



## Productos psíquicos en la ciudad del Centro Histórico de Oaxaca

**La ciudad del Centro Histórico de Oaxaca está dotada en su apariencia de una cultura híbrida la cual pudo lograr la supervivencia de su cultura de raíz mediante elementos decorativos y representativos de la cultura prehispánica.**



**Por Andrés Moreno Franco  
Universidad Vasconcelos  
(Oaxaca, México)**

La inteligente apropiación de lo que vino de fuera para afirmar el sentimiento de identidad que distingue al oaxaqueño, se puede apreciar tanto en las culturas indígenas como en la mezcla a través de la comida, la música, el baile, la vestimenta, las tradiciones, fiestas, usos y costumbres, una pléyade de manifestaciones espirituales entretejidos sabiamente en las llamadas culturas populares.<sup>1</sup>

Es una combinación de diferentes elementos lo que la convierte en una cultura de carácter homogénea, se

pueden encontrar iglesias herederas del espíritu europeo, casas que conservan la cantera verde, papel picado decorando las calles, comida regional, calendas, música folclórica, fiestas de santos patronos ilustrando el mestizaje (religión católica mezclada con folclor indígena), la Guelaguetza en la cual se interpretan diferentes etnias mediante el baile, música y vestimenta, mitos como lo son la Catrina, el Catrín, los nahuales, los cantos prehispánicos. Todas estas características dotan al espacio público del centro histórico de Oaxaca de una identidad propia y rica culturalmente. La ciudad posee psicología de carácter pública, las actividades que suceden en ella envuelven a las personas que habitan en esta. La psicología de los pueblos, teoría desarrollada por Wilhem Wundt (1904) las materializaciones de estos elementos culturales que, en este caso, tienen como base un origen religioso y tradicional se les llama productos psíquicos. El espacio público es en sí mismo un producto psíquico ya que es el espacio donde se materializan todas estas expresiones



culturales. Y estas expresiones culturales tienen efectos terapéuticos porque crean un sentido de comunidad, de pertenencia e identidad con respecto a espacios dinámicos, con sus diversas actividades envuelven al espacio público, se fortalece el tejido social fomentando la interacción y las condiciones óptimas para generar espacios urbanos dinámicos.

Lizama (2002) argumenta que las fiestas son parte de la imagen habitual de la ciudad de Oaxaca: El recorrido por el calendario festivo de Oaxaca, comenzado con el ciclo navideño y finalizado con el tiempo ordinario que sigue al período pascual, han permitido conocer las principales fiestas religiosas y seculares y las ceremonias cívicas más importantes, que ayudan a formar una imagen de la importancia que posee el hecho festivo en una ciudad mexicana.

Las festividades ocupan las calles de la ciudad como su escenario, revitalizan al espacio público salvando la convivencia y la cohesión social, sosteniendo la comunicación vital para la preservación de los valores que sustentan la comunidad

El Centro Histórico de Oaxaca, es el escenario de múltiples fiestas que ocupan el espacio público de la ciudad

a lo largo de todo el año, los barrios que se integraron en la urbe siguen activos mediante estas expresiones culturales que dan testigo de sincretismo cultural, la multitud está inmersa en estas festividades pues ocupan las calles de la ciudad como su escenario, revitalizan al espacio público salvando la convivencia y la cohesión social, sosteniendo la comunicación vital para la preservación de los valores que sustentan la comunidad.

## Los productos psíquicos en la Ciudad de Oaxaca son elementos importantes en la psicología de los pueblos y también elementos fundamentales para la comunicación

La palabra comunicación viene de *comunus*, es hacer comunidad, llevar un algo al espacio común, va más allá de informar, es involucrarse e involucrar a los demás, generar interacción con sensibilidad. La comunicación debe de ser interdisciplinaria, cuya base es la dialéctica, en un constante intercambio mutuo de signos y símbolos, desde la

conciencia de la colectividad y concibiéndola como una actividad ecológica responsable socialmente.

Esto traduce en el espacio público en formas de comportamientos y actividades, con técnicas, estrategias, participación social activa. Con este razonamiento se entiende que los productos psíquicos en la Ciudad de Oaxaca son elementos importantes en la psicología de los pueblos y también elementos fundamentales para la comunicación. eje rector de una campaña ganadora.



**Andrés Moreno Franco** (México) es psicólogo general. Nació en 1993, en Oaxaca de Juárez, Oaxaca. Es maestrante en la maestría de Comunicación Política y Organizacional, ha colaborado en el DIF como psicólogo brindando consultoría, participado en asociaciones civiles como Canica y catedrático del TEBCEO. *Productos Psíquicos en la Ciudad del Centro Histórico de Oaxaca* es un texto elaborado en 2021, en la materia de Psicología Social de la licenciatura en Psicología General de la Universidad Vasconcelos (Oaxaca, México).