

# Imposible rebelarse: "el espectáculo está en todas partes".

Paola Ambrosoni.

Cita:

Paola Ambrosoni (2024). *Imposible rebelarse: "el espectáculo está en todas partes"*. III Congreso Internacional de Ciencias Humanas. Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, Gral. San Martín.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/3.congreso.eh.unsam/7>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/esz9/mT1>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

## “El espectáculo está en todas partes”<sup>1</sup>

Paola Ambrosioni

FFyL / UCA

Paolambrosioni@gmail.com

### Abstract

Una serie británica de fuerte acento distópico remite al pensamiento del polémico cineasta francés, Guy Debord (1931-1994). Me refiero al episodio titulado “15.000.000 merits” de Black Mirror (Charlie Brooker, 2013). Este trabajo intentará hacer explícita la relación entre los conceptos vertidos por Debord en su obra *La sociedad del espectáculo* (1967) y la visión crítica del consumismo capitalista propuesta por Brooker en la serie. Hay muchos puntos en común entre el libro y el episodio de la serie: las pantallas omnipresentes, la actitud sumisa de los espectadores y, sobre todo, el acondicionamiento alienante del mundo y las circunstancias vitales. Cualquier intento de protesta o rebelión se torna impensable: las imágenes espectaculares refuerzan permanentemente el reinado de la mercancía mientras los espectadores contemplan pasivamente lo que ofrecen las pantallas, cada vez menos dueños de su vida y de su tiempo, cada vez más separados de los otros. “...El espectáculo reúne lo separado, pero lo reúne en tanto y en cuanto está separado”. Explicaremos el concepto de “espectáculo” en Debord, que se relaciona con el desarrollo alcanzado por las tecnologías de la información en los años sesenta y tiene como base teórica al marxismo, sobre todo, algunos aspectos que el autor toma de G. Lukács: la crítica del valor que explica el fenómeno del “fetichismo de la mercancía” y la crítica de la economía política que, según Debord, se ha independizado, sometiéndolo a todos los aspectos de la vida y volviéndose en contra de la vida misma. A la luz de este análisis revisaremos el imaginario de la felicidad que la cultura contemporánea propone desde las mismas pantallas: ser una estrella en el cielo espectacular y vivir mediáticamente todas las experiencias posibles. Frente a la superficialidad de semejante propuesta quedará a la vista la necesidad urgente de la vida personal, la interacción social y los encuentros significativos para la realización plena de los seres humanos.

**Palabras clave:** Debord, Espectáculo, alienación, religión, economía política, mercancía.

---

<sup>1</sup> Texto de un *graffity* del mayo francés de 1968, cuyo original completo dice: “Proscriban los aplausos. El espectáculo está en todas partes.”

## El espectáculo según Debord

En 1967 el filósofo y cineasta francés, contestatario y fundador del situacionismo, Guy Debord, publica “La sociedad del espectáculo”. Allí conceptualiza la noción de “espectáculo” desde una perspectiva sociopolítica. Para eso tiene en cuenta el desarrollo alcanzado por las tecnologías de la información en los años sesenta y toma, como base teórica, al marxismo. Más específicamente, retoma algunos elementos del pensamiento de G. Lukács, como la crítica del valor que explica el fenómeno del “fetichismo de la mercancía” y la crítica de la economía política que, según Debord, se ha independizado, sometiendo todos los aspectos de la vida y volviéndose en contra de la vida misma. (Jappe, 1998,18)

Debord sostiene que, cuando la economía política ha logrado cierto grado de abundancia, ya no le alcanza con dominar el ámbito de la producción y comienza a colonizar también el tiempo de ocio de los trabajadores por medio del “espectáculo”: “...la mercancía ha logrado la *colonización total* de la vida social. La relación con la mercancía no sólo es visible, sino que es lo único visible: el mundo que se ve es su mundo.” (Debord, 1995, 42)<sup>2</sup>

Todo lo que se ve masivamente y se acata irreflexivamente, son imágenes espectaculares que confirman el reinado de la mercancía sobre la totalidad de la existencia. Estas imágenes atraen todas las miradas, impidiendo cualquier interacción social: “lo que liga a los espectadores entre sí no es sino un vínculo irreversible con el mismo centro que los mantiene aislados. El espectáculo reúne lo separado, pero lo reúne en tanto y en cuanto está separado”. (Debord, 1995, 29) En la medida en que los individuos produzcan y luego consagren su *tiempo libre* a la contemplación de lo que el espectáculo propone, no habrá ocasión para que surja una disconformidad que pueda impulsar un cambio en las circunstancias alienantes de la vida.

Constantemente retroalimentado, este falso modelo de “vida feliz” reproduce las condiciones de alienación general, es decir la negación de la vida. Si le agregamos el “acondicionamiento del territorio”, el urbanismo moderno que tiende a sofocar al individuo y la velocidad y simultaneidad con que se suceden las noticias generando una experiencia acelerada

---

<sup>2</sup> *La sociedad el espectáculo* de Debord, en la edición que utilizamos de editorial La marca, Buenos Aires, año 1995, está dividido en párrafos numerados. Las páginas, por este motivo, carecen de numeración. Cada vez que citemos esta obra lo haremos con numero de párrafo y no de página. Salvo en el caso del prólogo de Cristian Ferrer, que se encuentra numerado, como también los apéndices del final de la obra.

del tiempo, el objetivo está logrado: todo se vuelve funcional al reino de la mercancía y al consumo de imágenes que perpetúan la vida falsa.

A pesar del aparente dinamismo, el espectáculo es conservador. Por un lado, es “la reconstrucción material de la ilusión religiosa”. (Debord, 1995, 20) Proyecta una imagen del mundo deseable imposible de alcanzar: la vida propuesta por la publicidad y las celebridades mediáticas. Por otro lado, es la mejor manera de acabar con el diálogo: al mirar una pantalla aceptamos pasivamente su mensaje unilateral. Así, el espectáculo no se limita a ser un conjunto de imágenes, “sino una relación social entre personas, mediatizada a través de imágenes”. (Debord, 1995, 4) Hemos garantizado la continuidad del *statu quo* cuando reemplazamos el *agora* por las pantallas.

Esta obra de Debord es una crítica a las condiciones de vida en las ciudades europeas de posguerra y también una descripción concienzuda y profunda de las circunstancias vitales de esa época que, según el autor, se habían vuelto en contra de la vida misma. Desde entonces hasta hoy, el proceso no ha hecho más que intensificarse.

## **Debord y Black Mirror**

Cuando vi este episodio de Black Mirror, inmediatamente pensé en “La sociedad del espectáculo”. Una actualización, casi medio siglo después, de su diagnóstico social. No sólo por las pantallas omnipresentes y la actitud sumisa de los espectadores, sino más que nada, por la descripción de unas circunstancias vitales acondicionadas de modo tal, que cualquier intento de protesta o rebelión parece impensable: de un lado, las imágenes espectaculares, reforzando permanentemente el reinado de la mercancía y del consumismo. Del otro, los espectadores contemplando pasivamente lo que ofrecen las pantallas, cada vez menos dueños de su vida y más aislados entre sí, a causa de estas mismas imágenes que los mantienen hipnotizados.

El mundo distópico allí propuesto es uniforme y gris. La gente vive aislada en cubículos cuyas paredes son pantallas gigantes. Su vida acontece allí, mediante avatares. El bombardeo publicitario es permanente: *shows* de talentos, pornografía, humor barato y violencia. Se apela a lo más básico de la sensualidad y emocionalidad humanas. Todo se muestra y se consume en pantallas ubicuas, siempre visibles. No se puede ver nada más. Tampoco se puede dejar de mirar sin pagar una penalidad.

Los individuos pedalean generando energía mecánica que se transforma en eléctrica y mantiene las pantallas encendidas. Las pantallas encendidas, mantienen a los individuos pedaleando. La rutina así descrita es alienante. Pero nadie se queja y todos sueñan con triunfar en el *show* del talento, donde los jueces “*Wraith, Hope y Charity*” los absuelvan del pedaleo y garanticen su salvación por el éxito.<sup>3</sup> El rol que cumplía la religión para el marxismo y el espectáculo para Debord, ahora está a cargo de las pantallas omnipresentes. “Si antes nos redimía el más allá, hoy nos emancipamos por control remoto”. (Ferrer, 1995,13) Contemplando sus pantallas, los trabajadores siguen soportando una vida alienada que sólo ofrece trabajo y entretenimiento en pequeñas dosis, apenas un “atisbo del mundo redimido a través del consumo prometido.” (Ferrer, 1995, 26)

En semejante mundo, la única salvación consiste en triunfar en un “*reality*”. El protagonista hace lo imposible para que su chica pueda brillar allí, y finalmente lo logra. Pero en seguida el *show business* convierte a la inocente cantante en estrella porno y Bing, indignado, ensaya un discurso de protesta tan convincente que el canal le propone protestar *online* dos veces por semana.

### **Debord, Black Mirror y el mundo de hoy**

Es cierto que el episodio de Black Mirror es distópico y fuerza las cosas hasta el paroxismo. Hoy nadie vive encerrado en una celda con paredes de pantallas. No hace falta. Transportamos voluntariamente nuestra pantallita inteligente a cualquier lugar, porque no podemos vivir sin ella. Incluso cuando nos queremos retirar del “sistema”. En todas partes hay señal. “El problema es que hoy en día no hay desiertos”, dirá Merton, “sólo cabañas para turistas.” (Merton, 1966, 13) Y las vacaciones se venden *all inclusive*, en paquetes que ofrecen “experiencias”.

No es cierto que todos trabajemos como esclavos. Vivimos en una sociedad libre y democrática. Sin embargo, nuestras horas transcurren en piloto automático y, una vez cumplidos los compromisos laborales, nuestra libertad se limita a decidir cambiar de canal. O de plataforma de *streaming*. Siempre acatando las sugerencias del algoritmo. “El problema no es que la gente

---

<sup>3</sup> Los nombres de los jueces aluden a las virtudes teologales, con excepción de *Wraith*, que significa “fantasma”, y suena muy parecido a *Faith*. El hecho de que sean una especie de “trinidad” en un púlpito, también es elocuente.

viva más o menos pobremente, sino que vivan de un modo que escapa siempre a su control.” (Debord, 1995,186)<sup>4</sup>

La vida en las pantallas es la única realidad que cuenta y vernos allí garantiza nuestra desdibujada existencia. “Quien siempre mira para saber cómo continúa, no actuará jamás. Así debe ser el espectador”. (Debord, 1999, 34) La falta de experiencias vitales o su reemplazo por versiones falsas y empobrecidas, va generando una indigencia espiritual que rebaja nuestras metas y nos anestesia hasta hacernos sentir *casi* conformes. Sin lugar para una dimensión trascendente que ha sido banalizada, con una vida social mediatizada y superficial, sólo queda trabajar, producir y consumir nuestra dosis diaria de entretenimiento. Con toda lógica, el imaginario de la felicidad se impone desde las pantallas mismas: triunfar y ser una estrella en el cielo espectacular.

No es extraño, entonces, que muchos adolescentes de hoy sueñen con ser *influencers* o *streamers*, venderse bien. En el fondo, han aprendido lo único importante: se consideran a sí mismos “mercancía”. Dentro de las coordenadas de la vida falsa, “el objetivo de la competencia se limita a hallar un sitio más confortable en la alienación general.” (Jappe, 1998, 51-52)

Ciertamente, el monopolio visual del espectáculo hace muy difícil imaginar otro modelo de felicidad. Aun así, siempre habrá quienes protesten, porque el anhelo de plenitud humana no se deja engañar. Pero “El espectáculo está en todas partes” y la maquinaria del consumismo ha desarrollado una complejidad tal, que es capaz de procesar esa energía como materia prima para elaborar productos engañosamente falsos. Capaz de envasar la rebelión en dosis calculadas, como el programa de protesta de Bing, o los episodios de una serie distópica y contestataria que se vende por Netflix.

---

<sup>4</sup> Este texto pertenece al guión de la película *Crítica de la separación* y aparece en un apéndice del libro *La sociedad del espectáculo*. En este caso la numeración corresponde a la página del libro ya que no se trata de un párrafo del texto principal.

## **Bibliografía**

Debord, Guy, *La Sociedad del espectáculo*, Editorial La marca, Buenos Aires, 1995.

\_\_\_\_\_, *Comentarios sobre La sociedad del espectáculo*, Anagrama, Barcelona, 1999.

Jappe, Anselm, *Guy Debord*, Anagrama, Barcelona, 1998.

Merton, Thomas, *Raids on the Unspeakable*, New directions publishing Corporation, New York, 1966.