



ARTÍCULOS

UTOPIA Y PRAXIS LATINOAMERICANA. AÑO: 25, n° EXTRA 9, 2020, pp. 107-123
REVISTA INTERNACIONAL DE FILOSOFÍA Y TEORÍA SOCIAL
CESA-FCES-UNIVERSIDAD DEL ZULIA. MARACAIBO-VENEZUELA
ISSN 1316-5216 / ISSN-e: 2477-9555

Debord desbordado: la política del *hiperespectáculo*

Overflowed debord: the politics of hyperspectacle

José Arturo FIGUEROA GÜNTHER

<https://orcid.org/0000-0002-1570-4698>

jafiguero@uach.cl

Universidad Austral de Chile, Chile

Este trabajo está depositado en Zenodo:
DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4110866>

RESUMEN

A 25 años de su muerte, el pensamiento de Guy Debord merece ser revisitado, esta vez en condiciones que suponen una prueba de vigencia *La Sociedad del Espectáculo* (1967), la efervescencia de mayo del 68 y la crítica radical al capitalismo industrial. Este artículo sostiene la idea que el espectáculo debordiano no alcanza hoy en día para comprender el impacto del espectáculo hiperconectado. La hipermediación ha reconfigurado la relación entre cultura, poder y tecnologías digitales, abriendo paso a una política hiperreal y vacía; una nueva forma de representación que se evidencia claramente en nuestro continente y el mundo: el *hiperespectáculo*.

Palabras clave: Debord; espectáculo; hiperconexión; hiperespectáculo; tecnologías digitales; hipermediación.

ABSTRACT

25 years after his death, the thought of Guy Debord deserves to be revisited, this time in conditions that may represent a validity test for *The Society of the Spectacle* (1967), the effervescence of May 68 and industrial capitalism's radical criticism. This article supports the idea that today, the Debordian spectacle is not enough to understand the impact of a hyperconnected spectacle. Hypermediation has reconfigured the relationship between culture, power and digital technologies, opening the way to hyperreal and meaningless politics; a new form of representation that is clearly evident in our continent and the world -the hyperspectacle.

Keywords: Debord; Spectacle; hyperconnection; hyperspectacle; digital technologies; hypermediation.

Recibido: 16-06-2020 • Aceptado: 07-08-2020



INTRODUCCIÓN

Toda la vida de las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que era vivido directamente se ha desplazado a una representación. Tesis 1 (Guy Debord: 2007).

Revisitar a Guy Debord, obliga a releer, en lo posible, el alcance de su obra. Debord fue un intelectual complejo y sobresaliente. Su radicalidad se basó tanto en la potencia de su pensamiento, como en su capacidad de transitar en distintos frentes intelectuales, proponiendo en y desde ellos alternativas originales para re-comprender el arte, el cine, los medios de comunicación y la sociedad del capitalismo industrial en su conjunto en la cual le tocó vivir.

Sus primeras acciones artísticas se restringían a la organización de eventos en galerías que le permitían accionar cuestiones políticas en pro de una puesta en escena de lo que más tarde sería el capitalismo espectacular, llegando más tarde a la filosofía política propiamente tal, donde se ancla el eje gravitacional de su obra en términos generales (Gilman-Opalsky: 2011). En primera instancia, el trabajo de Debord es objeto de crítica por no poder romper las propias barreras que le impone el situacionismo capitalista, pues sus ataques se articulaban en prácticas que, si bien evidenciaban creatividad, ingenio y un carácter agudo, no lograban trascender un plano casi anecdótico cuyo contexto se las apropiaba y las hacía recircular en forma de autocríticas de margen (Hemmens: 2019). No obstante, lo anterior, en aquella época ya es evidente la centralidad que le otorga a la práctica social, cuyas manifestaciones paradigmáticas están en su obra más conocida -y, quizás, más radical-, a pesar de sus múltiples ediciones, traducciones y re interpretaciones. El propio Debord manifestó su molestia frente a dichas reproducciones diciendo: “de este libro, publicado a fines de 1967, han aparecido ya traducciones en una decena de países. La más de las veces, se produjeron varias en una misma lengua, por editores que competían; y casi siempre fueron malas” (Guy Debord: 2007). Más aún, estas eran para él reediciones monstruosas. A pesar de su molestia, lo más citado y recurrido del autor es, evidentemente, *La sociedad del espectáculo*. La obra permite una aproximación crítica y directa al artejo entre el capitalismo avanzado y su vehículo catalizador: las imágenes, particularmente, las mediático-visuales. En efecto, la edición norteamericana del libro tiene en su portada y parte trasera un guiño directo a la dimensión visual de la mediación y al modelo unidireccional de la comunicación de masas. Se trata de la famosa fotografía del público asistente a la proyección de una película 3-D¹, pues el cine -y por qué no, la televisión- es una figura elemental para la comprensión del espectáculo que propone Debord (Levin: 2002), mas no en los términos que la espectacularidad del medio cinematográfico hollywoodense despliega en la ficción, sino en su modo de representación elemental: la síntesis visual de una realidad y su reemplazo por otra. Dicho de otro modo, la descomposición y parcelamiento de una realidad y la reconstrucción de otra con otros códigos espacio temporales. El espectáculo de Debord es un entramado, una condición (situación) que designa relaciones históricas, culturales y socio económicas: “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas, mediada por imágenes” (Guy Debord: 2007). En esta y otras tesis, el autor devela el fondo epistémico de su teoría: el espectáculo es una cuestión de representación; de dominio de la imagen sobre el mundo real y de cómo se constituye en la realidad misma, a pesar de su carácter evanescente.

El mundo, a la vez presente y ausente, que el espectáculo hace ver, es el mundo de la mercancía dominando todo lo vivido. Y el mundo de la mercancía se hace ver tal cual es, pues su movimiento es idéntico al alejamiento de los hombres entre sí y frente a su producto global (G. Debord: 1998; 2007).

¹ La fotografía en cuestión fue originalmente producida por la revista *Life*, el 26 de noviembre de 1952, en la exhibición de apertura de la película *Bwana Devil*, el primer largometraje 3-D en color, en el Teatro Paramount en Hollywood.

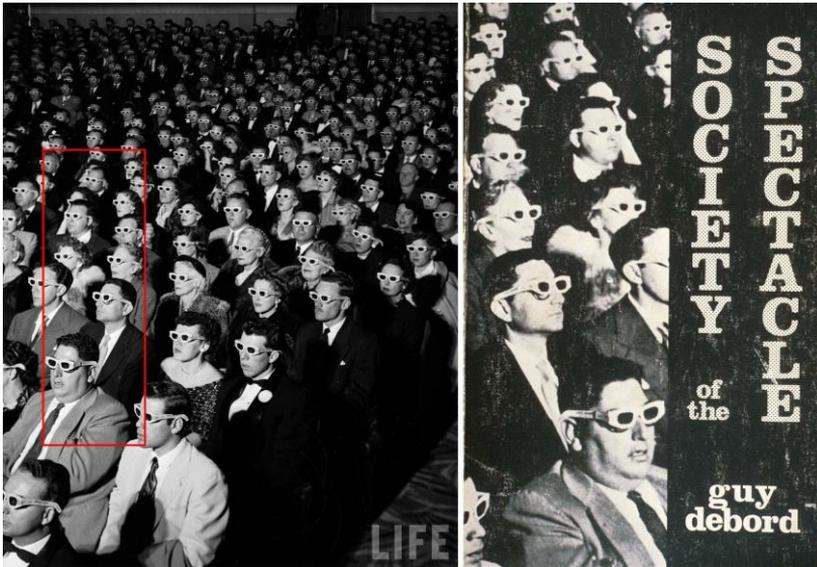


Figura. 1. A la izquierda la imagen original de la revista *Life* desde la cual la edición en inglés de *La Sociedad del Espectáculo* (a la derecha) tomó y editó un segmento para ser utilizado en su portada.

EL ORIGEN DEL ESPECTÁCULO

La sociedad del espectáculo (1967) compila una serie de reflexiones ya esbozadas por Debord en sus años de militancia en movimientos vanguardistas como la Internacional Situacionista (1957-72) y el Letrismo (1952-57). Ambas manifestaciones fueron inspiradas por el Dadaísmo, el Surrealismo, así como el Marxismo en sus formas más profundas y radicales, tomando también como fuentes de inoculación al anarquismo y el socialismo utópico. Los Situacionistas convergían en la negación del capitalismo avanzado y en la reivindicación de un cruce entre arte, política y vida cotidiana (Armano & Briziarelli: 2017). Más aún, hay quienes afirman que querían incluso ir más allá de las 'falsas necesidades' propias del capitalismo para crear otras nuevas por medio de la intervención radical de prácticas sociales cotidianas. Si bien Debord comienza como miembro del Letrismo, bajo el alero de Isadore Isou, adoptando el impulso reformista radical del trabajo artístico para proveerlo de nuevas formas de creación literaria y visual. En la década del 50, una facción más radical del movimiento Letrista se escinde y forma la Internacional Letrista. En este periodo surgen algunos de los conceptos más relevantes y fundacionales de la perspectiva situacionista como son la psicogeografía, la teoría de la *dérive* (la deriva) o prácticas de (re)significación como el *détournement*. En 1957, otros colectivos como el Movimiento Internacional por una Bauhaus Imaginista, la Asociación Londinense de Psicogeografía, entre otros, conforman, con Debord entre sus miembros, la Internacional Situacionista. Este grupo sería a la postre el grupo de vanguardia más radical de los años de posguerra, resumiendo la riqueza de la discusión en el mundo del arte europeo de las medianías del siglo XX (Armano & Briziarelli: 2017; Ontañón: 2012)². Su lanzamiento formal se hizo por medio de la publicación del manifiesto Informe sobre la Construcción de Situaciones³. Luego, después de varios quiebres y separaciones, el colectivo giró hacia una posición todavía más política que trajo consigo la teoría del espectáculo y la crítica al capital avanzado.

² Ver: <http://situaciones.info/revista/la-vanguardia-no-se-rinde-guy-debord-y-el-situacionismo/>

³ <http://www.bifurcaciones.cl/2005/12/informe-sobre-la-construccion-de-situaciones/>

El pensamiento de Debord y los aportes del Situacionismo practicaron la oposición frontal a la configuración económica y social que imperaba en Francia en los 50 y 60 producto de procesos intensos de industrialización y modernización. Como en otros países que atravesaron los mismos cambios, Francia vio incrementada su población urbana producto de la migración del campo a la ciudad. Esto dio lugar a una transformación de la vida cotidiana, en parte por el aumento del poder adquisitivo, la posibilidad de acceder a bienes y servicios propios de las urbes y la incorporación al hogar de aparatos que intervenían el uso del tiempo libre y la concepción del ocio, modificando incluso la disposición del espacio doméstico y la articulación de la vida doméstica. En este contexto, la Internacional Situacionista veía con fascinación la mutación de la esfera urbana producto de una modernización e industrialización abruptas. Debido a esto es que Debord intentó abarcar en su totalidad las dimensiones del capitalismo como proceso social y gestor radical de cambio (Armano & Briziarelli, 2017), justamente por sus implicancias la misma vida cotidiana, a través de la producción seriada, estilos de vida estandarizados y la irrupción del turismo fetichizado del que Francia era objeto de deseo según el ideal producido, entre otros, por el cine industrial. La acción política del situacionismo tuvo luego su punto más álgido, cuando participó activamente en los eventos de mayo de 1968, desde las universidades, ocupando la Sorbona y Nanterre⁴.

Sin hacer una valoración crítica de lo contradictorio de los resultados posteriores de las movilizaciones de ese año, sí se relevó como hecho innegable el poder disfuncional del capitalismo que imponía una nueva forma de vida, pero hacía igualmente crecer el descontento producto del desempleo, particularmente en los jóvenes, así como la instalación de un nuevo estado de seguridad que hizo decaer los salarios. Dicho de otro modo, la industrialización trajo consigo una nueva Francia que organizaba eficientemente sus fuerzas productivas y las concentraba para dar paso a grandes industrias como sería el caso de Renault. Sin embargo, esta nueva dimensión económica industrial se basaba, principalmente, en el ejercicio de un capitalismo que oprimía a la clase trabajadora y generaba en ella frustración y malestar. Todo lo anterior generó que hacia mayo del 68 hubiera cerca de 10 millones de personas en paralización durante varios días. Lamentablemente, el combustible del comienzo pronto se acabó y las elecciones de junio las ganó Charles de Gaulle. Parecía que el fuego de la frustración y el deseo de cambiarlo todo habían llegado a su fin.

Con todo, nota Lasn (2000), Debord sigue siendo, a pesar del paso del tiempo, un visionario que todavía no ha sido lo suficientemente reconocido, pues si bien fue casi canonizado en Francia después de su suicidio, fue luego lentamente olvidado (Lasn: 2000). Sin embargo, su aporte hoy en día, sigue teniendo importancia mayor, en tanto propone una crítica certera y atrevida al ideal que promueve el capitalismo, ahora en clave digital, sobrepasando a quienes, en la línea de McLuhan, entre otros, sólo llegaron a describir el poder de los medios de comunicación de masas. En efecto, Debord no sólo se quedó en la descripción y diagnóstico de la cuestión, sino que propone una alternativa emancipadora.

LA EXPANSIÓN DEL ESPECTÁCULO

La Sociedad del Espectáculo se consagró donde la mayoría de las obras que pretendieron trascender no lo lograron. Traspasó los límites de la academia y el pensamiento crítico, influyendo en espacios promotores de la emancipación del discurso intelectual y la penetración de imaginarios colectivos (Armano & Briziarelli, 2017). Vivimos en un contexto saturado de imágenes, donde las lógicas funcionales de mediación ya no son perceptibles, pero sí absorbidas por la vida social como un común denominador que transita libre de las distinciones debordianas de espectáculo concentrado o difuso, sino en y a través de uno completo, integral y omnipresente donde el capitalismo es la fuerza integradora y articuladora de lo social con el espectáculo ilimitado de nuestro tiempo. En este estado de relaciones, el problema de la representación se constituye en

⁴ Ver "On the Poverty of Student Life", panfleto producido por la Internacional Situacionista, a propósito de la efervescencia de los acontecimientos de mayo del 68, en: <https://archive.org/details/OnThePovertyOfStudentLife/page/n1>

el eje central de lo cotidiano, así como en la base estructural de la construcción de una imagen polivalente, polisémica y tecnológicamente mediada. Esto, entonces, convierte la perspectiva desarrollada por Debord en un enfoque atemporal, pues el espectáculo continúa presentándose como dispositivo de representación y como campo de circulación de la imagen en entornos ahora digitalizados. La vida social, la política y la organización del poder recae hoy más que nunca en la capacidad de que disponen los individuos públicos y privados de atravesar las dimensiones del tiempo y del espacio comunicativo en clave espectacular digital, por medio de las ya no tan nuevas tecnologías de la información y la comunicación que representan un nuevo modo de administrar y proyectar la hegemonía del capitalismo avanzado o, dicho de otro modo, el capitalismo digital donde la cultura visual ha encontrado su epítome de la mano de la omnipresencia de la imagen, donde la vida contemporánea sucede y se comunica por medio de pantallas (Mirzoeff: 2009). El espectáculo, entonces, es una clave interpretativa para comprender el acontecer social en todas sus dimensiones, pues los eventos visuales son los medios a través de los cuales el individuo contemporáneo significa su existencia y la codifica digitalmente.

Pareciera que cada vez tiene más sentido la reclamación de Baudrillard sobre el fin de la historia. Por cientos de años, la palabra escrita ha sido depositaria de la memoria (Fajardo: 2019; Gilman-Opalsky: 2011; Sipe: 1998). Lo escrito ha sido superado largamente por la ubicuidad de la imagen visual. Para Ramonet (2000), por ejemplo, las imágenes de cine y televisión se mezclan, en muchas ocasiones, con la vida misma, llegando al punto de producir angustias y depresiones debido, principalmente, a su sobreabundancia. (Ramonet: 2000). Bombardeo de imágenes que se produce a un nivel terciario de mediación, es decir, con la irrupción de aquellos medios que no funcionan, si no es a través de aparatos tecnológicos mediante (Pross: 1989, cit. en Figueroa & Browne: 2016). Es la emergencia de la hiperrealidad de Baudrillard, donde el original real es reemplazado y pierde su valor referencial (Baudrillard & Poster: 2001). Este nuevo modo comunicativo y sus lenguajes digitales propios de la inabarcabilidad de Internet, han penetrado el centro mismo de la cultura y la vida social contemporánea. Debord no fue el único que a fines de los 60 y comienzos de los 70 hacía ingentes esfuerzos por criticar y desmantelar el impacto de la nueva configuración mediática. La preponderancia de las tecnologías digitales había sido prevista, entre otros, por Hans Magnus Enzensberger. En "Elementos para una Teoría de la Comunicación" y "La industrialización de mente" originales de 1962 y 1971 y traducidos al inglés en 1974 y avizoraba los embates y las contradicciones sociales que las tecnologías mediales podrían desatar en el futuro:

Nos demos cuenta o no, la industria de la mente está creciendo más rápido que ninguna otra, sin excluir la industrial del armamento. Se ha convertido la industria clave del siglo XX (...)

La principal preocupación y negocio de la industria de la mente no es vender un producto: es vender el orden existente, perpetuar el patrón prevalente del dominio del hombre sobre el hombre, sin importar quién y por qué medios domina la sociedad. Su tarea principal es expandir y entrenar nuestra conciencia, con objeto de explotarla (Enzensberger: 1982, p. 10).

El problema que relevaba el alemán era la incapacidad que se tenía para entender la profunda marca que tendrían los medios en la 'industria de la conciencia' (Mike Wayne: 2016), quizás en un gesto inadvertido de referirse a la huella del espectáculo debordiano en los albores de la cultura capitalista digitalizada. Para entender este nuevo modo de espectacularización de la vida contemporánea se hace necesario indagar en la práctica de las grandes corporaciones mediales, poniendo especial atención en los efectos que su modus operandi instala en la construcción de una realidad que atiende a nuevas dimensiones de producción, consumo y existencia. Por tanto, los medios y quienes dominan hoy día el espectáculo digital lo hacen de forma convergente, en un ecosistema mediático desequilibrado y simulado. En este nuevo espectáculo, los mensajes que emergen de los medios no pretenden promover la discusión pública y el interés social general, sino extender discursos hegemónicos que atentan justamente contra el carácter democrático mismo de la vida social contemporánea.

Así, siguiendo a Habermas (1989), la discusión pública y los mensajes mediales que incitan a la reflexión y a una digestión más detenida son reemplazados por aquellos que exigen atención y respuesta visceral inmediata. De ahí que abundan en el espectáculo de los medios, las historias de corrupción, la crónica roja, los deportes y los eventos sociales de escaso valor informativo y ciudadano. La política y el interés público quedan desplazados a los rincones de la cobertura, desde donde se proyectan siempre y cuando contengan alguno de los elementos antes mencionados. En este ámbito, la distinción entre lo que corresponde a la ficción y los hechos es cuanto menos borrosa, si no inexistente. Este contexto genera el caldo de cultivo y las condiciones para que el nuevo capitalismo integral mediático concentre todavía más el mercado y los centros de ejercicio del poder que circulan en él, debilitando la noción de ciudadanía y traicionando la justa distancia entre política y comunicación. Al contrario, quienes defienden la expansión de la economía digital, argumentan que las nuevas tecnologías mediales promueven la participación en un modelo en que el usuario se presenta no como consumidor pasivo, sino como productor y destinatario, influyendo directamente en la discusión pública establecida sobre el diálogo entre pares y una estructura de carácter global y conectada. Todo esto bajo un supuesto en el que las diferencias sociales y las relaciones de poder desaparecen, supeditadas a un flujo comunicativo de tú a tú, de uno a varios o de varios hacia varios, que resguarda la privacidad de los interlocutores, transformando a la Internet es una suerte de ágora electrónico donde la discusión pública no sólo es bienvenida, sino incentivada una nueva forma de democracia participativa directa.

Evidentemente, este nuevo modo de comunicación presenta paradigmas de problematización originales. Si estamos en la era de la comunicación horizontalizada, sin límites territoriales, legales o sociales, ¿por qué, entonces, nos engulle una espectacularización cada vez más profunda de la política y la vida social? ¿Cómo es posible que el espectáculo sea el modo contemporáneo de hacer política, dirigir la discusión pública e incluso intervenir las instituciones democráticas más esenciales?

LA POLÍTICA DEL HIPERESPECTÁCULO

Para Debord la economía, la política, la vida social y la cultura en general estaban dominadas por formas de espectáculo (G. Debord: 1998). Si bien la afirmación es acertada, puede ser sometida a revisión, pues la mediación que observó Debord se inscribía en un contexto cultural que era, en efecto, inevitable. No obstante, el despliegue del espectáculo contemporáneo superó cualquier proyección. La sociedad actual está controlada por un espectáculo hiperconectado, cuya ubicuidad trasciende las dimensiones de la vida social impactándola de formas que todavía no son comprendidas en su real magnitud. La hipermediación cruza y superpone esferas políticas, económicas, culturales, comunicativas y sociales, por nombrar algunas. Esta nueva configuración de la relación entre cultura, poder y mediación digital han sido el sustrato, por ejemplo, para la emergencia de discursos de las derechas más reaccionarias, que se despliegan en el bajo la lógica del *hiperespectáculo*, a tal punto, que pareciera no haber una alternativa de comunicación a aquella espectacular hipermediada. Siguiendo la línea de Armano & Briziarelli (2017) y M. Wayne, Petley, Murray, & Henderson (2010), se trata de un nuevo estatuto espectacular a consecuencia de la nueva configuración de las tecnologías digitales, es decir, un 'espectáculo 2.0'. Sin embargo, la velocidad con que la cultura contemporánea se ha visto sometida a nuevas prácticas digitales de sentido y significación, obligan a ajustar el concepto pues la propia síntesis numérica no alcanza para abarcar la complejidad del fenómeno. Pareciera, entonces, más adecuado abordar el análisis desde la condición hipermediatizada de la cultura contemporánea y reformular la noción de Debord en clave digital, pues la correspondencia entre medios, política, medios y cultura colisiona cada vez con más fuerza y con mayor velocidad de impacto la vida cotidiana, creando hiperrealidades, simulacros y espacios de confrontación entre lo que es real y lo que no. En consecuencia, parece oportuno, dada la prevalencia de la multiplicidad de voces interconectadas, del cúmulo de nodos de hiperconexión de aparente infinitud rizomática de posibilidades, hablar hoy de *hiperespectáculo*. Guy Debord estaría seguramente impactado respecto del

alcance que ha llegado a tener el espectáculo como dispositivo⁵ de gestión de la política en las sociedades del capitalismo salvaje (Kellner: 2017). Sin duda, la hiperconexión digital ha sobrepasado por mucho la imagen espectacular y la política ahora es ahora un entramado que se despliega desde y por medio del *hiperespectáculo*.

TRUMP Y EL HIPERESPECTÁCULO

Desde la década del 90, occidente se ha obsesionado con el concepto y la idea de realidad. Se le atribuye a lo visual la capacidad de ser depositario por excelencia de lo real y ambas dimensiones son partes integrales de la cultura contemporánea (Van Bauwel: 2012). En aquel contexto altamente telediado es que el formato televisivo de telerrealidad irrumpe en el mundo entero, capturando la necesidad generalizada de materializar la vida en espectáculos en directo a través de la televisión y donde los eventos más extraordinarios son preparados, ensayados, editados para luego ser presentados sucesos reales. Ya desde los '80, pero con especial potencia en los noventas, Donald J. Trump explota su faceta mediática a través de apariciones regulares en programas de televisión y revistas sensacionalistas. Su carrera es opaca como lo es hoy día su presidencia. Hizo su fortuna en el mercado inmobiliario neoyorkino de los '80, usando hábilmente estrategias de publicidad que promovían su persona como un poderoso *selfmade man*. Sus cabriolas mediáticas siempre se basaron en el rumor, las descalificaciones a adversarios y el desprecio por las buenas prácticas del mundo de los negocios. Conocido es un libro *-The Art of The Deal-* que se le acredita, pero que no es de su completa autoría en el que describe su forma de hacer fortuna como una práctica posible sólo a su habilidad y olfato (Trump: 2016). El escrito en cuestión se promocionó como *bestseller* y su portada incluía la frase "Por un momento, Trump hace creer de nuevo en el sueño americano". Sus múltiples trucos publicitarios le permitieron aprender a dominar los códigos del espectáculo, llegando a tener su propio programa de televisión de realidad en el que hacía competir a jóvenes ejecutivos para convertirse en su aprendiz⁶. Trump llegó incluso a proponer una temporada en que compitieran personas blancas y afroamericanas (Hanbury: 2019). Su participación en *The Apprentice*⁷ hizo de la figura de Trump una celebridad y ese *momentum* lo aprovechó para convertirse en candidato a las elecciones presidenciales del 2016 en Estados Unidos. Todo sin tener experiencia política alguna, sino como maestro del *hiperespectáculo*.

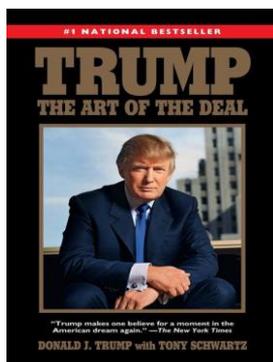


Figura. 2. Portada del Libro *Trump. The Art of the Deal* (2016)

⁵ Se utiliza aquí el concepto de dispositivo en la línea de lo preliminarmente propuesto por (Smith: 2013) y luego por (Aasman, Fickers, & Wachelder: 2018). El dispositivo es considerado como es una red de relaciones e incluye aquello que se presenta, más allá del medio o soporte, al espectador, junto con aquellos elementos que intervienen en el consumo de la representación (Albéra & Tortajada: 2010).

⁶ *The Apprentice*: <https://www.imdb.com/title/tt0364782/>

⁷ Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=V5876o4tXSE>

Naturalmente, la campaña electoral que lo llevó en primera instancia a hacerse con la nominación republicana y luego a enfrentarse a la candidata demócrata, Hillary Clinton, se llevó a cabo como un *hiperespectáculo* mediático que generaba titulares en cada mitin por sus discursos racistas, desbocados e insolentes. A lo anterior, un movimiento propio del *hiperespectáculo* político. Gran parte de sus opiniones y posición frente a temas de interés público, así como los ataques directos y destemplados contra sus contrincantes los hacía no en la televisión de la cual se benefició en los 90. Al contrario, la televisión y los medios tradicionales para Trump conformaban ahora un entramado del que él ahora se desmarcaba tildándolo de *fake media*. Al contrario, la voz de Trump candidato, primero, y Trump presidente, después, se proyectaba desde Twitter. Ahí, con sólo 140 caracteres provocaba insistentemente a sus adversarios y vociferaba contra los propios medios de comunicación que repetían incesantemente cada uno de sus ataques, amplificando aún más su figura, particularmente en el electorado conservador y rural norteamericano. Hasta el día de hoy, Trump una síntesis del *hiperespectáculo*, dominando la cobertura mediática con simulacros, amenazas y descalificaciones que han escalado hasta el punto que es de aquella tribuna digital desde donde emerge su figura como el presidente de la principal economía del mundo contemporáneo. El 2018, entre otras tantas bravatas, y adelantándose hábilmente a la carrera por la reelección, se dirigió a cuatro congresistas mujeres, tres de ellas ciudadanas norteamericanas, a instándolas a regresar "...a ayudar a arreglar los lugares totalmente quebrados e infestados de crimen desde donde vinieron"⁸. Lamentablemente, la figura de Trump como maestro del *hiperespectáculo* mediático tiene hoy al mundo en vilo. Si bien estuvo enfrentado a un proceso de interpelación (*Impeachment*) por su más que probable abuso de poder con una nación extranjera con objeto de sacar ventaja y sacar de juego a un adversario político, lo peor de su política extranjera ha sucedido en relación a Irán. El propio Trump dio la orden para efectuar un ataque teledirigido contra uno de los hombres más poderosos de Irán. A este respecto, el presidente de los Estados Unidos de América publicó en su cuenta la bandera de su país⁹ y luego instó a los congresistas a seguirlo en Twitter para enterarse de los pormenores del conflicto con el país de medio oriente. Por si fuera poco, las amenazas y respuestas al gobierno iraní se hacen desde la red social¹⁰.

LATINOAMÉRICA: UN PUEBLO AL SUR DE ESTADOS UNIDOS¹¹

Y el inocente pueblo de Latinoamérica llorará si muere Ronald Reagan o la reina.
Y le sigue paso a paso la vida a Carolina, como si esa gente sufriera del subdesarrollo
Los Prisioneros, "Latinoamérica es un pueblo al sur de Estados Unidos" (1986).

En Estados Unidos los estragos de la política y el *hiperespectáculo* de Trump están todavía por ser cuantificados. El modelo *trumpista* de ejercer el poder desde el escenario hiperreal del capitalismo digital terminará seguramente a la postre como una administración todavía más destructiva que la gestión imperialista

⁸ "Why don't they go back and help fix the totally broken and crime infested places from which they came. Then come back and show us how" (Trump, D. [realDonaldTrump]. 14 de julio, 2019). Recuperado de: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1150381395078000643?s=20>

⁹ <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1212924762827046918>

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=WuA3bSerYIM>

¹¹ Hago uso de esta expresión como un juego de palabras que referencia a la canción "Latinoamérica es un Pueblo al Sur de Estados Unidos" de la banda chilena *Los Prisioneros*, del álbum *La voz de los '80*. El disco en cuestión refuerza ideas de identidad latinoamericana e independencia cultural y contenía otras canciones como "Maldito Sudaca", "We Are Sudamerican Rockers" e "Independencia Cultural". El videoclip de la canción referida es relativamente desconocido y en él aparece la banda cantando en una ciudad de cartón, pintada de tras de ellos, quizás en una metáfora visual de la visión que tenía de Chile el país del norte. El video clip se puede ver en: <https://www.youtube.com/watch?v=Kjg2Foa2Yh4>

de Nixon, cuyo intervencionismo es bien conocido en este lugar del mundo¹². La de Trump es la presidencia del simulacro; de las imágenes poderosas y los discursos grandilocuentes, pero vacíos. Su acción se articula, en gran medida, por su impacto en la cultura del *hiperespectáculo*, a través de titulares, bucles noticiosos en medios televisuales y digitales. Para él, toda proyección en el tejido mediático digital es un pequeño triunfo que se desinteresa por el contenido. La estrategia es simple, pero efectiva: apoderarse de la agenda hipermediática con *tweets*, declaraciones desatadas y acciones más esquizofrénicas que racionales que refuerzan su gestión como un dispositivo de comunicación hiperreal. Su vesania en los últimos meses ha sido tal que, por ejemplo, mostrando escasa inteligencia de política internacional al retirarse, primero, unilateralmente del acuerdo nuclear con Irán y hoy provocando la desestabilización inminente del frágil equilibrio en medio oriente; también cuando visitó la Corea del Norte de Kim Jong Un, de quien se mofaba hasta el hartazgo, particularmente en *twitter*, llamándolo '*Little Rocket Man*' (Oliva & Shanahan: 2018). Quizás lo peor ha sido (y seguirá siendo) su obsesión por blindar a su país de las migraciones para lo cual se agenció hace meses de una cantidad de dinero insignificante para lo que significa llevar efectivamente a cabo su obsesión y promesa principal de campaña como es la de construir un muro en la frontera con México. Como es obvio, la obtención de dichos recursos, así como cualquier movimiento, por descabellado que sea, es siempre transformado por Trump en una victoria que se proyecta y amplifica hiperespectacularmente.

Detrás del muro, en Latinoamérica, la política del *hiperespectáculo* ha calado al punto que hoy están dadas las condiciones económicas, de concentración de los medios y los nuevos modos comunicativos para que las derechas megalómanas tomen por asalto la democracia en diversos países. En las escasas excepciones, los gobiernos transigen con las presiones de Estados Unidos, debido a la crisis migratoria y los problemas de estabilidad que atraviesan varias naciones. Ejemplos sobran. En Argentina el ex presidente Macri anunciaba cada uno de sus movimientos a través de *Twitter*¹³ y bajo su administración se aprobó -previa modificación de una ley de medios- una fusión de corporaciones de medios que otorga un poder casi absoluto a un grupo económico (Barreiro: s. f.). Por su parte, la expresidenta y hoy vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner hacía lo propio para atacar a Macri con *tweets*¹⁴ y defenderse de lo que a sus ojos era una persecución política, refiriéndose a las investigaciones judiciales que se llevan en su contra por corrupción. En Perú, el expresidente Alan García se disparó en la cabeza cuando la policía entraba en su domicilio para arrestarlo por haber recibido dinero de la empresa Odebrecht, trama de tráfico de influencias que cruza gran parte del cono sur. Sólo un día antes, publicaba un *tweet* que decía: "Como en ningún documento se me menciona y ningún indicio ni evidencia me alcanza sólo les queda la ESPECULACIÓN o inventar intermediarios. Jamás me vendí y está probado"¹⁵. En Brasil la derecha más extrema se hizo con el poder con una campaña efectista y artificiosa que recurría sistemáticamente al miedo y la inseguridad. Al comienzo de la carrera presidencial de 2017, Jair Bolsonaro era, en opinión de expertos electorales, un perdedor. Al cabo de un año, su victoria fue inapelable, pues interpretó el sentir silencioso del electorado más privilegiado del país con un discurso retrógrado, machista, homófobo y racista. Como Trump, Bolsonaro usó hábilmente los medios sociales como cajas de resonancia, las que controlaba personalmente junto a sus hijos. Nada se publicaba nada sin su aprobación y la mayoría de sus publicaciones digitales superan el millón de visitas (Saint-Clair: 2018). A su servicio tiene un ejército de repetidores, cuyos perfiles personales sirven para orquestrar regularmente operaciones mediáticas. Esta estrategia convirtió a Bolsonaro en un referente en discusiones sobre corrupción, seguridad y delincuencia, al tiempo que lo ha puesto del lado del negacionismo más extremo del cambio climático, a expensas de la deforestación del Amazonas en beneficio de grandes corporaciones.

¹² Para revisar el intervencionismo de Estados Unidos en Chile durante la presidencia de Salvador Allende, el libro "Carta Abierta a Agustín Edwards" (Urbe: 2002) es fundamental.

¹³ <https://twitter.com/mauriciomacri>

¹⁴ <https://twitter.com/CFKArgentina>

¹⁵ García, A. [@AlanGarciaPeru] (16 de junio, 2019). "Como en ningún documento se me menciona y ningún indicio ni evidencia me alcanza sólo les queda la ESPECULACIÓN o inventar intermediarios. Jamás me vendí y está probado". Recuperado de: <https://twitter.com/AlanGarciaPeru/status/1118128949920436224?s=20>

Si la política de derecha tiene a Trump, Bolsonaro y Macri, la izquierda tuvo su propio paradigma del *hiperespectáculo* en la persona de Hugo Chávez que durante su gobierno conducía su propio programa de televisión donde dialogaba directamente con sus telespectadores, abriendo a la audiencia su vida privada y favoreciendo su imagen con su discurso autocentrado (D. Erlich: 2005). Su presencia en Twitter era igualmente usual, aproximándose, muchas veces, a Trump por el tono bravucón de sus publicaciones. A esto, se sumaba el uso de los medios para provocar y hacerse de la agenda mediática internacional con declaraciones corrosivas y poco prudentes. Conocido es, entre otros, su discurso ante la Asamblea General de la ONU en que, dirigiéndose a la concurrencia decía para referirse a George W. Bush:

Ayer vino el Diablo aquí, ayer estuvo el Diablo aquí, en este mismo lugar. ¡Huele a azufre todavía esta mesa donde me ha tocado hablar! Ayer señoras, señores, desde esta misma tribuna el Señor presidente de los Estados Unidos, a quien yo llamo "El Diablo", vino aquí hablando como dueño del mundo. Un psiquiatra no estaría de más para analizar el discurso de ayer del presidente de los Estados Unidos. Como vocero del Imperialismo vino a dar sus recetas para tratar de mantener el actual esquema de dominación, de explotación y de saqueo a los pueblos del mundo (Chávez: 2006).

Con Nicolás Maduro como gobernante, Venezuela enfrenta hoy una crisis institucional que ha tenido episodios hiperespectaculares como el reciente intento del Grupo de Lima de propiciar un golpe de estado promovido por Estados Unidos, so pretexto de envío de 'ayuda humanitaria' para los venezolanos. Todo esto transmitido en televisión y tuiteado hasta el hartazgo por personeros de gobierno y presidentes de la región. La supuesta ayuda, había sido solicitada por el autoproclamado presidente de la Asamblea Nacional de Venezuela, Juan Guaidó, quien hasta el día de hoy se dice gobernante legítimo de Venezuela y denomina usurpador a Nicolás Maduro, cual conflicto entre protagonistas de un show de telerrealidad. Para colmo, el presidente encargado Guaidó, ejerce un poder sin soberanía alguna, a través Twitter¹⁶ intentando dominar el hiperespectáculo mediático para legitimarse ante la comunidad internacional. En el último tiempo, su figura ha decaído producto principalmente de los intentos fallidos de hacerse con el poder soberano del país y ha vuelto a aparecer en canales de televisión internacional intentando entrar a una sesión de la asamblea que lo erigió en su momento, mientras en el interior era proclamado otro opositor¹⁷. Todo como en una ficción televisiva.

PIÑERA HIPERESPECTACULAR

En Chile, como en otros países de la región, y muy en consonancia con la política hipermediada, tiene su propio maestro del espectáculo. Sebastián Piñera, elegido por segunda vez en las elecciones de 2017 es un empresario multimillonario que, al estilo de Trump, Berlusconi, Macri y tantos otros presenta más que unas cuantas sombras en su biografía como hombre de negocios. Entre ellas se cuenta una orden de arresto en la década del 80, luego de haberle sido imputado el delito de estafa contra un banco y haberse dado a la fuga¹⁸. Su fortuna la hizo durante esos años, luego de ser enviado a Estados Unidos a estudiar el sistema de las tarjetas de crédito. A su regreso, informó que el sistema no era factible de ser usado en Chile y, haciendo uso de los contactos que había logrado, integró el sistema por cuenta propia, amasando con ello al día de hoy más de 2.888 millones de dólares, cifra que lo ubica entre las mil personas más ricas del mundo, según el ranking Forbes (Forbes Magazine: 2019). En los 90, inicia con fuerza su carrera política e irrumpe en el espectáculo mediático con un episodio conocido como el "Kiotazo"¹⁹. Un adversario empresarial se presentó en un programa de televisión en vivo y reprodujo en directo desde una una radio-casete una conversación telefónica

¹⁶ Ver: <https://twitter.com/jguaido>

¹⁷ <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51022755>

¹⁸ <https://www.eldesconcierto.cl/2018/09/05/dinero-poder-y-politica-los-8-casos-de-los-que-ha-salido-airoso-sebastian-pinera/>

¹⁹ El video se puede ver en: <https://youtu.be/HaypKR2EJD8>

entre Piñera -por aquel entonces pre candidato a la presidencia de la república- y un colaborador en la que ambos conspiraban para sacar de carrera a su competidora Evelyn Matthei (Delgado: 2018).

Figura 3. Portada del Diario chileno *Las Últimas Noticias*, del 25 de agosto de 1992²⁰.



Conocedor de la espectacularización de la política, Piñera se hizo de la propiedad de uno de los 3 canales de televisión más grandes de Chile y desde ahí proyectó su figura como político de importancia, antes de comenzar su carrera presidencial. Con un medio masivo bajo su control y un dominio de la acrobacia política, aprendió los códigos del hiperespectáculo. Esta experticia la puso en práctica cuando recorrió el mundo mostrando el papel que daba cuenta de la supervivencia de los 33 mineros que habían quedado atrapados en un derrumbe, habiéndoselo apropiado, a pesar de que originalmente el grupo de hombres lo había enviado como testimonio a sus familias. Piñera lo plastificado y lo transformó en símbolo de la eficiencia de su gestión. Antes de eso, había ya bailado en televisión abierta "Thriller" de Michael Jackson²¹ y había copiado al dedillo las técnicas mediáticas de Barack Obama y luego del propio Trump. En efecto, su última campaña electoral tenía el slogan "Tiempos Mejores", la clave chilena del "Make America Great Again". Piñera gusta de las luces, tuitea y busca siempre el golpe efectista, yendo allí donde su presencia incluso innecesaria. Hace unos días, la ciudad de Osorno, en el sur de Chile, quedó por diez días sin suministro de agua potable, pues la empresa (privada, por cierto, y de capitales españoles) dueña de la concesión vertió petróleo en las piscinas de abastecimiento. Piñera, comprendiendo que había ahí una oportunidad para proyectar su imagen de autoridad presente, viajó a la ciudad para beber agua en televisión directa luego de haber sido reactivado -supuestamente- el suministro. Después de las fotografías, las declaraciones, y la correspondiente publicación en redes, Piñera volvió a la capital y la ciudad quedó nuevamente sin agua, demostrando que todo había sido un simulacro preparado para que el presidente se luciera en cámara. El episodio no fue más que otro truco publicitario. En su última victoria electoral se jactó insistentemente de su capacidad de conectar con el electorado digital. Orgulloso decía que era el político con más presencia digital, pues poseía más de 2 millones de seguidores en Twitter. Más tarde, un reportaje auditó sus *followers*, encontrando que más de la mitad de ellos correspondían a cuentas falsas y *bots*. Piñera había realizado otro truco publicitario. (Infante: 2019).

²⁰ LasPortadasDeTuVida [vidaeportadas]. (24 de agosto, 2018). "1992 agosto 24 – "Kiotazo. Un día como hoy, hace 26 años, Ricardo Claro daba a conocer en vivo en "A eso de" programa de Megavisión una grabación de Sebastián Piñera para bajar a Evelyn Matthei #Kiotazo #Piñeragate

¿Lo recuerdas?" Recuperado de: <https://twitter.com/vidaeportadas/status/1032949411935121409?s=20>

²¹ Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=Ml5rRAAqyEM>

EL OCTUBRE CHILENO COMO NUEVO PARADIGMA DEL HIPERESPECTÁCULO

Sin duda alguna, lo que comenzó a desatarse el 18 de octubre de 2019 en Chile marcará, segura y profundamente lo que será Chile de los próximos años. Si bien los acontecimientos que se iniciaron con las evasiones masivas de jóvenes en el metro de la ciudad de Santiago producto del alza de 30 pesos en el pasaje, todavía siguen repercutiendo y teniendo réplicas a lo largo del país. Este contexto a impuesto a la sociedad chilena la difícil elección de optar por un camino que definirá un país en ciernes. Por un lado, se presenta la irrupción de un movimiento social que aspira a un nuevo modelo, más inclusivo, equitativo, democrático y participativo. Por otro, la reconfiguración y restauración de un modelo neoliberal que trajo consigo lo que hoy tiene el tejido social chileno herido, cuando no desgarrado.

El espectáculo televisual hasta octubre de 2019 era un bucle noticioso de una normalidad soporífera. La concentración mediática y el duopolio que regentan más del 90% de la propiedad en dos grupos económicos, han conformado un sistema caracterizado por dinámicas de intercambio económico en el que pocos actores dominan el acceso a la información, constituyendo generalmente oligopolios (Guerra: 2019). Ese estado de las cosas tenía como centro del panorama informativo, sucesos de escaso valor informativo que se sostenían, básicamente, en lo que declaraban personeros de gobierno sobre proyectos de ley y lo que la oposición contestaba. A eso, se sumaban hechos que intentaban ahondar en las posibilidades de riesgo que podría significar para Santiago, la rotura de una matriz de agua que podría inundar, por enésima vez en el año, el comienzo de la zona alta de la capital. Aquellos días, se notaba un encuadre noticioso que tenía como marco la identificación de estudiantes del Instituto Nacional como un grupo de desadaptados que boicoteaban la normalidad de las clases y daban un pésimo ejemplo a los jóvenes de educación media del país, en tanto, formaban parte un establecimiento educacional emblemático, al tiempo que elitista, según los medios de comunicación y el propio sostenedor municipal, el alcalde.

Todo cambió el día 18. Después de varios días de evasión por parte de estudiantes secundarios, las estaciones del tren subterráneo amanecieron con fuerte resguardo de la policía de fuerzas especiales. Comenzaba el *hiperespectáculo* digital y televisual del octubre chileno. Ante la muestra de poder de la fuerza pública en medios sociales y la televisión que transmitía todo en directo, la explosión no se hizo esperar. Se arrojaban objetos contundentes a las vías, se rompían torniquetes y mobiliario. Una gran cantidad de jóvenes se tomaba las estaciones principales del centro y se hacía con ellas. Todo el país seguía la protesta en redes y medios televisuales. El efecto dominó de lo iniciado por los estudiantes secundarios llevó a que cerca de las 19 horas, Metro de Santiago anunciara que toda la red estaba paralizada. Ese día, apareció el primer video de lo que sería una serie de imágenes que se apoderarían de las redes sociales y harían incrementarse el malestar: un carabiniero había herido a una estudiante al usar su arma de servicio para repeler la protesta en una de las estaciones (Vega: 2019). Santiago se detuvo y sus avenidas principales mostraban gran cantidad de gente caminando desde sus trabajos por la falta de transporte público (Lin: 2019). Con ese telón de fondo, comenzaba a configurarse lo que vendría posteriormente. La gente comenzó a conversar con desconocidos. A organizarse para caminar hasta sus hogares y a celebrar los primeros atisbos de violencia callejera y a escuchar los primeros cacerolazos. La desproporcionalidad del accionar de carabineros con aquellas manifestaciones iniciales, sólo encendieron más los ánimos y de a poco comenzó a llenarse de personas la - hasta ese entonces- Plaza Baquedano, centro neurálgico de la capital chilena. Luego, vinieron las barricadas y la avalancha de mensajes de organización en redes, los videos y las fotografías que superaban por mucho en velocidad y alcance lo poco y nada que podían hacer los medios tradicionales que estaban intentando informar bajo una lógica que en ese momento desapareció. La muchedumbre desafectada los vio de un momento a otro como parte de un problema de enorme envergadura que iría dejándose ver día a día. El colofón del día, lo puso el incendio de un céntrico edificio de una distribuidora eléctrica que todo Chile vio cómo se desintegró en vivo y en directo, sobre todo, en redes sociales con transmisiones de personas comunes y corrientes que contra informaban lo que aparecía en los canales de televisión que hablaban de atentado, sin

tener evidencia alguna. Aquel día, emergieron las primeras consignas del llamado despertar de Chile (Lin: 2019). Comenzaron también los primeros saqueos de cadenas de farmacias, supermercados y tiendas de cadena. En la madrugada y con extraña sincronía, se quemaban las primeras estaciones de metro (Villaruel: 2019). El gobierno, sin entender todavía lo que sucedía, decreta Estado de excepción constitucional y anuncia la aplicación de la Ley de Seguridad del Estado (CNN CHILE: 2019). Lo primero abría las puertas para la salida del ejército a las calles para resguardar el orden público. Todo anunciado en directo y para todo el país que veía, por un lado, la contraposición entre un modo comunicativo que, aunque hiperespectacular, no daba cuenta en tiempo, espacio, alcance e impacto, que aquel producido por las bases mismas de la ciudadanía hiperconectada. Aquel día, Chile despertó y no volverá a ser el mismo. Las movilizaciones se extendieron al día siguiente a todo el país y el presidente aparece en televisión declarando que el Chile se encontraba en "guerra con un enemigo poderoso". Ante eso, la propia ciudadanía movilizaba erigía #ChileDespertó como el mantra que removió hasta las bases a la sociedad chilena. Como síntesis de la catarsis callejera masiva, sobre la fachada de un edificio emblemático de Santiago, ubicado en la misma plaza en que se daban las manifestaciones más intensas y masivas, se proyectaba gigante omnipresente, la palabra DIGNIDAD (Montesinos: 2019).

SÍ HAY FUTURO

Inicialmente este apartado era más bien pesimista, pues difícilmente se puede avizorar la superación del *hiperespectáculo* y la hegemonía del capital digital en la sociedad contemporánea. El activismo en tiempos de convergencia e hiperconexión parece casi imposible. Los medios sociales se han transformado en amplificadores de una infinidad de gritos, hacia todas las direcciones, pero sin destinatarios aparentes. Los malestares se propagan velozmente, pero, así como se diseminan, se repliegan y desaparecen, alcanzando escasamente a intervenir con fuerza los discursos políticos o a conformar ciudadanía conscientes. Estos nuevos activismos hiperconectados son incontrolables, incalculables, inconstantes y amorfos. Por eso no logran un efecto real de cambio (Han & Butler: 2017). La sociedad del hiperespectáculo no permite la comunicación organizada. Al contrario, apuesta a la desaparición de discursos de resistencia y a la individualización del sujeto digital, alejándolo de cualquier colectivismo y condenándolo a un narcisismo radical basado en apariencias e identidades virtuales y vacías. El sujeto social en la sociedad del *hiperespectáculo* es un individuo altamente conectado, pero al mismo tiempo aislado, abyecto y ensimismado. En la condición contemporánea la comunicación digital carece de marcas de comienzo y final. Es un bucle interminable en el que todos somos *'prosumidores'*²² en un territorio virtual y desmediatizado. La sociedad del *hiperespectáculo* ha socavado la era de la representación. Nadie quiere estar fuera del escenario hiperreal. Todos quieren la dádiva de la ubicuidad.

Es en este tinglado el capital digital y el *hiperespectáculo* parecieran cerrar posibilidades de futuros alternativos. Si en mayo del 68 las movilizaciones donde el situacionismo de Debord tuvo su epítome contra la cultura espectacular, no fueron capaces de sintetizar un mensaje claro y certero para los oídos del mundo entero que las escuchaba, ¿cómo podría hoy día articularse un cambio radical o un contraataque contra el *hiperespectáculo*?

Sólo con el reconocimiento del papel del espectáculo como eje central de la vida social, decía Debord, la realidad de la representación como vehículo de significación de las representaciones y la necesidad de combinar la teoría con la experiencia de la vida, es posible organizar formas de resistencia (*détournement*). (G. Debord: 1998; Guy Debord; 2007). Sólo a través del *détournement* es posible integrar las dimensiones de la cultura y las relaciones sociales. Este análisis, aunque lúcido y profundo, se sitúa en la cultura mediatizada de fines de los 60 y los 70, cuyos modos de comunicación respondían a la lógica industrial de masas que

²² Contracción de las palabras del inglés *producers and consumers* promovida por las teorías de los nuevos medios y la comunicación digital.

imponía el cine, la televisión y la radio (Bassetti, Teli, & Murgia: 2017). De ahí la importancia de someter la visión de Debord a la era de los nuevos medios electrónicos digitales, omnipresentes, más potentes y prevalentes en que se confunde la desmediatización y la sobreabundancia de imágenes y mensajes con un nuevo campo de libertad. Inversamente, en el *hiperespectáculo* son cada vez menos los agentes de poder y limitado el número de corporaciones que lo regentan. El capitalismo digital ha reconfigurado las esferas de la significación y somos todavía incapaces de imaginar el riesgo que esto implica²³. Pareciera, entonces, que el futuro será virtual; una gran representación *hiperespectacular*.

En algún momento este artículo finalizaba indicando que no había futuro. Sin embargo, y viendo lo que hoy sucede en Chile, donde la sociedad civil organizada ha reconfigurado el tejido social y ha generado nuevos modos comunicativos que subvierten el *hiperespectáculo* hiperconectado, justamente para conectarse en el espacio de lo real. Para intercambiar compartir experiencias, sueños y deseos de una sociedad mejor. Como se decía antes, Chile enfrenta hoy una elección compleja, pero esperanzadora. Es el momento en el que -al fin- la política del *hiperespectáculo* podría favorecer las condiciones para cambios reales y profundos.

Figura. 4. Fotografía de una manifestación en la ciudad de Valdivia, en el sur de Chile. Ese día en el país se manifestaron más de 2 millones de personas en lo que sería la marcha masiva más grande de la historia reciente de Chile. Los eslóganes parecieran homenajear al propio Debord cuando este en, en 1953, en la Rue de Seine en París, escribió en una muralla las que sería una de sus más infames máximas: "NE TRAVAILLEZ JAMAIS". En este caso se lee, entre otros: "#NO ESTAMOS EN GUERRA, ESTAMOS UNIDOS", subvirtiendo y resignificando el propio mensaje presidencial de la "guerra con el enemigo poderoso".



²³ El 10 y el 11 de abril de 2018, Mark Zuckerberg, el CEO de Facebook enfrentó a miembros del Congreso de Estados Unidos, tratando de contestar numerosas preguntas en casi 10 horas de declaraciones, a propósito del denominado escándalo de Cambridge Analytica en el que el papel de Facebook quedó en entredicho al quedar al descubierto la minería masiva y la transacción sistemática de datos de más de dos mil millones de usuarios.

BIBLIOGRAFÍA

- AASMAN, S., FICKERS, A., & WACHELDER, J. (2018). *Materializing Memories: Dispositifs, Generations, Amateurs*. Londres: Bloomsbury Publishing.
- ALBÉRA, F., & TORTAJADA, M. (2010). *Cinema Beyond Film: Media Epistemology in the Modern Era*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- ARMANO, E., & BRIZIARELLI, M. (2017). *The Spectacle 2.0: Reading Debord in the Context of Digital Capitalism*. Londres: University of Westminster Press.
- BARREIRO, F. (s. f.). "La fusión genera niveles inéditos de concentración" - El Economista. Recuperado 30 de julio de 2019, de [eleconomista.com.ar](https://www.eleconomista.com.ar) website: <https://www.eleconomista.com.ar/2017-07-la-fusion-genera-niveles-ineditos-concentracion/amp/>
- BASSETTI, C., TELI, M., & MURGIA, A. (2017). "Tin Hat Games – Producing, Funding, and Consuming an Independent Role-Playing Game in the Age of the Interactive Spectacle", En M. Briziarelli & E. Armano (Eds.), *The Spectacle 2.0_ Reading Debord in the Context of Digital Capitalism*. (pp. 167–182). <https://doi.org/https://doi.org/10.16997/book11.j>
- BAUDRILLARD, J., & POSTER, M. (2001). *Selected Writings*. Stanford: Stanford University Press.
- CHÁVEZ, H. (2006). *Discurso del Presidente de la República Bolivariana de Venezuela , Hugo Chávez Frías en la Sexagésima Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas*.
- CNN CHILE. (2019). *Presidente Piñera decreta estado de emergencia para el Gran Santiago*. Recuperado 13 de diciembre de 2019, de [cnnchile.com](https://www.cnnchile.com) website: https://www.cnnchile.com/pais/presidente-pinera-decreta-estado-de-emergencia_20191019/
- D. ERLICH, F. (2005). *Características y efectos del discurso autocentrado en Aló Presidente*. Boletín de Lingüística.
- DEBORD, G. (1998). *Comments on the Society of the Spectacle*. Nueva York: Verso.
- DEBORD, GUY. (2007). *La Sociedad del Espectáculo (2a ed.)*. Rosario: Kolectivo Editorial "Último Recurso".
- DELGADO, B. (2018). *A 26 años del «Kiotazo»: El día que Piñera conspiró para bajar a Matthei de la carrera presidencial | El Desconcierto*. Recuperado 28 de julio de 2019, de [El Desconcierto](https://www.eldesconcierto.cl) website: <https://www.eldesconcierto.cl/new/2018/08/24/a-26-anos-del-kiotazo-el-dia-que-pinera-conspiro-para-bajar-a-matthei-de-la-carrera-presidencial/>
- ENZENSBERGER, H. M. (1982). *Critical Essays* (R. Grimm & B. Armstrong, Eds.). New York: The Continuum Publishing Company.
- FAJARDO, M. (2019). *Intelectual argentina Beatriz Sarlo: "Durante 30 siglos la lectura ha sido el soporte de la memoria, eso cambió" - El Mostrador*. Recuperado 30 de julio de 2019, de [elmostrador.cl](https://www.elmostrador.cl) website: <https://www.elmostrador.cl/destacado/2019/07/29/intelectual-argentina-chile-tuvo-un-pasado-pobreton-que-a-lo-mejor-los-favorecio/>
- FIGUEROA, A., & BROWNE, R. (2016). "Terrorismo, pánico y locura en los trailers de Hollywood. Negación, apertura y explotación después del 11-S". En L. Veres & G. Llorca (Eds.), *Comunicación y Terrorismo* (pp. 45–55). Valencia: Tirant Humanidades.
- FORBES MAGAZINE. (2019). *Billionaires 2019*. Recuperado 28 de julio de 2019, de *Billionaires. The Richest People in The World*. website: <https://www.forbes.com/billionaires/#762ca067251c>
- GILMAN-OPALSKY, R. (2011). *Spectacular Capitalism: Guy Debord and the Practice of Radical Philosophy*. Nueva York: Minor Compositions.

- GUERRA, P. (2019). *Concentración de medios de comunicación. Conceptos fundamentales y casos de estudio*.
- HAN, B. C., & BUTLER, E. (2017). *In the Swarm: Digital Prospects*. Cambridge: MIT Press.
- HANBURY, M. (2019). Donald Trump proposed white-versus-black contestant Apprentice season - Business Insider. Recuperado 30 de julio de 2019, de *businessinsider.com* website: <https://www.businessinsider.com/donald-trump-proposed-white-vs-black-contestants-for-the-apprentice-2019-7>
- HEMMENS, A. (2019). *The Critique of Work in Modern French Thought: From Charles Fourier to Guy Debord*. Cham: Springer International Publishing.
- INFANTE, T. (2019). Mercado Bot: ¿qué son y cómo se compran? Recuperado 28 de julio de 2019, de *Revista Capital* website: <https://www.capital.cl/mercado-bot-que-son-y-como-se-compran/>
- KELLNER, D. (2017). "Preface: Guy Debord, Donald Trump, and de Politics of the Spectacle". En M. Briziarelli & E. Armano (Eds.), *The Spectacle 2.0: Reading Debord in the Context of Digital Capitalism* (pp. 1–13). <https://doi.org/https://doi.org/10.16997/book11.a>.
- LASN, K. (2000). *Culture Jam: How to Reverse America's Suicidal Consumer Binge—and Why We Must*. Nueva York: HarperCollins.
- LEVIN, T. Y. (2002). *Dismantling The Spectacle: The Cinema of Guy Debord* (T. McDonough, Ed.). Cambridge: MIT Press.
- LIN, T. (2019). "Hasta que la (plaza de la) Dignidad se haga costumbre. Violencias y espacio público en la protesta metropolitana". En K. Araujo (Ed.), *Hilos tensados Para leer el octubre chileno* (Impresa, pp. 299–314). Santiago de Chile: Editorial USACH.
- MIRZOEFF, N. (2009). *An Introduction to Visual Culture*. Londres: Routledge.
- MONTESINOS, E. (2019). *Delight Lab: Disparando luz en medio de la revuelta*. Recuperado 13 de diciembre de 2019, de *eldesconcierto.cl* website: <https://www.eldesconcierto.cl/2019/10/20/delight-lab-disparando-luz-en-medio-de-la-revuelta/>
- OLIVA, M., & SHANAHAN, M. (2018). *The Trump Presidency: From Campaign Trail to World Stage*. Cham: Springer International Publishing.
- ONTAÑÓN, A. (2012). "La vanguardia no se rinde": Guy Debord y el Situacionismo. *Situaciones. Revista de Historia y Crítica de las Artes de la Escola D'Historia de L'Art de Barcelona.*, (1).
- RAMONET, I. (2000). *La golosina visual*. Madrid: Random House Mondadori.
- SAINT-CLAIR, C. (2018). *Bolsonaro: o homem que peitou o exército e desafia a democracia*. Río de Janeiro: Editora Máquina de Livros.
- SIPE, D. (1998). *The Future of Oral History and Moving Images*. En A. Freund & A. Thomson (Eds.), *The Oral History Reader* (Ilustrada, p. 479). Londres: Psychology Press.
- SMITH, M. (2013). *Theses on the Philosophy of History: The Work of Research in the Age of Digital Searchability and Distributability*. *Journal of Visual Culture*, 12(3), 375–403. <https://doi.org/10.1177/147041291350203>
- TRUMP, D. (2016). *The Art of the Deal*. Londres: Random House.
- URIBE, A. (2002). *Carta abierta a Agustín Edwards*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- VAN BAUWEL, S. (2012). "The Spectacle of the Real and Whatever Other Constructions", En N. Carpentier & S. Van Bauwel (Eds.), *Trans-Reality Television: The Transgression of Reality, Genre, Politics, and Audience* (pp. 23–36). Lanham: Lexington Books.

VEGA, M. (2019). Videos muestran a manifestante herida y ensangrentada durante enfrentamiento con Carabineros. Recuperado 13 de diciembre de 2019, de Biobio.cl website: <https://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/region-metropolitana/2019/10/18/video-muestra-a-manifestante-herida-y-ensangrentada-durante-enfrentamiento-con-carabineros.shtml>

VILLARROEL, M. J. (2019). 20 estaciones quemadas y 41 con diversos daños: el recuento de Metro por jornadas de protestas. Recuperado 14 de diciembre de 2019, de Biobio.cl website: <https://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/region-metropolitana/2019/10/19/20-estaciones-quemadas-y-41-con-diversos-danos-el-recuento-de-metro-por-jornadas-de-protestas.shtml>

WAYNE, M., PETLEY, J., MURRAY, C., & HENDERSON, L. (2010). *Television News, Politics and Young People: Generation Disconnected?* Londres: Palgrave Macmillan UK.

WAYNE, M. (2016). "Hans Magnus Enzensberger and the Politics of New Media Technology". En D. Berry (Ed.), *Revisiting the Frankfurt School: Essays on Culture, Media and Theory* (pp. 192–224). Nueva York: Taylor & Francis.

BIODATA

José Arturo FIGUEROA: Profesor del Instituto de Comunicación Social y director de la Escuela de Periodismo de la Universidad Austral de Chile, en donde imparte asignaturas de producción medial y comunicación audiovisual. Ha realizado diversos trabajos de creación documental y video experimental, así como investigación en estudios culturales, cine doméstico y nuevos lenguajes mediales. Actualmente desarrolla una plataforma multimedia de repositorio de contenidos audiovisuales relacionados con las revueltas sociales chilenas de octubre de 2019 (<http://www.narrativasdigitales.cl>).