

DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS, año 2, volumen 2, No. 3, octubre 2015-marzo 2016, es una publicación electrónica semestral editada por ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura, S.C. con dirección en Av. Chapultepec No. 57, segundo piso, colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06040 en México D.F. Tel. (55) 57094370, www.iconos.edu.mx, entretejidos@staff.iconos.edu.mx. Editor responsable: J. Rafael Mauleón R. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2014-073112002400-203, ISSN: 2395-8154, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este Número: J. Rafael Mauleón R., Av. Chapultepec No. 57, segundo piso, colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06040 en México D.F. Fecha de la última modificación 30 de septiembre del 2015.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Se permite la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes, siempre y cuando se den crédito a los autores y se licencien sus nuevas creaciones bajo condiciones idénticas y que siempre sean no comerciales.

Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual.



El objetivo de esta publicación es exponer los hallazgos y las perspectivas de toda la comunidad afín al espíritu y temática de esta publicación electrónica digital, orientada a difundir aportaciones de investigaciones relacionadas con la epistemología del pensamiento complejo y que reflexionen entorno a la cultura, así como con las producciones del ámbito de las tecnologías digitales, desde diferentes campos de estudio y a través de artículos originales, artículos de divulgación, revisiones críticas, estudios de casos, trabajos históricos, actualizaciones, reseñas y críticas.



Aparición: octubre 2015-marzo 2016

Año: 2

Volumen: 2

Número: 3-2015-16

ISSN: 2395-8154

Comité Editorial

Dr. Jorge Alberto Manrique (*UNAM*).

Dra. Julieta Haidar (*ENAH*).

Dr. Julio César Schara (*UAQ*).

Dra. Teresa Carbó (*CIESAS*).

Dr. Diego Lizarazo (*UAM-Xochimilco*).

Dra. Graciela Sánchez (*UACM*).

Dr. Félix Beltrán (*UAM- Azcapotzalco*).

Dr. Ignacio Aceves (*UAM-Azcapotzalco*).

Equipo Editorial

Editor en jefe: Dr. J. Rafael **Mauleón**.

Editor de desarrollo: Mtro. Tiberio **Zepeda**.

Editora Web: Mtra. Roselena **Vargas**.

Diseño Web: ICONOS Diseño.

Corrección de estilo y traducción: Ileana **Díaz** Ramírez

Relaciones públicas: Mtro. Francisco **Mitre**.



Situacionismo: Psicogeografía y deriva en la urbe, caso Ciudad de México

Por: Carlos Castillo



Fecha de Entrega: 15 de junio de 2015
Fecha de Aceptación: 23 de agosto de 2015



Resumen

El presente artículo medita sobre lo que fue el Movimiento Situacionista, así como la posible aplicación de algunas de sus herramientas teóricas en las expresiones urbanas de la Ciudad de México, cuestionando: ¿cuáles son las condiciones que indican el fenómeno psicogeográfico en una ciudad?

Es por ello que la estructura del presente artículo se basa en las definiciones de los conceptos señalados, aplicando ejemplos verificables a lo largo del texto.

Palabras clave

Situación, habitante, entorno, urbe, ciudad, percepción, publicidad, capitalismo, psicogeografía, deriva.

Abstract

This article aims to reflect on what was the Situationist Movement and the possible application of some of its theoretical tools upon the Mexico City's urban expressions, questioning: what are the conditions that indicate the psychogeographical phenomenon in a city?

That is why the structure of this article is based on the definitions of the aforementioned items using verifiable examples throughout the text.

Keywords

Situation, inhabitant, environment, urbe, city, perception, advertising, capitalism, psychogeography, drift.

Introducción

La escuela de Frankfurt expresó, dentro de sus líneas filosóficas, la crisis sobre la cultura que se vivía en Europa desde la segunda mitad del siglo XIX, la cual, señalaba era producto del desencanto de la razón y el embate contra la dialéctica hegeliana, que fuera el último gran sistema filosófico del mundo moderno. (Palacio, 99)

Parte de la ideología de la escuela de Frankfurt fue adoptada por el movimiento Situacionista que surgió en Francia en 1957 (Jorn, 40), el cual retomó la postura crítica de la escuela alemana con respecto de la decadencia cultural y artística imperante. Abanderados con esas ideas, los Situacionistas clamaron por una ruptura con el establishment ^[1] artístico de su época, abogando por una fusión entre la vida real, pese a su levedad cotidiana, con la vida imaginaria del individuo.

Guy Debord, filósofo francés cuyo nombre y figura se volvieron emblema del movimiento Situacionista, señaló a la Situación como fuente única de cualquier posible evolución intelectual: "Situación construida como momento de la vida prefabricado deliberadamente para la organización colectiva de un ambiente unitario y de un juego de acontecimientos..." (VV. AA., 15) El nombre del movimiento Situacionista es perfilado por los artistas, pensadores y filósofos que integraron dicha corriente ^[2] y quienes tomaron su identidad del significado aplicado del concepto Situación.

A continuación, y a partir de conceptos de uso común, se muestra una definición complementaria de Situación, la cual contempla la co-existencia indispensable de tres líneas significativas o dimensiones:

SITUACIÓN:

-f. Disposición de una cosa respecto del lugar que ocupa.

**En este caso la Posición y lugar refieren ubicación espacial.*



-f. Estado o constitución de las cosas y personas. *El Estado de las cosas refiere a la forma, al cómo de las cosas.

-f. Conjunto de factores o circunstancias que afectan a alguien o algo en un determinado momento.

*La afectación sucede en el tiempo. (Definiciones extraídas del Diccionario Real Academia Española)

De las definiciones anteriores se pueden extraer las tres líneas significativas que conforman al concepto Situación: espacio, tiempo y forma.

Los tres conceptos que construyen una Situación rigen cualquier expresión artística, por no decir a cualquier expresión humana. Espacio, tiempo y forma pueden representarse dentro de la linealidad del pensamiento occidental como tres dimensiones que funcionan, cada una en su propio ámbito, pero que eventualmente encuentran un punto de intersección denominado Situación:

El lugar común dice que la vida está hecha de momentos, en cambio la perspectiva Situacionista señala que la vida, en cualquiera de sus ámbitos, está hecha no de momentos, sino de situaciones.

1. Situacionismo en la urbe: Caso de la Ciudad de México

Debord y sus colegas propusieron una revolución de la vida a partir del replanteamiento de las situaciones cotidianas, iniciando en su entorno inmediato, la ciudad. Es probable que si las reflexiones de los Situacionistas se hubiesen dado en la campaña francesa, su situación, hubiese sido la vida rural. Pero las ciencias y las artes son fenómenos culturales que encuentran (sin ser exclusivo) mayor fecundidad y



Imagen 1: Elaboración propia 2013. Esquema del encuentro de las tres dimensiones, al nodo en el que se unen se denomina Situación.

difusión en los grandes centros de congregación humana, como las ciudades, centros propensos al cónclave de ideas y a su eventual migración hacia otros focos o puntos de encuentro social.

Esta característica, inherente a las ciudades, parece ser necesaria para el Situacionismo y es particularmente descrita, en apariencia de modo inadvertido, por otras disciplinas ajenas al Situacionismo, pero con las que encuentran un paralelismo, como es el caso de la Ecología Humana. (Park, 49) Bajo esa perspectiva se identifican y analizan las constelaciones típicas de las personas e instituciones producidas por su convergencia en un espacio, tiempo y modo específico (situación), junto con su consecuente propagación más allá de las fronteras inmediatas y, como lo demuestra la globalización, a niveles internacionales. Estas características las aprovecharon los Situacionistas para completar el nombre de su movimiento: Internacional Situacionista (irónico nombre oficial del movimiento que pretendía acabar con todo lo oficial).

La Internacional Situacionista buscó materializar sus ideales en la ciudad, reivindicándola como foro artístico o centro de operaciones culturales, y que sirviera como matriz para la gesta del cambio social y la conquista de la libertad: "... una ciudad para el juego y la creación de situaciones entendidas como ambientes momentáneos de vida." (VV. AA., 40) Los pensadores e intelectuales situacionistas clamaban por focalizar, en las ciudades, las medidas que los movimientos artísticos deberían tomar contra el poder y la pasividad organizada instalada en Europa, al menos en Francia.

Eventualmente su batalla quedaría rebasada por otras tendencias, que también fueron objeto de estudio de otra escuela de Comunicación: la Escuela de Chicago, que separada de la línea Marxista, sobre la que se erigió la escuela de Frankfurt y el movimiento Situacionista, esparciría sus teorías en un radio más amplio y preponderante en lo que refiere a sociología urbana. La escuela de Comunicación de Chicago fue contemporánea de la de Frankfurt y perfiló a la ciudad como un



laboratorio social donde verificar sus teorías sobre la comunicación de masas; las cuales parecen tener una simbiosis natural y mejor adaptable a la evolución urbana, que las teorías socialistas de la Escuela de Frankfurt. De este modo los publicistas y mercadólogos terminaron siendo los que mejor explotaron las situaciones para generar en los habitantes una conducta consumista, ya sea de carácter material o informacional.

A diferencia de la escuela norteamericana, la postura socialista de los Situacionistas asumía que los propietarios adormilados del entorno urbano, era a quienes se les debería mostrar el camino hacia la revaloración de su hábitat. Había que partir de un nuevo enfoque alejado del aletargamiento impuesto por los aparatos ideológicos del estado dominante (Althusser, 56), el cual era, y aparentemente sigue siendo, el estado capitalista.

Los Situacionistas buscaron el modo de revalorar la ciudad, trataron de crear nuevos modos de re-experimentarla; sus análisis partieron del urbanismo y de los espacios públicos, pero de un modo más transgresor, explorando los perfiles urbanos más ocultos y los más, aparentemente, intrascendentes de la ciudad. Buscaron que sus propuestas desviarán la atención de los habitantes del arte canónico y de la realidad impuesta, por ser estos herramientas de las maquinarias capitalistas, que pretenden inducir a los habitantes a percibir con apatía e indolencia la supuesta levedad de la cotidianidad. El propósito es instaurar un urbanismo capitalista basado en la necesidad de almacenar y distribuir productos y mercancía a lo largo de la urbe, convirtiéndola en un kilométrico exhibidor, en vez de un hábitat lúdico.

Los Situacionistas propusieron atraer esas miradas extraviadas hacia un nuevo imaginario urbano, volver la ciudad una ciudad de situaciones donde el Homo Ludens (Huizinga, 125) reapareciera y encontrara un entorno natural y apto para aprender a través del juego. Por lo tanto, las reflexiones Situacionistas giraron en torno a la relación de los seres humanos con su entorno y cómo se identifican con éste. Para los



Imagen 2: Elaboración propia, 2014. Las estructuras arquitectónicas urbanas actuales se proyectan y diseñan considerando la capacidad publicitaria de las áreas y superficies de dichas estructuras, es decir, se diseña un edificio buscando que sea, tanto habitacional como funcional, publicitariamente hablando.



Situacionistas era claro que el ser humano busca dejar su huella en todas partes, hacer suyo el mundo, ya sea de un modo pasivo, como puede serlo la captura fotográfica o de un modo activo, como lo es la delimitación territorial al levantar muros y fronteras.

Los situacionistas llamaron Psicogeografía al método empírico con el que se aborda la interacción entre entorno y aquel que le percibe. La Psicogeografía, como instrumento Situacionista, ha sido ensalzada por algunos pensadores por su elipsidad de contenidos y amalgamamiento conceptual, y detractada por otros, que la entienden como una mera pretensión por aderezar ideas simples y mundanas, equiparable a la acción de pasear (Amat, 42-43).

2. La Psicogeografía y Deriva en la Ciudad de México

La Ciudad de México no escapa de las técnicas de condicionamiento que trataron de denunciar los Situacionistas, al igual que en cualquier otra gran urbe. La ciencia y la tecnología se han visto mejor aprovechadas por aquellas maquinarias ideológicas imperantes, como es el caso de los medios de comunicación, que se han enfocado sólo al entretenimiento y a la comercialización, y en una medida ínfima, a la educación. Televisión educativa o cine cultural son conceptos relegados a minorías y en la Ciudad de México, también prevalece la victoria de aquellos que buscan insertar publicidad en cada momento, a cada paso y de cualquier modo (las tres dimensiones de la situación), en las vidas de los habitantes.

La Ciudad de México ostenta una indumentaria urbana sustentada en la publicidad de exteriores y que recubre buena parte de su extensión geográfica, esta "metáfora de vestir la ciudad" (Mauleón, 192), anuncia productos y servicios en distintos formatos. Un caso verificable se da en la Glorieta de los Insurgentes del Distrito Federal, aquellos que viajan en vehículo y rodean la glorieta pueden apreciar la



Imagen 3. Elaboración propia, 2014. La publicidad persuade a consumir, la propuesta capitalista es que a través del consumo podemos satisfacer los deseos, el sofisma es que la libertad de comprar es la felicidad, falacia argumentada sobre la espacialidad de la ciudad.



Imagen 5. Elaboración propia, 2014. La necesidad de publicitar genera aberraciones visuales, al brotar espectaculares en zonas donde no es posible apreciar desde ningún ángulo el mensaje.

pantalla animada que publicita varias empresas o corporaciones en un par de minutos.



Imagen 6. Elaboración propia, 2014. Al entroncar Av. de los Insurgentes desde Paseo de la Reforma, dos de las principales vialidades de la ciudad, una pantalla circular brota para atraer la atención de los conductores, a quienes les es imposible no atender a las imágenes animadas en la pantalla monumental.

Este formato de publicidad puede ser entendido como la cara sana del capitalismo, reflejando modernidad y desarrollo, pero oculta un rostro un tanto menos positivo, que es el reverso de la pantalla animada. Contracara forzosamente apreciable por aquellos que acceden a pie a la glorieta para dirigirse al transporte colectivo Metro y quienes deberán conformarse con apreciar, la esquelética espalda de la pantalla monumental que muestra la estructura férrea que sostiene el monitor animado.

Es importante señalar que los Situacionistas propusieron otra herramienta que facilitaba el proceso de percepción consciente de los efectos del entorno en cada habitante: la Deriva: método de tránsito



Imagen 6: elaboración propia.



personal que permite hallar los signos y significados que regularmente son invisibles para los ciudadanos estáticos.

La Deriva Situacionista tiene su antecedente en las llamadas Deambulaciones Dadaístas del siglo XX, acto que consistía en caminar sin rumbo fijo por áreas que usualmente no tendrían ningún atractivo estético; la Deriva Situacionista, descrita como: "Técnica de tránsito veloz a través de distintos ambientes" (Maderuelo, 178), consiste en un recorrido sin destino predefinido, en el que el andante reconoce los efectos psíquicos del entorno urbano, abriendo posibilidades cognitivas. La Deriva es distinta del paseo, porque en este último no hay intención de reconocer las afectaciones que va sufriendo el intelecto o las emociones durante el recorrido. Esto perfila a la Deriva como una operación simbólica que no puede ser capturada de modo sistemático en un texto escrito, en todo caso se puede aspirar a generar un mapa que señale el andar como un antecedente o prueba de dicha operación simbólica generando un Mapa Psicogeográfico, en el cual las distancias y los lugares no están medidos con base en medidas físicas, sino en cuanto a las experiencias acaecidas durante la deriva experimentada, la cual es de reglamentación muda, personal y donde interviene la intuición, la percepción o la sensibilidad; es un viaje hacia el encuentro de algo que se busca sin saber qué es, e implica una proyección del pensamiento sobre la materia (el entorno percibido). "La acción de percibir es ya una forma de pensar que se completa en el interior para después ser exteriorizada, comunicada." (López, 21) Otro de los teóricos del Situacionismo, el holandés Constant, equiparó a la Deriva con una desorientación, pero no en la acepción negativa de extraviarse, más bien, en el sentido más positivo de encontrar caminos desconocidos.

Al realizar una Deriva al interior de la Ciudad de México, una de las expresiones urbanas que se hace patente de manera inmediata es la hegemonía visual publicitaria, colocada muy por encima de las expresiones estéticas. Tanta publicidad, aparentemente necesaria para el funcionamiento económico de esta o de cualquier otra ciudad, ha

resultado en el empobrecimiento de las demás sensorialidades, lo cual provoca que el diálogo entre el habitante y su ciudad se degrade y se torne en una simulación.

Los excesos en cantidad y distribución de publicidad provocan, incluso, que ésta deje de cumplir su función original: vender, difundir o publicitar. En específico, se da paso, irónicamente, a una nueva característica de la publicidad de exteriores: dejar de ser herramienta o estrategia de venta, para volverse sólo una representación simbólica más de la urbe, la cual sigue incidiendo en el comportamiento del ciudadano, pero ya no para invitar al consumo, sino únicamente como un elemento sordo-mudo del panorama urbano. En ese sentido, la publicidad de exteriores se volvió tan visible, que se hizo invisible.

Conclusiones

Tras aterrizar una definición práctica del concepto de Situación, con sus tres dimensiones necesarias, se clarificó el origen del Movimiento Situacionista, con lo cual se hacen asequibles las definiciones de las dos herramientas principales con las que dicho movimiento pretendió ejercer sus ideales, la Psicogeografía y la Deriva.

Estas evidencian las expresiones de carácter urbano de las estructuras imperantes en las sociedades capitalistas, entre ellas, la publicidad de exteriores, que es un elemento inherente de las urbes, pero que gracias a su sobre-explotada presencia, provocada por la constante búsqueda de generar consumo, indispensable para el capitalismo, atraviesa por un proceso de re-significación, con el cual se separa de su propósito original, quedando asimilada como un elemento inherente de la ciudad, pero con el mismo efecto que el resto del mobiliario y equipamiento urbano. 🌀

Fuentes de consulta

- AA. Revista Internacional Situacionista, Vol. I. Madrid, Literatura Gris: 1999. PDF.
- Althusser, Louis. Ideología y aparatos ideológicos del Estado. México: Quinto Sol, 2004. Impreso.
- Amat, Kiko. "Se Llama Pasear, Guy". Revista Bostezo, 2º Trimestre 2011. Impreso.
- Huizinga, Johan. Homo Ludens. Madrid: Emecé Editores, 1972. Impreso.
- Jorn, Asger. Internationale Situacioniste, no. 2, Italia, 1958. PDF.
- López Rodríguez, Silvia. A. "Psicogeografía IX: Hacia una Subjetivación de las Investigaciones Urbanas". La Casa de Atrás. 10 de julio de 2008. 10 diciembre de 2012. PDF.
- Maderuelo, Javier. La Idea de Espacio en la Arquitectura y el Arte Contemporáneos, 1960-1989. Madrid: Ediciones Akal, 2008. Impreso.
- Mauleón Rodríguez, José Rafael. La Era e-Barroca y su Vestimenta Urbana: Lo mutable/ Inmutable en la imagen de los Objetos de la ciudad. Tesis Doctoral en Diseño. México: Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, 2013. Versión Digital
http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/2354/La_era_e-barroca_y_su_vestimenta_urbana.pdf?sequence=1
- Palacio Díaz, Alejandro del. "La escuela de Frankfurt: El destino trágico de la razón". Revista Casa del Tiempo. Abril 2005: <http://www.uam.mx/difusion/revista/abr2005/palacio.html>
- Park, Robert Ezra. La ciudad y otros ensayos de Ecología urbana. Barcelona: Ediciones del Sebal, 1999. Impreso.
- Perinola, Mario. Los Situacionistas. Madrid: Acuarela, 2010. Impreso.
- Real Academia Española. Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). 2001, 10 de septiembre de 2014. <http://lema.rae.es/drae/?val=situaci%C3%B3n>

Notas:

[1] El establishment es el modo hegemónico en el que una línea de pensamiento se establece en una comunidad o sociedad, generalmente por la autoridad de dicha comunidad, apoyada por una mayoría (Elias, 116).

[2] Se considera como fundadores de la Internacional Situacionista a: Guisepppe Pinot Gallizio, Piero Simondo, Elena Verrone, Michele Bernstein, Guy Debord, Asger Jorn, y Walter Olmo. (Perinola, 08)

Curriculum vitae

Carlos Alberto Castillo Reynoso

carlosgonzocastillo@yahoo.com

Estudios. Nacido en la Ciudad de México en 1979, graduado en el 2004 de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, con especialidad en Medios de Comunicación, por la Universidad del Valle de México, campus Lomas Verdes. Con Maestría en Comunicación y Lenguajes Visuales, por ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura en el 2014, con la tesis: "El Proceso de Comunicación Publicitaria en Exteriores: Psicogeografía de la Avenida de los Insurgentes del D.F."

Experiencia Laboral. Profesionalmente se ha desempeñado como docente en el área de Lenguas Extranjeras del 2005 al 2007 en el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica del Estado de México, Plantel Naucalpan. Posteriormente ingresó a al Gobierno del Distrito Federal, desempeñándose como Representante de la Jefatura de Gobierno en las Coordinaciones Territoriales de Seguridad Pública y Procuración de Justicia, del la Coordinación General del Gabinete de Gobierno y Seguridad Pública del Gobierno del Distrito Federal, hasta el 2009. Incorporándose posteriormente a la Coordinación General de Asuntos Internacionales del Gobierno del Distrito Federal como asesor en la Dirección para América hasta el 2012 donde, hasta la fecha, se desempeña como Subdirector de Enlace Diplomático y Consular.

Paralelamente, y como parte de su formación profesional, se ha certificado en los cursos: Nueva Agenda y Nuevos Enfoques en la Acción Internacional de los Gobiernos Locales y Regionales, impartido por el Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional (FAMSI) y la Universidad de Málaga. Nueva Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Distrito Federal. Capacitación básica en Adicciones para personal técnico operativo; impartido por el Instituto de Asistencia e Integración Social IASIS.

