

# NADA ES YA LO CONTRARIO DE NADA: LA SOCIEDAD DEL ESPECTÁCULO DE GUY DEBORD HOY

*Nothing is Any Longer the Opposite of Anything:  
Guy Debord's Society of the Spectacle Today*

ERIC-JOHN RUSSELL\*

[eric-john.russell@uni-potsdam.de](mailto:eric-john.russell@uni-potsdam.de)

En una época de tantos cambios, la teoría crítica de la sociedad se enfrenta al desafío de hacer frente a un objeto en perpetuo movimiento. Esto se agrava en un presente caracterizado por una irracionalidad abrumadora y en el que la única perspectiva parece ser que las cosas siempre pueden empeorar. Cuando cada nuevo día trae consigo un nuevo desastre, el horror reside en el ritmo con el que nos aclimatamos, sin tiempo ni reflexión, a una nueva normalidad de amnesia social. En una realidad así podría resultar fuera de lugar volver la vista a *La sociedad del espectáculo* de Guy Debord. Pues, como afirman los detractores del libro, se trata de una crítica del capitalismo de posguerra, cuyos motivos centrales –la sociedad de consumo, la publicidad, la pasividad del espectador, el romanticismo precapitalista o la alienación– no tienen nada que ver con las catástrofes sociales de nuestro presente: empobrecimiento económico, espectros del fascismo, colapso ecológico. Pero, si bien esos tropos que han rodeado el discurso de Debord han quedado en segundo plano con las obras que se han publicado en los últimos años sobre él (Jappe 1998, Bunyard 2018, Russell 2021), aquí quisiéramos sondear si una teoría crítica de la sociedad capitalista que pone de manifiesto una singular forma de dominación basada en imágenes, representaciones y apariencias no puede ofrecer una cierta coherencia en tiempos por lo demás tan incoherentes.

A menudo se olvida que la sociedad del espectáculo no es tanto una teoría crítica de las apariencias como una teoría de la *organización* de las apariencias. Esta confusión cobra fuerza con la diseminación de imágenes que a menudo se lamenta con cinismo, y que puede ejemplificarse en las industrias del entretenimiento y la publicidad. Sin embargo, como atestiguan las películas y autobiografías de Debord,

---

\* Universität Potsdam (Alemania).

éste no se dirigía contra las imágenes en cuanto tales. Por el contrario, el concepto de espectáculo se refiere más bien a un principio de organización interna de las imágenes que da cuenta de una diversidad aparentemente infinita de fenómenos sociales. El primer indicio de ello puede encontrarse ya en el propio título del libro: se trata de una *sociedad* del espectáculo, no de un conjunto de *espectáculos* particulares

Si el espectáculo es, por tanto, una *totalidad* de relaciones sociales mediadas por las apariencias dentro del modo de producción capitalista, se trata de un concepto que solo es operativo en el nivel de la sociedad en su conjunto: la justificación de uno de sus momentos es la justificación de su totalidad.

Para Debord el espectáculo designa la identidad reinante entre producción y consumo, trabajo y ocio, cultura y mercancía, Estado y economía, ideología y entorno material. El espectáculo no solo relativiza las distinciones entre producción y consumo, monopolio y competencia, valor de uso y valor de cambio, sino también las distinciones de clase, dejando atrás las personificaciones, representaciones, apariencias o imágenes de su propio movimiento. En este sentido, la décima tesis de la sociedad del espectáculo se revela fundamental: “El concepto de espectáculo reúne y explica una gran diversidad de fenómenos notables. Su diversidad y sus contrastes son las apariencias de esta apariencia socialmente organizada, que debe ser en sí misma reconocida en su verdad general. Considerado en sus propios términos, el espectáculo es la *afirmación* de la apariencia y la afirmación de toda vida humana, o sea social, como simple apariencia” (Debord, 1999: 40 [§ 10]).

De modo que la sociedad del espectáculo, como teoría crítica de la sociedad, no puede limitarse a ofrecer una letanía de “espectáculos” contingentes que pueden ejemplificarse en diferentes fenómenos sociales. Lo que Debord tiene en mente no puede consistir en poner a prueba imágenes particulares en nombre de otras imágenes más “realistas”, “representativas” o “empoderadoras”. Más bien se trata de designar lo que unifica las diferencias sociales y sus contenidos heterogéneos. En tanto que diagnóstico crítico del capitalismo del siglo XX, el concepto de espectáculo aspira a esclarecer lo que cohesiona los diferentes hechos de la vida social en su dimensión inmediata, a pesar de su aparente discontinuidad o incluso de sus antagonismos –del mismo modo que para el joven Marx el dinero tenía la capacidad mágica de transformar lo feo en hermoso y la estupidez en inteligencia–. La mayor ambición del espectáculo en sí sigue siendo “convertir a los agentes secretos en revolucionarios y a los revolucionarios en agentes secretos” (Debord, 1988:11).

Para Debord, el espectáculo como forma de unificación e integración sigue el principio de separación. Se trata de la separación social de los seres humanos, en primer lugar, entre ellos mismos, luego respecto de su propia actividad alienada y finalmente respecto a su propio sentido de experiencia histórica. Siguiendo la crítica del carácter fetichista de la mercancía de Marx, estas formas de separación adquieren fuerza positiva como apariencias que están más allá de todo control.

En la propia obra de Debord y en la Internacional Situacionista encontramos numerosos ejemplos de esta lógica de unidad en la separación: la apariencia de fracciones políticas supuestamente opuestas, imágenes de individualidad en competencia encarnadas por celebridades fruto de la publicidad, representaciones del proletariado bajo distintas formas organizativas, la aparición de un tiempo estructurado por la producción y la circulación de mercancías, la composición organizada del entorno urbano y la exhibición de disfrutes culturales. Estos son solo algunos de los aspectos de la vida cotidiana que la polivalente categoría de espectáculo intenta examinar críticamente. A través de ella, experiencias aparentemente diferenciadas son cuestionadas para poner de manifiesto cómo se condicionan mutuamente.

Las contraposiciones más pronunciadas y concretas que pueden encontrarse en la teoría del espectáculo son una serie de dicotomías que Debord elabora para poner de manifiesto cómo operan en un mismo sentido: trabajo y tiempo libre, campo y ciudad, Estado y economía y, por último, lo que Debord describe como las formas concentradas y difusas del espectáculo. Estas dos formas de espectáculo imperaban a nivel mundial a finales de la década de 1960: difusa, como la sociedad occidental basada en la abundancia de mercancías, y concentrada, como las sociedades del Este basadas en economías planificadas por el Estado y controladas burocráticamente.

Examinemos más de cerca, por ejemplo, la relación entre trabajo y ocio. Se trata de una crítica que aparece a menudo en los escritos de Debord y la Internacional Situacionista, donde el ocio –un inmenso sector industrial de servicios de diversión y entretenimiento que imponen la distensión– se corresponde estructuralmente con la restauración de la fuerza de trabajo gastada en el proceso de producción. En consonancia tanto con el concepto de vida cotidiana en Henri Lefebvre como con elementos de los escritos de Adorno sobre la industria cultural, en el espectáculo no encontramos “ninguna alternativa entre el trabajo y la distracción” (Adorno, 2005: 130).

En un momento histórico en el que Amazon está reorganizando el trabajo en los almacenes siguiendo el modelo de los videojuegos (Green, 2019) resulta difícil recordar una época en la que la distinción entre trabajo y tiempo libre estuviera tan marcada, y de forma tan nítida, como en las naciones industriales avanzadas durante el periodo de prosperidad de la posguerra, con sus elevados índices de PIB, sus altos niveles salariales, de productividad y de redes de protección social, que concedieron al proletariado un poder adquisitivo sin precedentes. Se trata de una situación que hoy resulta casi exótica: desde comienzos de la década de 1970 la realidad laboral ha estado marcada por la proliferación de mercados de trabajo flexibles, disponibilidad las veinticuatro horas del día, trabajo temporal, a tiempo parcial, estacional, en prácticas y por cuenta propia. Con todo, durante el periodo al que se refiere el diagnóstico de Debord, la distinción entre trabajo y tiempo libre parecía absoluta. Cada uno servía como justificación del otro. La unidad explícita entre trabajo y ocio ofrecía un registro ejemplar y socialmente palpable de la unidad entre producción y consumo, entre valor de cambio y valor de uso. Para Debord y la Internacional Situacionista, abolir el uno implicaba abolir el otro.

Otro ejemplo son las redes de transporte y comunicación. El capital, como Marx escribe en los *Grundrisse*, “rebaso por su propia naturaleza toda frontera espacial. Así, la creación de las condiciones físicas para el intercambio, de los medios de comunicación y transporte, [...] se convierte para él en una necesidad extraordinaria” (Marx 1986: 448). Marx se refiere a esta tendencia internacional del capital como “la aniquilación del espacio por el tiempo”, una observación que Debord integra en su diagnóstico de cómo el espectáculo unifica la ciudad y el campo. Lleva a converger la diversidad de los lugares en una unidad espectacular de equivalencia e “intercambiabilidad” (Debord, 1999: 144 [§ 168]). Se trata de un poder homogeneizador que unifica, derribando –como dice Debord parafraseando a Marx– todas las murallas chinas con su artillería pesada.

El espectáculo implica por tanto una dialéctica de la proximidad que “elimina la distancia geográfica”, pero solo para volver a establecer “internamente la distancia en forma de separación espectacular” (Debord, 1999: 144 [§ 167]). La unión que se consigue a través de la conmensurabilidad de diferentes lugares puede apreciarse en el turismo, la vivienda social y el automóvil. El urbanismo surge como un mecanismo moderno tanto de salvaguarda del poder de clase, por el que la población incurre en el aislamiento geográfico que se corresponde con su propio aislamiento

interno, como un mecanismo de “reintegración controlada” basado en las necesidades planificadas de producción y consumo.

Junto a la erosión del campo debido a la expansión de los imperativos comerciales urbanos, las realidades distantes se acercan cada vez más a través de las distintas tecnologías digitales. La ingenuidad del habitante del medio rural, que un día ignorara todo cuanto se encontrara fuera de círculo íntimo de su trabajo y su vida familiar, desaparece en el mundo interconectado. Sin embargo, la unidad de campo y ciudad cobra una nueva significación en nuestra actual “cultura en cuarentena”, que confunde por completo los polos del provincianismo y el globalismo, y no solo para el clamor de la derecha contemporánea.

Cada vez más aisladas entre las paredes de sus domicilios, las personas tienen acceso a una comunicación social sin precedentes. Aquí encontramos una síntesis polifacética entre la estrechez de horizontes de la vida rural y el cosmopolitismo de la cultura industrializada: la revalorización de la jardinería, la rigidez doméstica y el cotilleo va de la mano con el distanciamiento y la digitalización del aprendizaje, el trabajo, el consumo y la socialización. Cuanto más juntos, más separados.

A la inversa, las megaurbes de hoy se entremezclan con ecos de los antiguos contrastes de la vida rural, especialmente en los barrios marginales con infraestructuras improvisadas, poblados por fanáticos y charlatanes y regulados por economías de extorsión y la violencia de la mafia.

En síntesis, la lógica del espectáculo consiste en acentuar y embellecer las semejanzas a la vez que se niegan y se borran las diferencias. Cuando un gobierno estadounidense disuade a los inmigrantes de ir a su territorio, las diferencias entre Donald Trump y Joe Biden se evaporan dando lugar a un pensamiento espectacular que, al mismo tiempo, insiste en esas diferencias de forma muy dudosa. Se trata de una dinámica que Marx captó sumariamente en *La miseria de la filosofía*, cuando señala que “el sí se convierte en no, el no se convierte en sí, el sí se convierte tanto en sí como en no, el no se convierte tanto en no como en sí, los contrarios se equilibran, se neutralizan y se paralizan recíprocamente” (Marx, 1976: 164). El espectáculo es, como tal, un postulado de equivalencia derivado de las relaciones de intercambio, que mantiene unida una unidad de diferencias bajo un reino de apariencias.

La pobreza y la asistencia sanitaria asumen *la apariencia* de la responsabilidad individual, el Estado asume *la apariencia* de una obstrucción a los flujos de circulación del mercado libre, la mercancía asume *la apariencia* de fundamento de la

supervivencia, el proletariado saciado asume *la apariencia* de una buena calificación crediticia, la redistribución de la riqueza asume *la apariencia* de socialismo, un megalómano asume *la apariencia* de protagonista del fascismo, la cultura asume *la apariencia* de un mecanismo de empoderamiento, la lucha contra el racismo asume *la apariencia* de líderes democráticos arrodillándose vestidos con túnicas de penitencia, la economía sana asume *la apariencia* de una población sana, hasta la náusea.

Ya sea tras la victoria de Biden, plagada como estuvo de vacuos llamamientos a la unidad, o en el debate más superficial que se produjo en 2019 entre Slavoj Žižek y Jordan Peterson, cuya armonía de aparentes disparidades decía más del espectáculo que de la polarización política, donde quiera que hoy miremos podremos reconocer la vigencia del espectáculo como unidad en la diferencia.

Del mismo modo que el valor de cambio requiere del valor de uso como forma de manifestación, el espectáculo debe derribar las diferencias sin liquidar completamente la distinción cualitativa. Hoy en día no escasean los ejemplos en los que la estructura del espectáculo hace explícita la reconciliación, la cohesión y la unidad globales. Las diferencias absolutas entre el Primer y el Tercer Mundo parecen irrisorias frente a una pandemia global en la que los estados fallidos de occidente actúan como mecenas con raquílicas limosnas. La identidad subyacente entre trabajo libre y no libre, tan central en la crítica de Marx, nunca ha sido más pronunciada que hoy, cuando el primero anuncia claramente lo que siempre había sido: en la pandemia se exigía a los “trabajadores esenciales” que arriesgaran su vida. Las diferencias entre los ciudadanos y el estado se evaporan en los momentos de “responsabilidad cívica”. Velar por la obligación de llevar mascarilla y evitar las aglomeraciones sociales revela la unidad de *management* y autogestión. La crisis del coronavirus desdibujó aún más la distinción cierta entre un día y otro, dando lugar a una experiencia borrosa del tiempo que coincide con la ausencia de patrones meteorológicos claros y constantes para las estaciones.

Sin embargo, más allá de la política oficial y de estos fenómenos epocales, también somos testigos del hundimiento de las distinciones absolutas en el ámbito de la cultura. No se trata únicamente de que la separación *vintage* entre arte y entretenimiento ya no se sostenga, sino de que difícilmente puede mantenerse incluso un contraste nítido entre distracción y aburrimiento en medio de las anticipaciones no sublimadas que prometen la industria cultural y los servicios de *streaming*. Nos complace disponer de innumerables opciones, a la vez que somos conscientes

de que nunca lograremos una gratificación plena. Se trata de una nivelación de satisfacción e insatisfacción que solo puede ir acompañada por la unidad adicional de “alta” y “baja” cultura, donde la irrelevancia de la segunda desaparece a la vez que se evapora la relevancia de la primera.

En un mundo completamente estructurado por valores promedio, la alta y la baja cultura no pueden mantener su separación. En la radio suena el Mesías de Haendel e inmediatamente le sigue el tema principal de la banda sonora de Indiana Jones. Para el oyente, ambas forman parte del canon de la “música clásica”. Pero tampoco resulta sencillo delimitar dónde está el límite que separa los medios de comunicación de su comercialización. Los algoritmos basados en datos se venden al mejor postor y operan como presupuesto de toda comunicación *on-line*. Por último, resulta cada vez más difícil distinguir entre verdad y falsedad. De hecho, expresiones como “*fake news*” y “posverdad” circulan por todas partes como una especie de vernáculo popular. Se trata de una situación en la que cada fragmento de información concluyente se ve refutado aún en el mismo día, solo para verse reemplazado por certidumbres aún más efímeras. No queda ningún elemento de facticidad en el que no esté implicado, de un modo u otro, algún grupo de interés. La izquierda y la derecha se echan en cara recíprocamente la diseminación de “*fake news*” y desinformación. Pero, en palabras de Debord, ambas se expanden en “un mundo en el que no hay lugar para la verificación [...]. Tiene que haber desinformación y tiene que ser algo fluido y potencialmente ubicuo” (Debord, 1988: 48, 47). Toda apelación al periodismo “auténtico” insta una lucha dicotómica entre la facticidad inapelable y el engaño más superficial. Sin embargo, como ya mostró Marx en su crítica de la religión, la verdad de toda falsificación reside en un mundo que requiere de la mentira para reproducirse.

Aquí el concepto de Debord de la “ideología materializada” se revela instructivo. Para él la ideología no puede reducirse ni a un error subjetivo ni al partidismo de clase por el que un grupo intenta imponer sus intereses y convicciones a otro. En lugar de ello la ideología domina a la sociedad en su conjunto, no solo determinadas esferas particulares, por muchas contradicciones internas que ésta pueda presentar. Como escribe Debord, por eso “la pretensión ideológica adquiere una especie de exactitud luminosa y positivista: ya no se trata de una elección histórica, sino de una evidencia” (Debord, 1999: 171 [§ 167]).

Como en las reflexiones de Adorno, para Debord la diferencia entre ideología y realidad se ha derrumbado, la concreción del mundo se ha convertido en una

extensión sin fisuras de una espectacular exhibición de superficies. Si antes la ideología consistía en un falso reflejo del mundo real, el espectáculo tiende a un reflejo adecuado de un mundo *realmente* falso. Ya no puede abrirse ningún abismo entre las manifestaciones del espectáculo y una realidad social que las subyazca. En este proceso “la vida se ha convertido en apariencia” (Adorno, 2005: 15) y “hace tiempo que la mentira ha perdido su honesta función de engañar sobre lo real” (Adorno, 2005: 30). El espectáculo es la revelación fiel a la realidad de un mundo falso e invertido, que, por su parte, reproduce esa realidad como falsa. De este modo, los fenómenos de la vida social, iluminados de forma precisa, se convierten en su propia mistificación; no ya como un velo ilusorio, sino en tanto que vuelven transparente la realidad de la sociedad. No es posible ver el mundo tal y como realmente es.

Por supuesto, todas las unidades que se han descrito tienen sus determinaciones particulares. No pueden explicarse exhaustivamente con una única categoría, el “espectáculo”, a la que no se puede atribuir una omnipotencia causal. Con todo, el concepto de espectáculo tiene la ventaja de poner fin a las medidas que se quedan a medio camino. Mantiene viva la idea de que no se puede tener una cosa sin la otra: una comprensión sumamente valiosa, en la medida en que todo intento de emancipar a esta sociedad perfeccionándola o exorcizando algunos de sus males más manifiestos se enreda en enormes ilusiones.

*La sociedad del espectáculo* no se refiere a una realidad dual supuestamente escindida entre las fuerzas abstractas de las relaciones de mercado y una condición humana concreta, originaria y auténtica, sino a un único mundo social que se presenta con un rostro burlón y no necesita ocultar su intención: arrastrar a los seres humanos por un camino pavimentado de satisfacción que los lleva hacia la ruina. “@steak-umm” habla con una claridad *ajustada a la verdad*, pero también con una fidelidad patológica, cuando tuitea: “¿Por qué tantos y tantas jóvenes acuden a las marcas en las redes sociales en busca de amor, orientación y atención? Yo les diré por qué. Están aislados de toda verdadera comunidad, trabajan en empleos del sector servicios, empleos que odian y apenas les permiten llegar a fin de mes, y viven con importantes problemas personales y psíquicos”<sup>1</sup>.

Invirtiendo una frase de Adorno: la apariencia ya no está libre de la mentira de ser real. La sociedad se convierte en una continuación sin fisuras de su superficie: las circunstancias inmediatas de la vida se celebran y describen con precisión

<sup>1</sup> [twitter.com/steak\\_umm/status/1045038141978169344](https://twitter.com/steak_umm/status/1045038141978169344)



extrema, y el culto de lo fáctico se aprovecha para dar voz a lo malo existente. Esa es la superficie sin profundidad que Debord observó en el desarrollo del capitalismo durante el siglo XX y que sigue fructíferamente su curso en el siglo XXI: una organización de la apariencia en el que cualquier cosa puede convertirse en su contrario y en la que al mundo, tal y como es, le basta mostrarse para justificarse. Se trata de una dinámica que ningún concepto de “recuperación” puede comprender. Para cerrar con unas palabras atribuidas a Karl Kraus: también después de la época de Debord, de la era de la prosperidad de posguerra, algunas cosas son tan falsas que ni siquiera su contrario es verdad.

*Traducción del alemán: Jordi Maiso*

## REFERENCIAS

- ADORNO, Theodor W. (2005): *Minima Moralia. Reflections from the Damaged Life*, Londres: Verso.
- BUNYARD, Tom (2018): *Debord, Time and Spectacle: Hegelian Marxism and Situationist Theory*, Leiden: Brill.
- DEBORD, Guy (1998): *Comments on the Society of the Spectacle*, Londres: Verso.
- DEBORD, Guy (1999): *La sociedad del espectáculo*, Valencia: Pre-textos.
- GREEN, Dennis (2019): “Amazon is trying to make working in its warehouses like playing a video game”: Business Insider (22 de mayo): <https://www.businessinsider.com/amazon-makes-game-warehouse-workers-tasks-2019-5?r=DE&IR=T%3E>.
- JAPPE, Anselm (1999): *Guy Debord*, Berkeley: University of California Press.
- MARX, Karl (1976): *The Poverty of Philosophy*, en *Marx and Engels Collected Works*, vol. 6, Londres: Progress Publishers, 105-212.
- MARX, Karl (1986): *Economic Manuscripts of 1857-1868*, en *Marx and Engels Collected Works*, vol. 28, Londres: Progress Publishers.
- RUSSELL, Eric-John (2021): *Spectacular Logic in Hegel and Debord: Why Everything is as it Seems*, London: Bloomsbury.