

**Eric-John Russell: *Spectacular Logic in Hegel and Debord: Why Everything is as it Seems*, Nueva York: Bloomsbury, 2021, 272 págs.**

En el mundo anglosajón, la obra de Guy Debord se ha asociado a menudo con la omnipresencia de una vaga amenaza llamada “el espectáculo”, que no es más que una masa impenetrable de imágenes que ocultan la realidad del antagonismo social. Algunos estudios recientes han comenzado a esclarecer los malentendidos en torno a ese concepto central del pensamiento de Guy Debord, restableciendo la complejidad de su compromiso con la tradición filosófica marxista-hegeliana. *Spectacular Logic in Hegel and Debord* es una contribución central a esta restauración y ofrece algunas revisiones de los estudios que la han precedido. Pero, al hacerlo, aporta mucho más que un mero análisis de la influencia de Hegel en Debord. Además de situar la producción teórica de Debord en el marco del pensamiento dialéctico, Russell muestra en última instancia cómo el compromiso de Debord con Hegel pone de manifiesto la centralidad del uso continuado del concepto de “apariencia” para comprender “el carácter fenoménico de un mundo que no puede verse de otro modo” (p. 4).

El núcleo del estudio de Russell es el análisis de la forma de las apariencias en las sociedades organizadas por la economía política. Lo que Russell entiende por “apariencia”, como sugiere el subtítulo, es la forma en que el mundo se presenta a los sujetos en un sentido amplio, lo que incluye el tipo de inmediatez conceptual que se asocia con el término “ideología”. En la *Ciencia de la lógica* de Hegel, la apariencia denota más específicamente el modo en que el objeto se revela a sí mismo; allí, en una compleja dinámica que Russell despliega con refrescante claridad, la mera ilusión, *Schein*, se despliega en la más compleja *Erscheinung*, la apariencia cuya necesidad obliga al mundo fenoménico a ser portador de su propia verdad. Como en la famosa frase de Hegel, que Adorno comparó con los grandes climas de las sinfonías de Beethoven, “la esencia debe aparecer”. La categoría de apariencia abarca así los significados históricamente determinados de la “fenomenología”, cada uno de los cuales refleja de diversas maneras cómo el mundo “se revela” a la conciencia. Pero, para Russell, la “apariencia” [*Ercheinung*] es, más precisamente, el concepto que hace posible la filosofía especulativa de Hegel. La apuesta central del estudio de Russell gira precisamente en torno a las afinidades electivas entre lo “especulativo” –como relación directa entre apariencia y esencia– y el “espectáculo” –como manifestación histórica de esa relación–.

Del mismo modo, este reino de apariencias fue también el punto de partida de la crítica marxiana de la economía política. En *El capital*, Marx no comienza esta crítica con el trabajo, la circulación, la jornada laboral, el feudalismo o cualquier otro de los puntos de partida posible, sino con la mercancía: la manifestación sensible y ubicua del modo de producción, cuya lógica no tarda en poner al descubierto. En cuanto a Debord, el hecho de que la primera frase de *La sociedad del espectáculo* reproduzca la frase inicial de *El capital* indica desde el primer momento la intención de actualizar el análisis de la mercancía para ponerlo a la altura de su propia época: “La vida entera de las sociedades en las que prevalecen las condiciones modernas de producción se presenta como una gigantesca acumulación de espectáculos” (Debord, 1995: 12). La sustitución de “mercancías” por “espectáculos” no sólo denota una mercantilización generalizada, sino que también revela el proyecto de Debord de actualizar las formas de apariencia que, para Marx, ofrecen una visión profunda de la dinámica del capital (aunque sólo sea para dejar paso a otras perspectivas a medida que avanza *El Capital*). El cambio de énfasis de la mercancía al espectáculo no implica la desaparición de la forma mercancía como concepto analítico central, sino que más bien señala la tendencia incipiente de la mercancía a desplazarse hacia lo visual. Como la forma más elevada de mercantilización, la “imagen” es una de las manifestaciones más evidentes del espectáculo en la era de la omnipresencia de la publicidad, los famosos, la televisión que entorpece la mente, etc., pero lo que es más importante es que indica una cierta invasión de la forma mercancía en el propio aparato sensorial. Si bien la imagen es un lugar importante para comprender las mutaciones de la forma mercancía, el espectáculo no es idéntico a las “imágenes”, y su tendencia hacia la visualidad en el siglo XX “remite en última instancia al enigma del fetiche del dinero” (p. 104).

En tanto que expresión que condensa la transformación histórica del modo de aparición capitalista que presencia Debord, esta primera frase de *La sociedad del espectáculo* también sirve como ejemplo de la lógica situacionista –tomada de los letristas– del *détournement*. Éste consiste en un extrañamiento de un viejo contenido que, al verse situado en un nuevo contexto, hace que el viejo material emita un nuevo destello de relevancia. Pero quizá sea otro *détournement* de *La sociedad del espectáculo* el que permita un mejor acceso al erudito estudio de Russell, esta vez una reelaboración de Hegel: “En un mundo verdaderamente invertido, lo verdadero es un momento de lo falso” (Debord, 1995: 14). El primer capítulo del libro de Russell está dedicado a desplegar las implicaciones del aforismo hegeliano del que

proviene esta frase: “lo verdadero es el todo”. Retomado por Adorno, este aforismo revelaba que la totalidad social sólo podía ser comprendida a expensas de los propios particulares que la componen, dando así lugar a una profunda inversión: “el todo es lo falso”. Russell traza claros paralelismos entre la aproximación de Debord a esta problemática y la del propio Adorno, especialmente en la medida en que ambos prestan atención a la forma de las apariencias bajo el capitalismo tardío como la verdadera expresión de un mundo corrupto. Para Russell, esta es la única forma de dar sentido al concepto de espectáculo: el espectáculo no es la ilusión que oscurece el funcionamiento real de una sociedad, sino que es ese funcionamiento en sí mismo. El espectáculo no es una ofuscación de la lucha de clases, sino una de sus múltiples facetas.

Volviendo a la terminología de Hegel, Russell argumenta que muchas lecturas erróneas de Debord ignoran este núcleo racional en la cáscara mística del espectáculo, y podrían evitarse reconociendo que el espectáculo no está atrapado en el dualismo quimérico de la *Schein* –ilusión y realidad, engaño y verdad–, sino que es expresión de la necesidad interna de las *Erscheinungen* descrita anteriormente. Los momentos de esta paradójica identidad de esencia y apariencia en el espectáculo siguen tan de cerca los articulados en la *Lógica* de Hegel que, para Russell, el espectáculo puede considerarse la manifestación de esta última en la realidad (de modo análogo a como Adorno consideraba que la industria cultural era una realización de las formulaciones más fantasiosas del Idealismo alemán, industrializando la función del esquematismo conceptual que Kant había reservado para el individuo). Como Russell señala, esto se debe a que el concepto de espectáculo no se refiere tanto a las apariencias *per se* cuanto a su unidad u organización en una formación social dada, que alinea el espectáculo con las inversiones dialécticas entre valor de uso y valor de cambio analizadas por Marx. Si bien –en última instancia– Russell sostiene que el espectáculo debería considerarse la manifestación de la lógica subjetiva de Hegel, tales afirmaciones eluden en gran medida las espinosas disputas sobre la relación de Hegel con la crítica del capitalismo, en la medida en que el espectáculo no se refiere al capitalismo en particular, sino a una “teoría crítica de la sociedad” que se entiende mejor vinculada con la Escuela de Frankfurt que con los llamados teóricos posmodernos *à la* Baudrillard. Sin embargo, estas disputas vuelven a surgir cuando el espectáculo contemporáneo se considera como la fuerza semoviente y que se diferencia internamente que Marx denominó el “sujeto automático” del capital, y que guarda una similitud formal sorprendente con el automo-

vimiento del espíritu del mundo de Hegel (por lo que no es de extrañar que el propio Hegel estuviera familiarizado con la “mano invisible del mercado” de Adam Smith).

En este sentido, otro problema que el libro de Russell aborda es el de la “separación”, una cuestión que Debord toma de Lukács y el primer Marx. Al igual que en los estudios de Tom Bunyard y Anselm Jappe, en los que se basa el trabajo de Russell, el libro da cuenta detallada del proceso por el que los sujetos se revelan incapaces de reconocer los productos de su trabajo como propios una vez que el mundo social objetivo se ha “separado” de quienes lo han creado, adquiriendo el estatus de una “segunda naturaleza” inalterable. Russell sigue la pista de esta tradición y sus problemas, revisando a veces su tratamiento en la bibliografía reciente, en particular en lo que Russell considera un énfasis excesivo por parte de Jappe en la forma-valor y en la oposición que Bunyard establece entre la filosofía especulativa de Hegel y la lógica real del espectáculo. Aunque tiene en cuenta la influencia de hegelianos franceses como Hyppolite y Lefebvre, Russell se centra más directamente en el vínculo de Debord con la tradición alemana que va de Hegel a Lukács. Pero es cuando Russell retoma su lectura sostenida de la lógica subjetiva de Hegel y de la sección “Fuerza y entendimiento” de la *Fenomenología del espíritu* cuando esta obra destaca más netamente respecto a sus predecesoras. Es mejor no estropear nada de la lectura minuciosa e idiosincrásica que Russell hace de la filosofía especulativa de Hegel. Baste señalar que, como escribe Étienne Balibar en el prólogo al libro, este trabajo de Eric-John Russell “podría muy bien convertirse en una de las mejores introducciones críticas a la lectura de la *Lógica subjetiva*” (p. xviii).

Desde el comienzo del libro, Russell admite que su análisis se ceñirá exclusivamente a la lógica de las apariencias en la sociedad capitalista, dejando de lado una gran cantidad de material en el que no entrará este trabajo, ya de suyo enormemente ambicioso. No obstante, dado que las obras artísticas de Debord constituyen por propio derecho una profunda meditación sobre la organización social de las apariencias, cabría esperar que Russell ampliara sus reflexiones para dar cuenta de la práctica artística de Debord. Pese a que su producción audiovisual no fue muy prolija, Debord se consideraba ante todo un cineasta, incluso pese a que hizo una de las primeras –pero no la última– proclamaciones de la muerte del cine, por no hablar de su tentativa de que el arte se trasciendiera a sí mismo para construir una nueva realidad (y, en cuanto a los medios de comunicación en general, Debord no podría haber afirmado de forma más inequívoca que “los medios de comunica-

ción” son tan solo el ejemplo más inmediato y particular de un modo de apariencia que se extiende mucho más allá de ellos).

Sin embargo, buena parte de las fortalezas del libro de Russell se derivan de esta decisión de poner entre paréntesis dichos temas dentro del pensamiento de Debord. Esta omisión le permite ofrecer mucho más que un correctivo a la recepción de Debord en la academia anglófona, por muy necesario que éste siga siendo. Russell va mucho más allá de esos correctivos al proporcionar una declaración contundente de por qué –jugando con la frase de Oscar Wilde que sirve de epígrafe al libro– son solo críticos superficiales los que no juzgan por las apariencias.

Carson Welch

[carson.welch@duke.edu](mailto:carson.welch@duke.edu)