12

²Ibidem. p. 24

individuo "colabore con su grupo de clase para modificar la estructura económica y social que lo oprime"³.

De tal forma, resulta importante al individuo no sólo reconocerse en el grupo al cual pertenece, sino entender que requiere de una participación a través de la cual se "involucre sin ser un espectador" y así permitirse conocer sus valores socioculturales.

En este sentido, es menester tener en cuenta la necesidad de un centro cultural para propiciar este proceso de comunicación y cultura. Es ahí en donde se cuenta con los conocimientos, las herramientas y el ámbito físico para otorgarle a la comunidad, un espacio donde pueda dialogar, discutir problemas comunes, expresarse por medio de actividades manuales, talleres u otras que a ésta le parezcan idóneas. El objetivo es claro: rescatar y promover su propia cultura y hacerle frente a políticas culturales modernas, que buscan englobar todo en un marco donde la cultura se ha reducido a ser sólo mercancía.

MANERAS DE CONCEBIR LA CULTURA

Este capítulo fue concebido para precisar el concepto de cultura, lo cual servirá de apoyo para entender el quehacer del Centro Comunitario Culhuacan (CCC) y todo los factores que conforman a Culhuacan como pueblo.

Además, se revisarán otros conceptos que de alguna manera se han utilizado en trabajos del quehacer cultural, con el propósito de compararlos e identificar el que más se acerque al objetivo de esta investigación: crear una

³ Carmen Millé Moyano. *La necesidad de Comunicarse*. México: Edamex, 1993, p 18

particular forma de concebir la cultura en Culhuacan, y destacar los lazos comunicativos entre la población y su Centro Comunitario.

1.2. CONCEPTOS DE CULTURA.

La palabra cultura tiene sus orígenes en "el verbo latino colere (que) designa tanto el acto de cultivar la tierra como de honrar, rendir culto, especialmente a los dioses"⁴ lo cual nos remite al quehacer cotidiano, "que incluye conocimientos, creencias, arte, ley, moral, costumbres, hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad".⁵

Por otra parte, Malinowski concibe el término cultura desde el punto de vista del funcionalismo, al estudiar su "uso" y su "función". En tal sentido, afirma que "la cultura comprende los artefactos heredados, los bienes, los procesos técnicos, las ideas, los hábitos, los valores, incluyendo la organización social".

Con esta definición se entiende que no se trata de remitir el bastón al museo, sino de estudiar todo lo que sucedió en su entorno, la función que éste haya desempeñado, ya sea para un culto religioso o para sostener a los ancianos. Así, Malinowski le da importancia a todos los matices que existen entre el objeto y su uso.

Por lo tanto, para este estudioso es necesario tomar a la cultura "como equivalente a herencia social o conjunto de fuerzas que inciden en el individuo nacido en una sociedad determinada "incluyendo las instituciones, las actividades,

⁴ Ezequiel Ander Egg. "Acerca de la noción de cultura" en *Plan de formación de animadores de las culturas populares*, México: CONACULTA, 1992, p23

⁵ R. Firth, Ed. Atal. "Conceptos de cultura" en *Hombre y cultura, la obra de Bronislaw Malinowski*, México: Siglo XXI, 1981, p20

los grupos sociales y las creencias";⁶ las cuales forman un todo y se convierten en condiciones para el individuo que nazca y se desarrolle en un grupo social.

Para Alfred L. Kroeber "la mayor parte de las reacciones motoras, los hábitos, las técnicas, ideas y valores aprendidos y transmitidos -y la conducta que provocan-" constituyen la cultura. Se trata, además, de un "producto especial y exclusivo del hombre, y es la cualidad que lo distingue en el cosmos".⁷

Hasta aquí se han citado conceptos de cultura que definen de manera global sus significado o representación. Citemos ahora a Leslie A. White quien resume la cultura como "términos de cosas reales, directa o indirectamente observables en el mundo real en que vivimos".⁸

Bien, ahora diremos que para Alfonso Reyes "la cultura es una suma de emociones, pautas e ideas cuya resultante y cuyo criterio de valuación es la conducta humana..."⁹

Sin embargo, para el presente estudio es importante no sólo definir la palabra cultura -como lo hemos hecho-, sino ubicar su orientación y sentido, de tal modo que se refiera a cuestiones más locales y aplicables, lo cual nos remite al siguiente apartado: Sentidos de la cultura.

⁶ *Ibidem.* p 21

⁷ J.S Kahn. *Conceptos de Cultura, textos fundamentales.* Barcelona: Anagrama. 1975, pp 8-9.

⁸ *Ibidem.* p 154

⁹ Elsa Cecilia Frost. *Las categorías de la cultura mexicana.*, México: UNAM. 1990, p 42

1.3. SENTIDOS DE LA CULTURA.

Aquí se mencionarán las maneras en que se ha orientado el quehacer cultural y se verá cómo a pesar de tantos conceptos escritos acerca de la cultura, se ha caldo en convertirla de un un todo relacionado con las actividades, creencias y tradiciones del ser humano, a ser una actividad exclusiva de unos pocos, la de los "cultos". Es decir, a la cultura se le ve y se le aborda desde diferentes formas y niveles. Dentro de estos últimos cabe destacar los siguientes:

a) Sentido artístico: "manifestaciones particulares del espíritu humano, filosofía, música, teatro, literatura, escultura, pintura" y demás expresiones artísticas (llamadas actividades culturales)

Esta concepción es la predominante, a tal grado de parecer lo único que pudiera ser cultural, y lo podemos observar en todo el quehacer de las instituciones dedicadas a esta actividad. Es una "cultura cultivada" donde pareciera sólo los artistas tienen cabida, generándose una cultura de élite pues no toda la población tiene las herramientas para acceder a los trabajos presentados por estos "artistas". La mayoría de la población no encuentra elementos con los cuales identificarse y por lo mismo, no acude a verlos. Por lo tanto se vuelve una "cultura de ornato".

b) Sentido antropológico: "modos de vida, modelos de pensamiento y acción de pensar y de actuar, de producir y de consumir, el arte y la manera de vivir".¹⁰

Si bien aquí se trata de entender a la cultura de manera que podría creerse idónea, esto no es así, pues la realidad da cuenta de lo contrario: mientras la

¹⁰ Ezequiel Ander Egg, op. cit. p 26

cultura se ha reducido a un elemento de folklore, de almacenar y exhibir los artefactos en vitrinas, sin tener un contacto con los lugareños quienes tienen relación con estas piezas. Es decir, no se trata de rescatar el pasado y ponerlo en museos, sino de promoverlo y construir un presente. Esta posición nos regresa a la teoría de Malinowski, hay que darle su valor de "uso" y de "funcionalidad".

c) Como estilo de vida adquirido: un "patrimonio que todos han heredado, formas de ser, hábitos y normas de pensar heredadas". Claro que desde esta visión el nivel cultural no crece ni se desarrolla pues sólo se repiten patrones de conducta y de pensar.

d) Cultura de masas: Un producto más que resulta de la comercialización en el contexto de los medios de información y se convierte en una cultura de masas, "creada por los (mismos) medios de información... (de tal modo que) lo que transmiten no va dirigido a un receptor especial, sino se consume de manera masiva, y por lo tanto, resulta un cultura degradada".¹¹

Como ejemplo citemos lo ocurrido en el rito celebrado en noviembre a los muertos, en el pueblo de Mixquic en la delegación de Tláhuac. Se trata de un evento que pertenece sólo a los lugareños, por ser un día especial para recordar a sus respectivos difuntos. Y lo hacen a través de adornar el pequeño panteón con alimentos, flores, veladoras y música y allí permanecen toda la noche.

Los medios se encargan de promover a nivel masivo este rito, y lo hacen a través de diferentes patrocinadores, los cuales instalan sus grandes stands a lo largo de las estrechas calles. Al lado del panteón se instala un templete con enormes bocinas y se presentan espectáculos que rompen con la misticidad del

¹¹ *Ibidem.* p 27

rito, pues estos no van de acuerdo con lo que sucede allí adentro. Con esto, de alguna manera se falta el respeto a los familiares de los difuntos.

Así, para ese día asiste bastante gente, mucho más de la que puede albergar el pueblo. Además hay gran cantidad de puestos de comida. Aquello se vuelve una verdadera romería donde todo lo que a vendimia se refiere tiene cabida a partir de un sólo motivo utilizado: el rito a los muertos.

Lo mismo podríamos señalar con cada una de las fiestas tradicionales que aún sobreviven en la ciudad. Si bien ya son fiestas de muchos años de antigüedad, ahora los medios y la "intelectualidad" pretenden abordarlas e introducir las a la denominada "cultura popular".

e) Cultura popular o del pueblo: "se expresa en todos aquellos valores, normas de comportamiento, ideas, creencias, costumbres, expresiones artísticas... que están en la conciencia del pueblo y son expresadas por él". Otra definición es "aquellos fenómenos culturales que han surgido de la propia realidad del pueblo, que le corresponde directamente, que tiene su carácter de clase, que expresan sus intereses de clase".¹²

Ahora bien, ¿qué diferencia tienen estas definiciones del concepto general de cultura que ya se ha dado? ¿No tienen también elementos tales como: costumbres, valores, normas de comportamiento...? Por lo tanto es interesante ver cómo los estudiosos del tema clasifican la cultura abiertamente como "cultura popular", dando por hecho que existen otros niveles y formas de hacer cultura.

Lo lamentable es ver como los dirigentes de las instituciones que se dedican al quehacer cultural en México, no sólo clasificaron o diferenciaron a la cultura, al crear este término, sino que fueron incoherentes entre lo que entonces

¹² Ibidem. p 28

dijeron y lo que hicieron. Hablaron de "fenómenos culturales que han surgido de la propia realidad del pueblo, que le corresponde directamente...", y no obstante no hicieron nada para que esta realidad se materializara en el trabajo que desempeñaron y por el contrario generaron preguntas como las siguientes:

¿Por qué convertir los ritos en eventos masivos? ¿Por qué lucrar y convertir una fiesta tradicional -por ejemplo- en un simple producto comercial? ¿Cuándo entenderán que el festejo, la oración o de lo que se trate es de y sólo para el pueblo, para la comunidad?

En consecuencia, la misión de un promotor cultural en los pueblos, es en primer lugar, quitarse de su cabeza esa posición "de querer salvar al pueblo y (de) querer llevarle cultura". Su misión, por lo tanto, debería ser "descubrir las formas prácticas de dinamizar sus expresiones y su pensamiento dentro de un proceso de recuperación crítica de los auténticos valores del pueblo"¹³ para crear un enlace de comunicación que permita a la comunidad crear a través de su propia cultura.

Valorar la cultura de esta manera, como dice Ezequiel Ander Egg, es aprovecharla como cultura de creación de un destino personal y colectivo, como patrimonio que todos van creando, como formas de ser y de pensar proyectos hacia el futuro, como cultura abierta que toma en cuenta las vicisitudes de los integrantes de cierta comunidad, para crecer en un nuevo sentido. Esto no significa perder el pasado. Por el contrario, éste se actualiza en tradiciones vivas y en pleno desarrollo, porque es capaz de cambiar y de mantenerse en movimiento.

¹³ *Ibidem.* p 35

Esta idea de crear a través de la misma cultura y a partir de raíces propias, es la posición con la cual se queda este trabajo. Vale agregar finalmente que para cumplir con ese objetivo fueron creados los Centros Comunitarios, que son puntos de reunión y foros para que la comunidad exprese sus necesidades.

1.4. Lugares para proyectar cultura (Centros Comunitarios)

Los Centros Comunitarios (C.C.) son foros para que la comunidad exprese lo que necesita. Tienen su origen a partir de la idea de crear "una coherencia de las políticas culturales emanadas del Plan Nacional de Desarrollo" donde se marca la necesidad de "ampliar la participación democrática de los individuos, de los grupos y de las comunidades en el conocimiento, la creación y el disfrute de nuestra cultura"¹⁴

Según el proyecto original trazado por la Dirección General de Culturas Populares, un punto importante para la creación de los C.C. es regionalizar y desconcentrar los servicios culturales. Esto quiere decir que teóricamente, cada Centro debe formarse a partir de las demandas y las necesidades de la comunidad. Por lo tanto éstos podrán crearse en cualquier medio —ya sea indígena o no—, así como en medios urbanos o suburbanos, "lo que importa es definir con la mayor precisión posible cuál es el ámbito geográfico y los grupos populares que estarían bajo su cobertura"¹⁵

¹⁴Dirección Gral. de Culturas Populares, *Anteproyecto Gral. de Centros Culturales Comunitarios, 1987*

¹⁵*Ibidem.*

Para un mayor desempeño de los C.C. —de acuerdo con el proyecto citado— éstos deberán contar con el apoyo de otras instituciones, organizándose de manera que se facilite la autogestión comunitaria. Sus objetivos principales son:

- a) Impulsar la revaloración, afirmación, promoción y enriquecimiento de la identidad de la comunidad.**
- b) Desarrollar una nueva experiencia en la política de descentralización cultural que involucre a los organismos estatales y federales, que aseguren su continuidad institucional y al mismo tiempo incorporen activamente a los miembros de las comunidades.**

Es preciso y oportuno destacar que la razón de ser de un C.C se basa en la necesidad de ocupar un espacio geográfico y acercarse a una población a la cual debe servir. Esto se repite con el propósito de abrir un paréntesis para decir que el Centro Comunitario de Culhuacan, debería estar atento a lo que la comunidad de Culhuacan le requiera.

Ahora bien, de acuerdo al proyecto de la Dirección General de Culturales Populares, el perfil que deben cubrir los C.C es el siguiente:

1) Serán una instancia organizadora de los esfuerzos y los recursos culturales de los miembros de las comunidades y en ese sentido, un vehículo fundamental para estimular sus iniciativas.

2) Serán un espacio donde las autoridades tradicionales, las organizaciones comunales, los promotores culturales y otros representantes tendrán amplia participación en la definición del ritmo y la orientación de las actividades a realizar.

3) Por ello se procurará que la creación de los C.C. no sea planteada como una mera disposición oficial, sino más bien como una respuesta del Estado a las necesidades de la población.

4) Los C.C. deberán contar con una infraestructura que les permita funcionar en condiciones no tan precarias.

5) Deberá realizar un Memoria que permita registrar todo lo realizado en el Centro.

El interés de enunciar el perfil de los C.C. y sus objetivos, sirve para continuar esta investigación con el estudio particular del Centro Comunitario Culhuacan, el cual fue creado a partir de rescatar el monumento histórico (Ex-convento del Siglo XVI), en el cual fue ubicado el Centro, y simultáneamente promover la cultura propia de Culhuacan.

2. La actividad Cultural en la Ciudad de México.

2.1. Características de la actividad cultural que se desarrolla en la Ciudad de México.

La Ciudad de México, considerada la más grande del mundo, está conformada por un área metropolitana y una conurbada. En ella el quehacer cultural es muy variado y ha sido enriquecido por la gran cantidad de personas que han llegado de diferentes lugares .

Ante la gran población demandante de satisfactores que cubran sus necesidades, las diversas instituciones encargadas de resolverlas las han cubierto sólo parcialmente.

Lo que aquí interesa es cómo el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) y el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) —que son las instituciones encargadas de la actividad cultural en el país—, han enfrentado las demandas de recreación, esparcimiento, promoción y conservación cultural que la población necesita.

En este caso, se debe ubicar a la actividad y al consumo cultural en el contexto de la modernidad. Néstor García Canclini señala que ambos términos se justifican teórica y metodológicamente "debido a la parcial independencia lograda por los campos artísticos e intelectuales en la modernidad".¹⁶

Actualmente existe la necesidad de reconceptualizar las cosas, pues en un mundo caracterizado por la globalización y la apertura comercial, los medios de comunicación permiten rebazar fronteras y los grupos económicos y políticos

¹⁶Néstor García Canclini. *El Consumo Cultural en la Ciudad de México*. México: CONACULTA, 1993, p 33

adoptan sus propios códigos. Del mismo modo, la cultura adquiere esta distinción y se diferencia de otros consumos; por ello es necesario hablar de "consumo cultural ". Además de esta distinción, también es necesario delinear la actividad cultural que se realiza en la ciudad y los lugares específicos en los cuales debe distribuirse.

Esto implica que sólo una parte de la población tiene acceso al consumo cultural institucional. Nestor García Cancini ejemplifica esta situación "casi toda la oferta cultural que podríamos llamar clásica (centros educativos, librerías, museos, salas de teatro y cine) se halla concentrada en el triángulo que va, en el centro de la ciudad, desde el parque Chapultepec hasta el zócalo, y que se ha extendido hacia el sur (Cd Universitaria y su entorno)".¹⁷

Esto evidencia que en una ciudad donde se concentra el 25 por ciento de la población de todo México, sólo un área reducidísima es la que cuenta con centros culturales. Pero este no es el único problema que aquí interesa estudiar, sino también el tipo de cultura que en estos centros se promueve, así como el hecho de que los espacios culturales son visiblemente marcados por escalas y clases sociales, pues el acceso a ellos depende del nivel económico y académico de las personas.

Es oportuno apuntar los conceptos relacionados con consumo cultural y qué elementos inclinan a las personas a consumir cultura. En este sentido, García Cancini señala que el consumo cultural "es como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica".¹⁸

¹⁷ Ibidem. p 46

¹⁸ Ibidem. p 34

Es decir, al consumir un producto artesanal, por ejemplo, el individuo le otorga un valor simbólico respondiendo a una identidad con el objeto y apropiándose como parte suya. Este principio tendría que dominar el consumo cultural y generar un enlace posibilitador de la vinculación entre ver y tener cultura.

Sin embargo, es lamentable reconocer a esta posición ausente en sucesos de la realidad, pues entre otras cosas, el consumo cultural fuera de casa es mínimo. Según estadísticas realizadas en 1991, "el 10 por ciento de la población mantiene una estrecha vinculación con el teatro, cine, museos...", mientras el resto de la población "prefiere los bienes producidos por las industrias comunicacionales en la escena familiar".¹⁹

Ahora bien, no sólo se debe a los medios electrónicos el hecho de que la gente no incluya en su vida cotidiana alguna actividad cultural, también debe tomarse en cuenta la falta de algún centro cultural en su localidad.

En este sentido, se infiere que el tipo de cultura que se realiza en esta ciudad es elitista, pues lo producido está dirigido para quienes poseen recursos económicos y educativos altos. Lo cual significa que es un grupo muy reducido el que puede acceder a esta actividad.

Al respecto Carlos Monsivais comenta: "el problema central no es (de) producción, sino de distribución de bienes culturales, el acceso a los cuales se restringe o se vuelve episódico por causas ligadas a la capacidad adquisitiva, (y) los niveles de información disponibles..."²⁰

Así que a libros, discos, obras de teatro, videos y entre otros productos culturales, en realidad sólo tendrán posibilidad de acceso los sectores

¹⁹Ibidem. p 54

²⁰ Carlos Monsivais. "Cultura y transición democrática" en *La Jornada*. México: 8 de julio de 1996.

económicamente desahogados u otros tales como los universitarios o intelectuales, puesto que la mayoría de la población no cuenta con los elementos necesarios para adquirir dichos productos. Por otra parte, también es cierto que no siempre se ofrece el tipo de cultura que la población demanda.

2.2. Instituciones que dirigen la actividad cultural en México.

En este apartado se pretende realizar un esbozo acerca de lo que instituciones tales como el INBA y CNCA plantean en sus programas, y cuál ha sido el resultado.

El INAH nació como una respuesta por parte del Estado para atender diversos aspectos de la cultura del país, uno de sus objetivos principales ha sido "el rescate y conservación del patrimonio cultural".²¹ El INBA, por su parte, se ha encargado de la formación profesional de artistas y creadores, para después proporcionar actividades culturales.

Es válido en este momento apuntar los logros que otrora tuvieron ambas instituciones. En lo que respecta al INAH, "son tres (los) principales logros:

- a) La concepción de un ideario.
- b) La materialización de un marco legal.
- c) La construcción de una infraestructura".²²

Tales objetivos fueron dejándose de lado, según lo investigado por el periódico *Reforma* tanto en el INAH como en el INBA ocurrió lo siguiente:

- a) Se desgastó el ideario que se había fijado.
- b) El divorcio entre el marco legal y la realidad.

²¹ INAH, *Memoria del 83 al 88*, p 8

²² Gerardo Ochoa Sandy, "El crack cultural" en *Reforma*, Suplemento Enfoque, 12 de febrero de 1995.

c) Los rezagos y el burocratismo por el crecimiento anómalo de la infraestructura y la politización de las decisiones.

Por lo tanto, según el mismo periódico, el 80 por ciento del presupuesto asignado al Instituto se destinaba sólo para cubrir el pago de la nómina. Claro que esto implicó que muchos proyectos no pudieran consolidarse. Por ejemplo en el Museo Comunitario de Culhuacan se ha dejado de hacer proyectos por falta de presupuesto.

Durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, la política cultural tomó otro sentido, y nació el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), el cual fue creado para dar "una coherencia a la estructura de la cultura en todo el país".²³ se tuvo el control tanto del INAH como del INBA y otras instituciones dedicadas al quehacer cultural en México.

Con el nacimiento del CNCA y del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FNCA) se establecieron las delimitaciones de la participación estatal, es decir se estatizó la política cultural.

A partir de la creación de este organismo se busca tratar y promover la cultura dentro del marco de la modernidad. Ante ello, es bueno insistir en lo que Carlos Monsivais opina: " no es problema de producción sino de distribución", pues ante tanto producto cultural —por así decirlo—, ¿quién va a leerlo o a entenderlo?, ¿quién va escuchar?, ¿quién va a consumir cultura que no le exprese elementos para identificarse?. Este aspecto se analiza en el siguiente apartado.

²³ Ibidem.

2.3. Zonas específicas que concentran la Actividad Cultural en la Ciudad de México.

Para hablar de las zonas concentradoras de la actividad cultural, nos referimos a aquellas donde se uican teatros, salas de cine y de conciertos, museos, galerías, librerías e incluso cafeterías , por ser lugares óptimos para reunirse a discutir algún tema de interés común.

Como autor principal de apoyo se recurre a Néstor García Canclini, por ser quien más ha estudiado la manera en que se consume y se distribuye la cultura en México y principalmente en la Ciudad de México. Además hay que tomar en cuenta que existen pocos diagnósticos acerca de lo que el público requiere en cuestiones culturales.

Para evidenciar la concentración de centros culturales, es necesario presentar mapas que abarquen todas las delegaciones políticas del Distrito Federal, lo cual permitirá destacar un área cultural que parte del centro histórico de la Ciudad de México, pasa por Coyoacan y desemboca en Ciudad Universitaria. En este "triángulo" se encuentran los siguientes centros culturales:

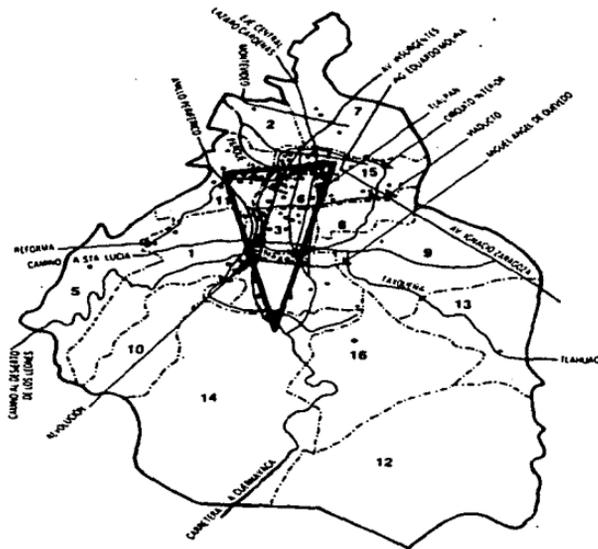
9 Museos Nacionales

41 Museos oficiales y privados

La mayoría de los centros culturales y recreativos (universidades, bibliotecas, teatros, cines, salones de baile, estadios, deportivos, etcétera).²⁴

²⁴ Nestor García Canclini. Op. Cit. p.46

MAPA 1
DISTRIBUCION DEL EQUIPAMIENTO CULTURAL EN LA CIUDAD DE MEXICO
(OFERTA CULTURAL GLOBAL)



SIMBOLOGÍA

DELEGACIONES

1. Álvaro Obregón
2. Alcapotzingo
3. Benito Juárez
4. Coyoacán
5. Cuajimalpa
6. Cuauhtémoc
7. Gustavo A. Madero
8. Iztacalco
9. Iztapalapa
10. Magdalena Contreras
11. Miguel Alemán
12. Milpa Alta
13. Tláhuac
14. Tlalpán
15. Venustiano Carranza
16. Xochimilco

EQUIPAMIENTO CULTURAL

- ◻ Teatro
- ▲ Museo
- ⊙ Espacios o centros culturales
- ⊙ Centros de educación superior
- ⊙ Salones de baile
- ⊙ Galerías
- ⊙ Espectáculos musicales
- Avenidas principales
- - - Límite de delegación
- Límite del Distrito Federal

INVESTIGACIÓN

Sandra Treviño
 Ricardo Mesa

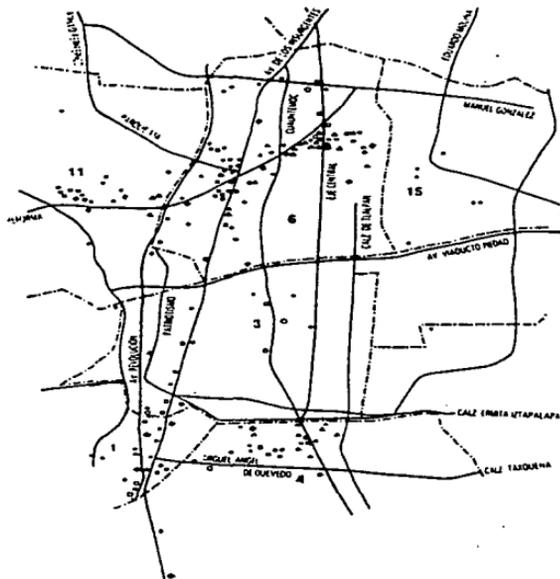
ELABORACIÓN

Verónica Álvarez
 J. Miguel Dávila

FUENTES

Mapa de galerías y museos (UBICART)
 Mapa turístico de la delegación Coyoacán
 Monografía de la delegación V. Carranza
Consejo para Ver y Oír
 Tiempo Libre

MAPA 2
DISTRIBUCION DEL EQUIPAMIENTO CULTURAL EN LA CIUDAD DE MEXICO
(AREA DE MAYOR CONCENTRACION) 23



SIMBOLOGÍA

DELEGACIONES

- 1. Álvaro Obregón
- 3. Benito Juárez
- 4. Coyoacán
- 6. Cuauhtémoc
- 11. Miguel Hidalgo
- 15. Venustiano Carranza

EQUIPAMIENTO CULTURAL

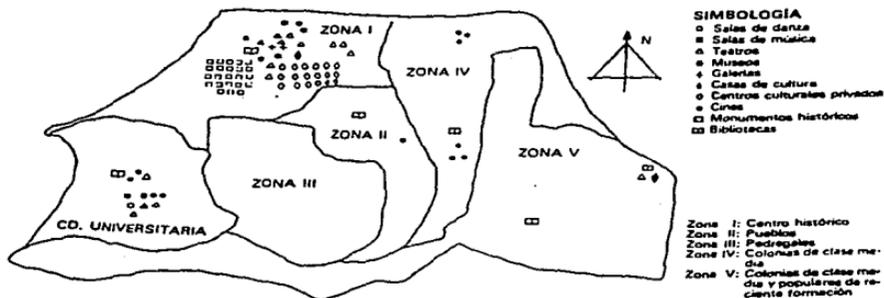
- Teatros
- ▲ Museos
- Espacios y centros culturales
- ◻ Centros de educación superior
- ◊ Salones de baile
- Galerías
- ◻ Espectáculos musicales

- Avenidas principales
- - - Limite delegacional

23 Ibidem. p 50

Respecto a la distribución cultural en la delegación de Coyoacán "la actividad cultural se concentra en su centro histórico, allí se ubican casonas convertidas en casa de cultura (que pertenecieron a gente adinerada) casas de artistas destacados, importantes políticos e intelectuales, aunado a la cercanía con la Ciudad Universitaria, lo cual ha contribuido a consolidar a Coyoacán como parte de la zona cultural del sur de la ciudad".²⁶

MAPA 3
(OFERTA CULTURAL DELEGACION COYOACAN)



²⁶ *Ibíd.*, p. 51

Una vez vistos los mapas se coincide con García Canclini: es una "ciudad desequilibrada con numerosos códigos culturales, de hábitos y costumbres que oscilan sincréticamente entre formas tradicionales y los nuevos estilos de la modernidad urbana".²⁷

Es decir, a mayor población existe una cultura uniforme que abarca de manera global el aspecto cultural y que responde al mismo tiempo a políticas culturales dictadas por una sola institución, el CNCA, sin tomar en cuenta que existe una gran variedad cultural que está quedando marginada, o bien desplazada, pues "a una mayor urbanización menores vínculos de los habitantes con los espacios públicos y por lo mismo menos lazos colectivos".²⁸

Este fenómeno llegó a Culhuacan, pues la urbanización provoca que el lugar pierda las características de un pueblo, aunque también es necesario que sus habitantes originarios luchen por conservarlo, al promover sus tradiciones.

²⁷ *Ibidem.* p 60

²⁸ *Ibidem.* p 63

3. Antecedentes Históricos y Culturales de Culhuacan.

3.1. Breve historia de Culhuacan.

Culhuacan, significa en lengua nahuatl "lugar de Culhuas"; Culhuas, "Cerro encorvado". Fue fundada en el año 670 según el cronista indígena del siglo XVI, Chimalpain, en su libro *Memoria breve de la fundación de la Ciudad de Culhuacan*. Su ubicación es muy cercana al cerro de la Estrella, en Iztapalapa.

Lleva el nombre en honor a los Culhuas, quienes fueron los fundadores que llegaron a este lugar, después de la caída del imperio Tolteca en 1152 y 1168 bajo la dirección de Nauhijotzin y Cuahxepetzin.

Desde entonces a Culhuacan se le reconoce como lugar de los gobernantes, y su glifo hace alusión a sus ancestros, poseedores de sabiduría y tradición antigua y por lo mismo, de linajes ancestrales.

Se cree también que la adopción del nombre de "cerro encorvado" es por la cercanía que tiene con el Cerro Huxachtecatitlan, conocido ahora como el Cerro de la Estrella, de donde se tienen datos que señalan que allí se llevaron a cabo las tres últimas ceremonias del Fuego Nuevo de los mexicas. Se trata de una ceremonia que se realizaba cada 52 años y tenía como fin cerrar un ciclo de vida y comenzar uno nuevo. Para celebrar este rito prehispánico -según los cedularios del Museo de Sitio-, los mexicas rompían toda la loza de cerámica y de barro, la enterraban y procedían a fabricar todo nuevo para el siguiente ciclo de vida. Esta ceremonia se realizaba en la cima del Cerro de la Estrella, pues se creía que desde allí se dominaba todo el territorio, y al mismo tiempo todos los pobladores de los alrededores podían observar el advenimiento de un nuevo ciclo y ver morir al saliente.

Todas las piezas que rompían las enterreban." Simbolizando el pasado, era hora de empezar un nuevo ciclo y una nueva vida. Durante el período prehispánico fue centro religioso de culto a Tlaloc, aguaje y embarcadero, conectando a los lagos de Texcoco y de Xochimilco

En la que ahora es la iglesia del Calvario, se encontraba un centro ceremonial de los aborígenes de Culhuacan, "La cuevita", el cual después fue transformado por los evangelizadores españoles, se mezcló con ello la tradición pagana y religiosa. En esta etapa (años 1562 y 1569) Culhuacan fue conquistado y evangelizado por Agustinos. Estos edificaron en el centro del pueblo el Convento, el embarcadero y el Molino de papel, que según datos históricos fue el primero en toda América. El convento fungió como escuela de idiomas, donde se aprendían las distintas lenguas de la zona y con ello facilitar la evangelización.

El convento (ahora el Centro Comunitario) fue abandonado por los Agustinos y el lugar se convirtió en punto de reunión del pueblo.

Culhuacan siempre ha sido paso comercial. A la fecha, es una zona donde aún se encuentran productos originarios como son: nopales, tunas, xoconoztles, cocoles, incluso hierbas que se utilizan como remedio para todo tipo de males.

A partir del Siglo XX funcionó como criadero de peces y lavaderos comunales. Su producción se concentraba en las cosechas que las chinampas les proporcionaban. Aquí vale la pena recordar que la Ciudad de México basaba su producción agrícola en chinampas, pues la ciudad era una zona lacustre comunicada por canales que recorrían toda la ciudad: Xochimilco, Tlahuac, Chalco y Texcoco.

Al rededor de estas actividades se crean mitos y leyendas que forman parte de la cultura y tradición culhuacana. En esta investigación merece un espacio una

de las leyendas de Culhuacán en torno al embarcadero --ahora parque histórico-- y los lavaderos comunales: Según la tradición local, aquí se aparecía la sirena de Culhuacán (protectora de las lavanderas) para encontrar al Charro Negro de Coyoacán (Churubusco) quien llegaba en un torbellino formado cuando se crecían las aguas del lago y se inundaban los canales que separaban a los dos pueblos.

En esta leyenda se ilustra cómo fue nuestra Ciudad, cómo sus canales se inundaban cuando llovía en abundancia. En la sirena y el Charro Negro se representa que siempre ha existido el mal, no podemos perder de vista esto y hay que estar prevenidos para cualquier adversidad y sobre todo, tener fe en un protector --la sirena-- quien estará vigilando por nuestro bien. Esta observación es válida, pues tiene mucho que ver con la idiosincracia de un pueblo.

Como testimonio y trabajo realizado con la gente de la Tercera Edad en el Centro Comunitario, se han recolectado historias, recuerdos, leyendas, y cuentos que las señoras --principalmente--, han dejado grabadas en un libro llamado *Los recuerdos de las abuelas*, bajo la dirección del profesor Marino Chávez Mendoza. Nuestros mayores lo realizaron con el objetivo de recordar gran parte de sus vidas en Culhuacán, al mismo tiempo que muestran a las nuevas generaciones el hecho de sentir orgullo y cariño por su comunidad.

3.2. Aspectos culturales de Culhuacan.

Después de recorrer rápidamente la historia de Culhuacán, ahora destacaremos los factores culturales que identifican al pueblo en fechas contemporáneas. Incluiremos desde luego los modismos, las fiestas, los bailes, la música, la ropa y todo lo que cotidianamente realiza la población.

3.2.1. Las mayordomías

Esta actividad es fundamental en el Pueblo de Culhuacán, por ser un factor de cohesión en la comunidad. Son los mayordomos quienes se encargan de mantener las tradiciones en cuanto a fiestas religiosas se refiere. Como lo menciona el profesor Marino Chávez Mendoza en su folleto *La cuevita de Culhuacan*, la mayordomía es actualmente una mezcla de raíces prehispánicas y españolas que se manifiesta en el Señor del Calvario de Culhuacan.

El Señor del Calvario es el santo principal del pueblo y según las narraciones de los vecinos del lugar, se les apareció a unos canteros mientras se dedicaban a su quehacer. Dice la leyenda que en un descanso, adivinaron la presencia de un niño que lloraba, pero no pudieron encontrarlo hasta que un día, un cincuate --víbora-- los condujo a un lugar en donde yacía un Cristo crucificado. Se encontraba en el fondo de una cuevita. Desde entonces, es adorado y venerado por los culhuacanos en el mismo lugar en donde fue encontrado por los canteros.

Actualmente se puede admirar un mural que da cuenta de cómo fueron los hechos. Este se encuentra en el interior de la Iglesia del Calvario y es protegido por las mayordomías.

La organización por mayordomías se encuentra en ocho barrios con antecedentes prehispánicos: Los Reyes, San Simón, San Andrés, Santa María Tomatlán, San Antonio, Tula, San Francisco y la Magdalena por el pueblo de Culhuacán

Todos estos barrios son coordinados por la Mayordomía de Culhuacán, la cual tiene su origen en los "calpullis o barrios, cada uno tenía un calpulleque o jefe. Este debía reunir cualidades de honradez, sabiduría y habilidad en su trato con los demás para ser nombrado".²⁹

Con la conquista española, estas organizaciones fueron alteradas y adoptaron el nombre de mayordomías. Su labor consistía antes en administrar los tributos y limosnas que el pueblo destinaba a la iglesia para mantenerla y organizar sus fiestas. La recaudación del dinero era tarea de las cofradías que eran "una congregación o hermandad de una parroquia".³⁰ Era una institución que formaba parte de la vida indígena.

En tiempos actuales las mayordomías se encargan de reunir los recursos necesarios para seguir manteniendo vivas las tradiciones a través de las fiestas.

²⁹ Marino Chavez Mendoza. *La cuevita de Culhuacan*. México: Iztapalapa, 1994, p 9

³⁰ *Ibidem*, p 12

3.2.2.Fiestas representativas de Culhuacan.

Las fiestas tradicionales de Culhuacan son factor primordial de identidad para el pueblo. En torno a ellas se puede entender cómo es la vida en Culhuacán. Una de las más representativas es la del Señor del Calvario –historia ya relatada–, comienza su recorrido el primero de mayo, día de San José Obrero y pasa 15 días en procesión recorriendo los ocho barrios.

Para el 24 de junio, día de San Juan, pasa por La Magdalena, Santa Ana y San Francisco. Termina el año en Santa María Tomatlán. Comienza el siguiente año el 6 de enero en Los Reyes. Para el 17 de febrero el Señor del Calvario vuelve a recorrer los ocho barrios. En la procesión, el santo va acompañado con cohetes, música de banda y a veces, con mariachis. En cada estación los lugareños ofrecen comida a los que vienen con el santo que se apareció en la Cueva a los canteros.

La fiesta es movable en cuanto a fechas. A veces se realiza en mayo, otras en junio. Es un período que da lugar a la reunión de todos los barrios a lo largo de una semana. Cada barrio tiene un día principal. Todos traen su banda de música para dar las mañanitas al santo. Según cuentan los culhuacanos, algunos llevan incluso danzantes, chinelos y comida para la gente que acompaña las festividades.

Cuando cambian las Mayordomías, la saliente entrega manzanilla y naranja a la entrante, para darle la bienvenida y *obligarla* a que cumpla con las siguientes fiestas: el 3 de mayo, día de la Santa Cruz; la Santísima Trinidad; el 6 de agosto, San Salvador; el 12 de diciembre la Guadalupana; del 16 al 24 todas las posadas

y el nacimiento de Cristo; el 6 de enero, día de Reyes; el 2 de febrero día de la Candelaria y Semana Santa.

3.2.3. La herbolaria en Culhuacan.

En este aspecto, existe aún gente que cura todo tipo de males con base en infinidad de hierbas: desde un dolor de estómago el cual se alivia con la hierba del perro, ajeno para el empacho, hasta aliviar un mal crónico tal como la diabetes por medio de nopales y xoconoztles. En el mercado existen lugares especiales para comprar estos productos.

En este aspecto no se cuenta con material o documentos que den testimonio de esta labor. Es hasta ahora cuando personal del Centro Comunitario se ha encargado de investigar todo lo referente al tema.

Otro aspecto a destacar dentro de lo que caracteriza a Culhuacan son las "parteras", aquellas que se han encargado de ayudar a parir a las madres del pueblo y con ello han visto demasiados frutos a través de distintos vientres. Estas mujeres realizan tan bien su labor, que ahora ya son auxiliadas por la Secretaría de Salud, han organizado seminarios donde ellas son las protagonistas, exponen sus métodos y técnicas para que las madres den a luz.

3.3. FUNCIONES DEL CENTRO COMUNITARIO CULHUACAN.

(para el público en general)

El Centro Comunitario Culhuacan, nace con el objetivo de rescatar y promover el patrimonio cultural (el Ex-convento del Siglo XVI de Agustinos), en el cual tiene sus instalaciones.

Es por eso que el INAH trabajó por rescatar el monumento, para bien de la comunidad. Su directora en 1991, era Cristina Payán quien al respecto comentó "El Centro está enfocado, a satisfacer las necesidades de la comunidad mediante actividades educativas y al trabajo con personas de la tercera edad".³¹ -Situación a evaluar más adelante-

A la fecha el Centro Comunitario sigue prestando servicios culturales y educativos al público en general, pero que quizá ya no son tan directos a la comunidad de Culhuacan. Esta parte la analizaremos al final del capítulo.

Servicios Educativos

El centro comunitario ofrece servicios de educación formal en sistema abierto, cuenta con el apoyo de la Secretaría de Educación Pública, se brinda el servicio para primaria, secundaria y preparatoria. El estudiante acude a sus asesorías al centro comunitario, el asesor se encarga de facilitarle los trámites de sus exámenes. En 1991, según su directora comentó "se tiene el segundo lugar Nacional en egresados de educación abierta".³²

³¹ Iztapalapa. "Centro Comunitario Culhuacan, un oasis en Iztapalapa" en Iztapalapa. México: 1991. p 32

³² *ibidem*. p 33

El centro cuenta con una biblioteca pública, y con un diario de circulación nacional *La jornada* del día y de un año atrás. La biblioteca ofrece eventualmente cursos de ortografía, lectura y redacción, para los interesados de las escuelas aledañas.

Dentro de los servicios educativos se incluyen también las visitas guiadas al exconvento, el cual tiene cuatro lugares a visitar:

El exconvento de San Juan Evangelista, donde se puede apreciar las dos plantas de convento, construido con piedra de recinto del siglo XVI, en sus muros están plasmadas pinturas realizadas por tlacuilos (artistas indígenas) y monjes, con técnicas al fresco y al temple ; La iglesia vieja de San Juan Evangelista, en sus ruinas se permite imaginar su dimensión;

El Museo de Sitio "ocupa tres celdas y la capilla de los monjes agustinos, en él se exhiben objetos prehispánicos y coloniales que fueron encontrados en el ojo de agua del Parque histórico", según los cedularios del mismo Museo;

El parque histórico, es otro punto importante a visitar con guía, nos da muestra de lo que fue el embarcadero prehispánico.

El Molino de papel, ubicado a un costado del exconvento, cruzando la calle de Morelos, este Molino según se tiene cuenta en la historia, es el primero en toda América. Construido en el año de 1580, según mención de la Relación Geográfica de Mexicaltzingo y su partido.

Servicios culturales.

En esta parte, a través del centro comunitario se pretende realizar continuamente eventos ya sea teatro, música, baile, cine, actividades infantiles así como teatro guiñol y títeres. Estas actividades se han convertido en parte fundamental del C.C.C., ha sido foro para distintas expresiones artísticas.

Dentro de los eventos realizados en el centro se encuentran: El ciclo de Canción Mexicana, en el cual participaron cantantes como Salvador, El Negro Ojeda, Tehua, Óscar Chávez, Los Folkloristas y Gabino Palomares.

Los Huapangos también han tenido cabida en los foros del Centro; y un homenaje a la ya desaparecida cantante Amparo Ochoa. Estos eventos sólo se citaron para mencionar el trabajo que hace el centro en su afán de ser un foro cultural reconocido.

Servicios a la tercera Edad.

En este aspecto, El Centro Comunitario recibe apoyo del Instituto Nacional de la Senectud, aquí nuestros mayores tienen un espacio para realizar diferentes actividades manuales, intelectuales y físicas.

Las actividades van desde tejer, coser, dibujar, clases de psicología, practican disciplinas como el Tai-Chi impartido por un instructor del grupo de la misma edad, lo cual resulta motivante para el resto de los participantes.

Los Talleres Comunitarios.

Estos talleres fueron concebidos para que la comunidad cuente con un espacio de creación y esparcimiento. Estos talleres van desde cultura de belleza, danza, teatro, clases de guitarra, de corte y confección, de títeres, de alebrijes y actualmente un curso de náhuatl.

Cabe mencionar que estos talleres no se realizan continuamente, pues el centro no los ha promovido como debiera, en parte porque no existen los espacios adecuados para impartirlos por las características del lugar, es un monumento histórico y como tal se tiene que cuidar, aseguran sus autoridades.

3.4 Diagnóstico del Centro Comunitario Culhuacan

Según las autoridades que lo dirigen, el Centro comunitario Culhuacan, nació como un proyecto alternativo a los museos tradicionales del INAH. A partir de entonces, ha tenido distintas fases.

En sus inicios, pretendía satisfacer las necesidades de la comunidad, mediante actividades educativas y culturales. Sin embargo, hasta la fecha no se ha establecido con claridad qué necesidades debe resolver ni a qué comunidad atender, si la de Culhuacan, la intelectual, la universitaria, la infantil, o cuál.

Esto significa que actualmente se convoca al público en general, sin tener una caracterización definida de éste. Lo anterior provoca que en determinado momento se hayan organizado desde un tianguis, donde se vendían discos, camisetas, posters, cassettes de todos los géneros musicales, hasta una fiesta

tradicional de Culhuacan (cuestión muy local) entre otros eventos organizados en el CCC estuvieron conciertos de rock y música clásica, lo cual es cuestionable.

Con el tiempo el Centro fue perdiendo contacto con la comunidad local. En palabras de los ahora encargados del lugar, "el centro no cubre las expectativas de los lugareños y por lo tanto no asisten a las actividades que éste programa". Esto evidencia que existe un distanciamiento entre el Centro Cultural y la población de Culhuacan.

Esta situación ha sido planteada por las actuales autoridades del Centro. Por ello, una de las principales preocupaciones es precisar qué es el Centro, si es sólo un foro que da cabida a eventos artísticos (lo cual no debería ser por tratarse de un lugar que no cuenta con la infraestructura adecuada para eventos a nivel masivo), o un Centro Comunitario que proporciona servicios educativos y culturales, que la población culhuacana requiere.

El personal actual encargado tanto de talleres como de servicios educativos argumenta que "no es posible convocar al público en general a los talleres, puesto que no existe un espacio dentro del Ex-convento, apropiado para impartirlos" , en tanto que estos se realizan en celdas pequeñas y sin mobiliario.

En cuanto al tipo de eventos artísticos, el Centro presenta sólo los que mandan instituciones como el INBA o el CNCA. De lo contrario, llevan artistas que se presentan en el área que concentra la actividad cultural en la ciudad de México - en el triángulo ya mencionado-.

Lo anterior implica que la población de Culhuacan se encuentra marginada por el Centro Cultural, pues se ha visto que el público que asiste al triángulo cultural se mueve eventualmente hacia el CCC, con lo que se convierte sólo en un

anexo. Es decir, se desarrolla el mismo tipo de cultura que se hace al nivel Ciudad de México.

Tal aseveración se puede demostrar a través del muestreo de algunas encuestas realizadas al público asistente al Centro. De un universo de 624 entrevistas de distintos eventos, resulta lo siguiente:

El 61% de los asistentes llegan de otras delegaciones, mientras que sólo el 39% corresponde a la población de Iztapalapa (se tomó como referencia Iztapalapa por ser la delegación donde se encuentra Culhuacán y tener el centro cultural más importante de la región).

Ahora, al desmenuzar aún más lo arrojado por estas encuestas, se observa que en una convocatoria a nivel masivo, como fue el homenaje realizado a Amparo Ochoa (en febrero de 1996) asistieron tanto grupos de rock como baladistas del estilo de Guadalupe Pineda, el resultado fue que:

Sólo el 27% correspondió a Iztapalapa, pues la difusión fue a través de los espacios donde se concentra la actividad cultural en la Ciudad de México.

En otro caso "Leyendas de México" la difusión fue muy local y directa a través de escuelas y comercios de la zona, pudo notarse que el 81% de los asistentes era de Iztapalapa.

Lo anterior, demuestra que la población de Culhuacán si se interesa por la actividad que desarrolla el Centro, pero esto se acentúa notablemente cuando se le toma en cuenta de manera personal y directa; cuando se le ofrecen eventos que tienen que ver con su identidad. Como en su momento fue la exposición del Lienzo de Tlaxcala o la obra de teatro Leyendas de México.

Ahora bien, con esto no se quiere decir que Amparo Ochoa no sea una figura musical nuestra. Lo que aquí se cuestiona es la manera de difundir y el

carácter que se le dió al evento del homenaje. En palabras del encargado del Departamento de Difusión del CCC: "cuando (un evento) se difunde en todos los medios, termina sirviendo exclusivamente para la imagen del Centro pues no siempre asiste el público". Esto no sucede cuando se invita a las escuelas aledañas pues en ellas --según el entrevistado--, "encontramos al público adecuado: maestros que motivan a los niños y niños que motivan a los papás".

Otro factor por el cual la población de Culhuacan se encuentra alejada de su Centro Cultural se deriva de la actitud de prepotencia y discriminación con que actúan las autoridades del Centro con respecto a los lugareños. Específicamente, aquí se está hablando de aquellos funcionarios que se encargan de la administración del C.C.C Para ilustrar lo anterior, basta con señalar que en una ocasión a uno de los mayordomos del pueblo se le prohibió el acceso al Centro aún cuando necesitaba ingresar a él para desde allí lanzar cohetes con motivo de una de las fiestas tradicionales del barrio. Lo curioso es que a otro mayordomo si se le permitió lanzar sus cohetes, lo que se considera una situación cuestionable hacia la administración.

Así, se puede observar que las autoridades del CCC tendrán que hacer un esfuerzo por cambiar de actitud, pues la mayoría del personal que allí labora ostenta una posición que suele ponerse por encima de la población, al tratar de ser los protagonistas y hacedores de la propia cultura del pueblo. Eso, como resulta obvio, no es el objetivo de un centro Comunitario.

4. COMUNICACION ALTERNATIVA ENTRE EL CCC Y LA COMUNIDAD DE CULHUACAN

4.1 LA COMUNICACION PARTE FUNDAMENTAL EN EL DESARROLLO CULTURAL DE CULHUACAN

En este apartado se pretende establecer con claridad, cuál es la importancia de las Ciencias de la Comunicación en un proceso social como lo es la cultura.

Toda sociedad, sin importar su magnitud, requiere de ciertas pautas para comunicarse y poder mantenerse en movimiento. Estas formas se encuentran en las relaciones cotidianas de sus habitantes y de los que se van incorporando a esta misma sociedad.

Es decir, es necesario el ser escuchado, el ser reconocido y comprendido, para que el individuo pueda desarrollarse con base en un patrimonio cultural, y a una sociedad que comparte los elementos y condiciones básicas de una vida en común, la cual "puede también formar parte de una comunidad mayor como pueden ser los pueblos"³³ como es el caso de Culhuacan.

Ahora bien, es necesario estar claros que en Culhuacan existen ya las vías de comunicación, sólo es cuestión de reconocerlas, esto le corresponde al CCC por ser la institución encargada de promover y difundir la cultura propia del lugar. Por lo tanto, es fundamental que se establezca una sistema de comunicación alternativa entre el centro y la población, que exista una constante relación entre ambas partes, que permitan un ir y venir de mensajes inmersos en un mismo

³³ Ely Chinoy. "La Cultura, vida pautada y vida colectiva" en *Introducción a la Sociología*. Buenos Aires: Paidós, 1964, p 95

código referencial "conjunto de reglas de comunicación que el mismo grupo elabora y acepta"³⁴.

Sin este intercambio de ideas, mensajes y peticiones, el trabajo que realiza el CCC es ajeno y lejano al pueblo. En consecuencia, éste no cuenta con un centro cultural que le permita expresarse y crear. El objetivo debe ser entonces, el establecimiento de una institución reflejo de la riqueza cultural de Culhuacan, que influya en esta población y propicie que sus habitantes adopten una posición crítica, que les permita evaluar su realidad.

La idea para impulsar este objetivo, se basa en el concepto que se tiene de las instituciones que funcionan en una sociedad. Estas son básicas, pues funcionan como "grupos vinculados a una parte determinada del medio ambiente geográfico y provistos de un equipo material, poseedor de los conocimientos precisos para usarse en ese medio ambiente"³⁵ ello no significa —en este caso—, que la institución decida lo que se programe en el CCC.

Así pues, se requiere de los dos actores sociales, es decir, la comunidad y el CCC, a fin de establecer una estrecha relación para lograr un desarrollo recíproco.

4.2. PROYECTO DE UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA ENTRE LA COMUNIDAD Y EL CCC

Las relaciones de comunicación que se dan en una sociedad, dependen de la manera en que ésta se encuentra organizada. En la medida de su crecimiento, los problemas que en ella surgen o se van desarrollando, son mayores.

³⁴Daniel Prieto Castillo. *Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa*. México: Edicol, 1980, p

³⁵R. Firth, Ed. Atal. op. cit. p 30

Para el caso que nos ocupa y para resolver los problemas planteados a lo largo del trabajo, es necesario adoptar una infraestructura comunicacional que permita el flujo de información entre la institución cultural y la comunidad, con el fin de trabajar por un objetivo claro: la promoción y conservación de un patrimonio y acervo cultural.

Esta tarea no es fácil. La población requiere, en primer término, de una sensibilización pues no está acostumbrada a trabajar con el CCC. Para organizar sus fiestas tradicionales por ejemplo, recurren a las mayordomías de los ocho barrios. Esto es, actúan por cuenta propia.

Ante esto, se considera que el punto de partida para emprender una comunicación alternativa debe ser la organización comunitaria ya existente, ésa que se ha consolidada durante años en Culhuacan. En consecuencia, el CCC debe propiciar un acercamiento con esta parte, dado que cuenta con la aceptación y confianza de la comunidad. Para lograrlo se sugiere:

- a) Formar grupos de trabajo por cada barrio, el cual elegirá un responsable que los represente ante el CCC, con el fin de llevar al centro las demandas e inquietudes de cada barrio.
- b) El CCC asignará promotores comunicacionales que mantengan una permanente relación con estos grupos de trabajo. Es importante aclarar que estos promotores no deberán apartarse de su objetivo, al tratar de manipular el grupo, obstaculizando la misma comunicación.

La finalidad de trabajar conjuntamente con la comunidad, es que ésta decida los temas y actividades que se llevarán a cabo en el CCC, teniendo como base temas que a la misma comunidad le parezcan importantes o convenientes.

En cuanto a la temática de los programas de trabajo a discutir y dialogar en estos grupos de trabajo, se pueden sugerir los siguientes:

a) Las fiestas tradicionales, siguiendo su propio calendario. Se desarrollarían paralelamente eventos que puedan enriquecer y al mismo tiempo mostrar a las nuevas generaciones el significado e importancia de estas festividades.

Los eventos pueden ser concursos de música con las bandas de viento, de danzantes o chinelos. Estos eventos tendrían como sede al CCC.

b) La herbolaria, aquí se trata de rescatar y reunir a las personas quienes poseen la sabiduría para curar cualquier tipo de males con base en infinidad de hierbas. Para tal objetivo se pueden hacer exposiciones, mesas redondas y conferencias.

En un tiempo el CCC pretendió abordar este tema, sin darle un seguimiento adecuado, puesto que sólo realizó una actividad sobre este aspecto. Lo importante es evitar la desconfianza de la población hacia el CCC y mantener un permanente contacto con la comunidad.

c) Las leyendas. Culhuacan cuenta con un amplio número de cuentos y leyendas. Con estos elementos se podría convocar a un taller de narración, de escritura y de lectura para quienes conozcan las historias o para quienes deseen conocerlas.

Estos temas sólo son algunas sugerencias, ya que la comunidad decidirá y evaluará lo que a ella le parezca interesante o pueda servirle para aplicar en su vida cotidiana. Como ejemplo: conferencias o talleres de salud, higiene, alimentación y demás actividades que ellos requieran.

**La finalidad es que estos grupos de trabajo se realicen en todos los barrios,
o en el mismo CCC, según convenga a los habitantes de Cuahuacán.**



RESULTADOS

Este apartado con el cual se cierra esta investigación, pretende evaluar y a la vez fortalecer el proyecto del CCC, el cual desde sus inicios como centro comunitario dependiente del INAH, pretendió dar servicios culturales a la comunidad de Culhuacan. Sin embargo, en su empeño por querer destacar como centro cultural abierto al público en general (de toda la ciudad de México) y conquistar una imagen ante las demás instituciones culturales, sus objetivos se han perdido, provocando que la comunidad de Culhuacan se sienta marginada por su propio centro cultural.

Pero lo importante en este apartado no es evidenciar sólo la problemática o los errores del CCC sino retomar su proyecto inicial y a partir de éste, darle continuidad al trabajo planteado originalmente para verlo concretado y mantenerlo. Dicho objetivo fue rescatar y promover la propia cultura de Culhuacan, eso se propone en esta investigación.

Ahora bien, este trabajo se organizó buscando entender la problemática cultural de una ciudad y en particular del pueblo de Culhuacan. Se destacó también los factores o rasgos culturales del pueblo, así como las actividades que realiza el CCC. Ambas partes sirven de base para darle un seguimiento a los siguientes aspectos:

El CCC en sus inicios tuvo un acercamiento con los mayordomos de cada uno de los ocho barrios, para comenzar a hacer el trabajo comunitario. Este contacto se ha ido perdiendo. Situación que según argumentan los funcionarios del CCC, "ellos (los mayordomos) no quieren apoyarnos en cuanto a la difusión de

nuestros eventos". Es aquí donde existe el error del CCC, pues éste intenta posesionarse de la cultura.

Lo necesario es seguir cultivando la relación con las mayordomías y que funjan como enlace comunicacional con la comunidad, pues es ésta la que tiene que producir la cultura y no el CCC (ahí incluso se habla de "nuestros eventos"). La cuestión es mantener la visión según la cual el dar servicios culturales no consiste en "llevar cultura", sino en generarla con la misma comunidad.

En torno a los factores culturales mencionados, el CCC ha trabajado pero sin tener un seguimiento adecuado. Mi propuesta es continuar con las investigaciones de la herbolaria y las parteras, mantener contacto con las personas informadas y convocarlas a dar conferencias destinadas a los interesados dentro de la misma comunidad; plasmar sus aptitudes y vivencias en memorias que el mismo CCC propicie y sirvan de sustento a esta actividad, poniéndose a disposición en la biblioteca del CCC. Lo mismo sucede con las leyendas, se trabajaría con las personas de la tercera edad, quienes tienen conocimiento de estas historias.

Es importante destacar también los apoyos institucionales con los que cuenta el CCC, como la Dirección de reproducciones del INAH, lo cual se puede utilizar para imprimir carteles, volantes, boletos, trípticos y demás material necesario para apoyar el trabajo de difusión. Cuenta también con el apoyo de la Secretaría de Salud, como para llevar pláticas o talleres de salud e higiene.

Para que el CCC, funcione como promotor y espacio de expresión cultural de un pueblo, tendrá que aprovechar el trabajo iniciado y darle continuidad con base en mucha labor con la comunidad. Es indispensable además, un cambio de actitud de quienes lo dirigen y dejar de lado la búsqueda de una imagen o

prestigio con respecto a otros centros culturales. Eso ya llegará después, se ganará con su trabajo.



ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

BIBLIOGRAFIA

BONFIL BATALLA, Guillermo. *México Profundo*. México: Grijalbo, 1989.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. *Plan de Formación de Animadores de las Culturas Populares*, 1992.

CHAVEZ MENDOZA, Marino. *La cuevita de Culhuacan*, México: Iztapalapa, 1994.

CHINOY, Ety. *Introducción a la Sociología, Conceptos Básicos y Aplicaciones*. Buenos Aires: Paidós, 1964.

FROST, Elsa Cecilia. *Las categorías de la Cultura mexicana*. México: UNAM, 1990.

GONZALEZ CHAVEZ, Rene. *Barro Nuevo*. México: INAH No. 9 Abri-Junio 1992.

INAH, *El Museo Comunitario en Antropología*. México: 1990

KAHN J.S., Ed. Atal. *Conceptos de Cultura*. Barcelona: Anagrama, 1975.

MILLÉ MOYANO, Carmen. *La necesidad de Comunicarse*. México: Edamex, 1993.

PIO E, Ricci, Zani Bruna. *La Comunicación como proceso Social*.

PRIETO CASTILLO, Daniel. *Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa*. México: Edicol, 1980.

R. FIRTH, Ed. Atal. *Hombre y Cultura, la obra de Bronislaw Malinowski*. México: Siglo XXI, 1981.

SCHRAMM, Wilbur. *La Ciencia de la Comunicación Humana*. México: Roble, 1975.

TRUEBA GORBEA, José. *Culhuacan*. México: INAH, 1959.

HEMEROGRAFIA

Periódicos:

MONSIVAIS, Carlos. "Cultura y Transición Democrática" en *La Jornada*. 6 de Julio 1996.

OCHOA SANDY, Gerardo. "El Crak Cultural" en *Reforma*. 12 de Febrero 1995.

Revistas:

ALVA DE LA SELVA, Alma. "Itinerarios del Consumo Cultural" en *Revista mexicana de Comunicación*. No. 43 Febrero-Abril 1996.

GONZALEZ CHAVEZ, Rene. *Barro Nuevo*. No. 9 Abril- Junio 1992.

IZTAPALAPA, "Centro Comunitario Culhuacan, un oasis de Iztapalapa" en *Iztapalapa, Fin de Siglo*. Octubre 1991.

Otros Documentos:

ARROYO, Miriam. " Los Museos y la Educación permanente en *Museos y Monumentos*. Museo Regional Nayarit. 15 de Junio 1996.

DIRECCION GENERAL DE CULTURAS POPULARES. *Anteproyecto General de Centros Comunitarios D9CP*. México: 1987.

INAH, *Memoria '83-'88*. México: 1988.