

# DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

La influencia de los medios audiovisuales en las decisiones políticas: un análisis desde la perspectiva de Guy Debord en torno a lo que se considera una sociedad de espectáculo

Adrián Adolfo Martínez Niño

Trabajo de Grado para Optar el Título de Filósofo

Director

Rafael Gonzalo Angarita Cáceres

Doctor en Filosofía

Universidad Industrial de Santander

Facultad de Ciencias Humanas

Escuela de Filosofía

Bucaramanga

2022

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

### **Dedicatoria**

El esfuerzo realizado no es solo individual, también es colectivo, quienes hicieron parte de esta construcción quizá no puedan ser nombrados uno a uno, pero saben quiénes son y lo mucho que me honra el haber contado con su experiencia y apoyo. Dedico este espacio para enaltecer sus labores y sus vidas. Espero haber plasmado con gran esfuerzo aquello que lograron transmitir con su enseñanza.

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

### **Agradecimientos**

Agradezco a la vida por darme la oportunidad de lograr aprender algo nuevo, por honrarme con conocimiento el cual me otorga con su experiencia y me permite seguir adelante a pesar de las múltiples dificultades que me llevaron hasta aquí. A mi familia por el inmenso apoyo, aunque como todo en cualquier momento presenta tropezones, no fue un impedimento, sino un impulso para decidir lograr un objetivo. A mi alma mater por permitirse vivir una experiencia de la cual espero haber aprendido y del mismo modo, haber aportado para su crecimiento. A los profesores y profesoras que influenciaron en mí, que me demostraron que esta profesión es más versátil de lo que se cree y no está estancada, sino todo lo contrario, cada día se hace más presente en nuestras vidas, solo es cuestión de tener un enfoque al que se quiere llevar la filosofía.

**Tabla de Contenido**

Introducción .....	7
1. Sobre El Interés De La Teoría De Debord .....	10
1.1. La Sociedad Del Espectáculo .....	14
1.2. Qué Es Una Decisión Política .....	21
2. La Influencia De Los Medios Audiovisuales .....	28
2.1. Análisis De La Influencia De La Internet .....	36
2.2. Análisis De La Película <i>Brexit: The Uncivil War</i> . .....	40
3. La Influencia De Los Medios Audiovisuales En Las Decisiones Políticas.....	45
Conclusiones .....	49
Referencias Bibliográficas .....	50

# DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

## Resumen

**Título:** La influencia de los medios audiovisuales en las decisiones políticas: un análisis desde la perspectiva de Guy Debord en torno a lo que se considera una sociedad de espectáculo. \*

**Autor:** Adrián Adolfo Martínez Niño. \*\*

**Palabras Clave:** Debord, Sociedad del Espectáculo, Política, Medios Audiovisuales, Lenguaje.

**Descripción:** Los medios audiovisuales, junto con los medios de comunicación, han sido considerados como una herramienta de uso y difusión. Mucha de esta información es utilizada para influir en los gustos de los sujetos para impulsarlos a sentirse identificados y también desear el acceso a bienes o valores del mundo. En la actualidad existe una inmensa producción de contenido audiovisual que funge como instrumento de unificación de la sociedad. Ante esto aparece el cuestionamiento sobre los medios de comunicación y la influencia que tienen en las decisiones políticas de las sociedades, problema que bien aborda Guy Debord en su obra *La sociedad del espectáculo*. De ahí que esta monografía se proponga determinar la influencia de los medios audiovisuales en las decisiones políticas a partir del análisis que hace Debord con respecto a lo que es una sociedad del espectáculo. Para tal efecto se recurre a un proceso de análisis de discursos audiovisuales: los medios audiovisuales (videos, entre otros), han sido una de las herramientas con las cuales se ha plasmado la información de manera más eficiente, logrando que los medios de difusión de información lleguen masivamente y con una mayor efectividad a los ciudadanos, lo que Debord denomina “lenguaje del espectáculo”, donde se genera una influencia en la toma de decisiones, basándose en cómo puede llegar a influenciar la información.

Los análisis revelan que se debe reconocer a los medios audiovisuales como una herramienta que produce y transmite información, con ayuda de los medios de comunicación y las redes masivas de información, que puede llegar a influenciar la manera de observar las dinámicas sociales de cada persona. El papel que juegan los medios audiovisuales en la toma de decisiones políticas es relevante para el desarrollo social en la modernidad. Esta investigación se desarrolla en tres capítulos en donde se va a trabajar la teoría de Debord con las decisiones políticas.

\* Trabajo de Grado

\*\* Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Filosofía. Filosofía. Director: Pro. Rafael Gonzalo Angarita Cáceres. Doctor en Filosofía

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

**Abstract**

**Title:** The influence of audiovisual media on political decisions: an analysis from the perspective of Guy Debord around what is considered a society of spectacle. \*

**Author:** Adrián Adolfo Martínez Niño. \*\*

**Keywords:** Debord, Entertainment Society, Politics, Audiovisual Media, Language.

Audiovisual media, along with mass media, have been considered as a tool for use and dissemination. Much of this information is used to influence the tastes of the subjects to encourage them to feel identified and also to desire access to goods or values of the world. Nowadays there is an immense production of audiovisual content that serves as an instrument of unification of society. This raises questions about the media and the influence they have on the political decisions of societies, a problem well addressed by Guy Debord in his work *La société du spectacle* (The Society of the Spectacle). Hence, this monograph sets out to determine the influence of the audiovisual media on political decisions based on Debord's analysis of what a society of spectacle is. For this purpose, a process of analysis of audiovisual discourses is used: audiovisual media (videos, among others), have been one of the tools with which information has been captured in a more efficient way, making the media reach citizens massively and with greater effectiveness, which Debord calls "language of spectacle", where an influence on decision making is generated, based on how it can influence the information.

The analyses reveal that the audiovisual media should be recognized as a tool that produces and transmits information, with the help of the media and mass information networks, which can influence the way of observing the social dynamics of each person. The role played by the audiovisual media in political decision making is relevant for social development in modernity. This research is developed in three chapters where Debord's theory will be worked with political decisions.

\* Degree Work

\*\* Faculty of Human Sciences. School of Philosophy. Philosophy. Director: Prof. Rafael Gonzalo Angarita Cáceres. Phd. in Philosophy.

# DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

## Introducción

La presente monografía tiene como intención principal hacer un análisis sobre la estructura del concepto de *sociedad de espectáculo* según Guy Debord con respecto a la influencia de los medios audiovisuales, en dónde *el lenguaje del espectáculo*, como herramienta (runo), hace parte de la construcción del pensamiento donde el espectáculo se considera como el fin de que tiene el modo de vida que se percibe en la modernidad.

Los medios audiovisuales son, sin lugar a duda, una de las herramientas de producción de contenido audiovisual de gran relevancia en la actualidad, donde el ser humano ha enfocado la mayor parte de su tiempo, al ser un elemento de fácil acceso y del cual puede informarse cuando lo desee, la producción audiovisual ofrece un contenido que logra focalizar los gustos y de esta manera influenciar las masas dependiendo lo que deseen, haciendo que las decisiones que el individuo considera que toma con libertad, realmente estén condicionadas a lo que ofrece el espectáculo, esta información es comprendida por aquellos que ven en la influencia de los medios audiovisuales una oportunidad con la que pueden ejercer control e influenciar los escenarios políticos, especialmente a la hora de tomar decisiones políticas. Por eso, es importante realizar una investigación acerca de la información que ayuda a dar soporte a la presente propuesta y da un mejor análisis al objeto de estudio que es *el lenguaje del espectáculo* y la relación con la influencia en la toma de decisiones políticas de un entorno democrático. Deleuze (1998), plantea que el lenguaje es como una herramienta de poder, un *runo*, usado con la intención de influir sobre aquello que se comunica, un lenguaje que, a través de la producción audiovisual y los medios de

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

comunicación masiva como carretera para que viaje la información, logra que la influencia sobre cada ciudadano tenga efectividad.

Los medios audiovisuales (contenido que mezcla lo visual y lo auditivo), han sido unas herramientas con las cuales se ha plasmado la información de manera más eficiente, logrando que los medios de difusión de información lleguen masivamente y con una mayor efectividad a los ciudadanos, lo que Debord denomina *lenguaje del espectáculo*, donde se genera una influencia en la toma de decisiones, basándose en cómo puede llegar a influenciar la información. Los *medios audiovisuales* son una revolución que ha moldeado e influenciado la sociedad humana desde su aparición en siglo XX, así que actualmente se han convertido en una de las principales fuentes de producción de información, la cual se transmite por cualquier medio de comunicación. Los medios se han ajustado cada vez más a un nuevo contexto, una influencia sobre las cuestiones sociales, económicas, políticas y culturales, en el que el espectáculo en general se manifiesta como una inversión concreta de la vida, una transformación del conjunto de la sociedad según sus exigencias. Una sumisión del cuerpo social en las leyes de orden establecidas por esa misma influencia de los medios audiovisuales.

Por lo anterior, la pregunta que quiero abordar desde la visión de Debord es ¿cómo éstos mecanismos (convencimiento, comunicación, lenguaje, ejemplo observable, entre otros) del espectáculo son usados para influenciar las decisiones que llega a tomar alguien al sentir afinidad sobre una postura política? Esto como un proceso con el que se realiza una elección entre las diferentes posibilidades de resolver situaciones coyunturales socio-políticas (elegir la opción más viable disponible), con el cual quienes gobiernan generan escenarios de coacción y legitimidad

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

como instrumentos para la toma de decisiones y ejercer dominio. Los medios de comunicación y difusión presentan un escenario donde se influencia sobre quienes, como ciudadanos en un escenario político democrático estamos involucrados. La toma de estas decisiones políticas está influenciada por quienes controlan estos medios, muestran aquello que consideran que la ciudadanía debe conocer y de esta manera se sienta afinidad y apoyo a sus posturas y propuestas. Para ello es necesario conocer en primera instancia el interés en la teoría de Debord y a lo que se refiere al decir que los individuos están inmersos en una *sociedad del espectáculo*, con la cual los medios audiovisuales, como herramienta de producción, han cambiado la manera en la que se conciben y se toman las decisiones políticas.

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

### 1. Sobre El Interés De La Teoría De Debord

Guy Ernest Debord (1931 – 1994), como una persona que llegaba a denominarse a sí mismo como un *estratega*, empezó a forjar en su trayectoria académica y práctica, la cual lo podría llevar a alcanzar una revolución. Su teoría del espectáculo tiene una relevancia que más allá del análisis de la sociedad del espectáculo se presenta una necesidad y es la de poner su teoría en contexto, ya que viene siendo relevante en la actualidad dado que contiene muchos aspectos que pueden ser aplicables a la sociedad en la que nos encontramos inmersos actualmente, aunque la teoría del espectáculo fue expuesta en 1967, sitúa las ideas de Debord como una crítica que pone en un contexto actual la filosofía de Marx, colocando su acción práctica por parte de Debord como el fundador de la *Internacional Situacionista* (1957)<sup>1</sup> en donde surge el *situacionismo* como una forma de arte particular (artístico – subversiva) participativo en la que busca que el individuo pueda tener un acercamiento y abolir el espectáculo como relación social, en donde el ser humano tenga una mayor participación en su propia vida y pueda recuperar la comunicación colectiva. El situacionismo busca romper la cotidianidad del individuo y de esta manera mostrar la verdadera realidad de cada persona y así poder sacar y abolir el espectáculo del individuo.

El interés que surge de la teoría de Debord se debe al análisis que hace de la sociedad, la cual está inmersa en un espectáculo que cada uno ha construido y esto se observa en los eventos que ocurren en la actualidad, dando así una intención particular en cómo los mecanismos del espectáculo son usados para influenciar las decisiones que pueden tomar los seres humanos.

---

<sup>1</sup> La Internacional Situacionista (IS), era una organización de intelectuales y artistas en donde el objetivo era acabar con la sociedad de clases que oprimía la civilización occidental “La dominación capitalista y la dictadura de la mercancía”.

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Debord hace una crítica a una sociedad que cada día se sitúa en estar inmersa en lo que se denominaría una *obsesión* con las imágenes acerca de lo que vendría siendo la realidad, la verdad y la experiencia. La teoría de Debord, se basa mucho en el pensamiento marxista, un siglo después de Marx, con un capitalismo más moderno. Pero no se queda solo en un seguimiento, sino también en un análisis crítico, que intenta reformular y de esta manera poder aplicar esto en su teoría del espectáculo.

Marx y Debord coinciden en su marco teórico “la única clase que puede acabar con la división de clases es el proletariado” (Marx, 1975, p. 118). Es la clase proletaria la que tiene que hacerse consciente de sí y del poder que posee, conocer la realidad, es así como notará las falsedades en las que el sistema se cimienta, de esta manera se tienen la capacidad de acabar con él. “la revolución es necesaria para la liberación, porque ahora, el proletario está alienado” (Marx, 1975, p. 119). Para Marx, el proletario no es dueño de los medios de producción, ni de su vida “El capital sólo surge allí donde el poseedor de los medios de producción y de vida encuentra en el mercado al *obrero libre* como vendedor de su fuerza de trabajo” (Marx, 1975 p. 116), para Debord el individuo no es dueño ni de su propia existencia. Algo en lo que concuerdan Marx y Debord es en que la clase trabajadora es explotada para aumentar el capital, extrayéndole su tiempo, su esfuerzo y su labor, convirtiéndolo en un individuo alienado por la mercancía. Absolutamente todo el tiempo se le arrebató para seguir nutriendo cada vez más el capital.

“Es el principio del fetichismo de la mercancía, es la dominación de la sociedad a través de “cosas suprasensibles, aunque sensibles” lo que se hace absolutamente efectivo en el espectáculo, en donde el mundo sensible se encuentra reemplazado por una selección de

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

imágenes que existe por encima de él y que al mismo tiempo se ha hecho reconocer como lo sensible por excelencia” (Debord, 1995, p. 21).

En Marx se tiene aquello que se conoce como *Fetichismo de la mercancía* (la relación entre el dinero y las mercancías que se intercambian en el mercado), una creencia mítica animista que le otorga a la mercancía un valor más allá de su valor de uso o de intercambio; es como si esta tuviese un valor en sí mismo y más allá del valor que se ha dado su producción, la fuerza de trabajo cosificada como mercancía. En Debord se tiene *La Sociedad del espectáculo* (la relación entre la sociedad y la imagen), donde el tiempo de ocio, fuera de las labores era tomado por el capitalismo, el cual era absorbido por la industria del entretenimiento y las prácticas sociales que se derivaban del consumo (Orejudo y Bautista, 2020).

Aunque las teorías de Debord tenían una relación con Marx, no significaba que lo siguiera fervientemente, ya que Debord es alguien que se destaca en hacer una crítica en todo “el pensamiento útil y es dialéctico y crítico” (Haynes, 2019, 0:41:50). Debord hace un análisis de esos puntos débiles que puede llegar a tener el pensamiento marxista, como identificar al espectáculo como el capital, este teniendo un grado de transformación que lo hace imagen y controla también el tiempo de ocio de la clase proletaria, algo que menciona a lo largo de su texto y en lo cual centra su discusión acerca de la relación que tiene la sociedad con el modelo capitalista.

Por tanto, *La sociedad del espectáculo* es un libro que llega acompañado de las ideas marxistas, pero con un análisis de la relación de los medios y la economía reinante. Este libro es

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

usado por las y los jóvenes estudiantes que protagonizaron *El mayo del 68* (1968)<sup>2</sup>, volviéndose un texto de gran influencia para esa época. “Toda la vida de las sociedades en que reinan las condiciones modernas de producción se anuncia como una inmensa acumulación de *espectáculos*. Todo lo que antes era vivido directamente se ha alejado en una representación” (Debord, 1995, p. 1), similar a como Marx abre su escrito acerca del *Capital* “La riqueza de las sociedades en que impera el régimen capitalista de producción se nos aparece como un «inmenso arsenal de mercancías» y para la mercancía como su *forma elemental*” (Marx, 1975, p. 26), lo que lleva a entender la relación que tiene la teoría de Debord acerca del espectáculo, con el pensamiento de Marx.

El texto de Debord amplía el análisis de la clásica crítica marxista de la mercancía. El autor considera la coyuntura histórica en la que hace alusión acerca de que quienes consumen han sido reemplazados por sujetos alienados que no solo consumen mercancía, sino que también son consumidores audiovisualmente adormecidos por el espectáculo. *La sociedad del espectáculo*, escrita por Debord en 1967, se convierte en una obra que presenta la antesala del mayo francés para algunos, donde el análisis que se hace interpreta la mercancía y la relación que tiene con el espectáculo, donde lo que se busca es explicar el proceso que ha tenido la sociedad y la razón por la que se encuentra cada vez más alienada, esto debido al sometimiento que ha creado la economía sobre la vida humana, una economía que subyuga a los individuos a los intereses de sí misma.

---

<sup>2</sup> Se conoce también como *Mayo francés* al sinnúmero de protestas estudiantiles, primero estudiantiles y luego sindicales que se llevaron en Francia para la época de mayo y junio de 1968.

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

### 1.1. La Sociedad Del Espectáculo

Para Debord (1995) “El espectáculo es el *capital* a un grado de acumulación tal que éste deviene imagen” (p. 19), aquello que se va nutriendo del esfuerzo de la gente, lo que se va acumulando en la sociedad moderna, como una evolución que ha tenido el capitalismo.

El espectáculo es una transformación como consecuencia del desarrollo capitalista, pero también actúa como defensa del mismo. Esto se debe a que el capitalismo no solo se apropia de tiempo de la clase proletaria en el trabajo, sino que también lo hace en el tiempo de ocio para poder tener un control total del individuo y de esta manera mantenerlo en un círculo de producción y consumo de capital (Debord, 1995). Al producirse la primera acumulación del capital, se observa una sobreabundancia de la mercancía, pero, ¿cómo se apunta al fetichismo de la mercancía? Es necesaria la colaboración por parte del proletariado, ya que no solo se vuelve necesario en su horario de trabajo para producir mercancía, sino también en su tiempo de ocio, tiene que consumir lo que sea conveniente para la economía, además de estar en estado absoluto de aislamiento de manera permanente, totalmente impotente, sin importar las desilusiones que le pueda producir su *no* vida y el consumo, tiene que hacerse a la idea que es lo que hay, por toda la eternidad. El individuo pierde su existencia, se convierte en un espectador. El capital convierte al individuo en un ser desposeído que pierde por completo el contacto con la realidad (mundo objetivo de las cosas), convirtiéndolo en un espectador que no posee autoridad sobre su propia creación. “Por el hecho mismo de estar separado, este sector es el lugar de la mirada abusada y de la falsa conciencia; la unificación que este sector establece no es otra cosa que un lenguaje oficial de la separación generalizada” (Debord, 1995, p. 8), que lo convierte en un individuo alienado e inactivo, una idea

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

muy cercana al fetichismo de la mercancía de Marx. El hombre se ha convertido en un espectador de la vida, esto se debe a que la sociedad capitalista avanzada crea una ilusión de libertad y de tiempo libre, cuando en realidad lo que hace es alienar e impedir al hombre vivir su propia vida, una vida condicionada al servicio del modelo económico (Orejudo y Bauritsta, 2020).

El espectáculo aparta al individuo de la vida y de cualquier actividad, manteniéndolo vacío, en lo que Debord (1995) llama *un estado de no vida*, la vida ya no la vive. “El espectáculo es el momento en el cual la mercancía ha llegado a la ocupación *total* de la vida social... A este punto de la «segunda revolución industrial», el consumo alienado se transforma para las masas en un deber suplementario de la producción alienada” (Debord, 1995, p. 24).

Se puede notar que los medios de comunicación tienen una relación directa con el espectáculo, estos como impulso para su desarrollo, el cual se puede relacionar con la digitalización de la sociedad y el incremento de los dispositivos electrónicos que se encuentran en la vida de cada individuo. Debord (1995) menciona que “el espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes” (p. 9). La imagen y la apariencia generan un gran impulso en la necesidad de consumo, controlando al proletario fuera de su ejercicio laboral, además son la herramienta ideal de separación. Como Marx, Debord cree que la vía para la liberación está en alcanzar plenamente en el análisis de la *conciencia histórica*, algo que va produciendo una separación entre sí de las y los proletarios; aislándolos, siendo espectadores de una apariencia en donde la comunicación solo se da a través de ella (la apariencia), donde no se denota una conciencia de la realidad. Quien ha logrado alcanzar una verdadera revolución y triunfar ha sido la clase plutócrata (burguesía), otorgando como adoración el

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

crecimiento económico, una herencia que subordina a los individuos a la economía, una producción que necesita aumentar de manera cuantitativa, pero sin cambios cualitativos, algo que tiene a la sociedad justo donde se encuentra.

Para Debord, la sociedad se encuentra en un estado de *totalitarismo* en donde hay una sola cosa que rige de manera autoritaria la realidad de cada individuo, esto es lo que hace el espectáculo (capitalismo), impidiendo que pueda relacionarse con otros y controlando cada uno de los aspectos de su vida a través de lo maravilloso y la fantasía, algo a lo que se opuso Debord y los *situacionistas*<sup>3</sup> con el fin de reivindicar la vida cotidiana (Orejudo y Bautista, 2020). La sociedad se encuentra en un estado recurrente que se repite una y otra vez (un vicio) de melancolía, donde siempre están en constante decepción y cada día más sumergidas en ello, el *espectáculo* es una condena que en su totalitarismo encarcela y deja en constante alienación, es por esto por lo que Debord considera la necesidad de la *conciencia histórica*, que es aquello que brinda una posibilidad de abolir el espectáculo.

Para Debord, los seres humanos provienen de la clase proletaria, una que está sumergida en la *no vida*, donde el capitalismo ha tenido tanto éxito que incluso ha podido ocupar el bloque llamado *comunismo*, en donde Debord observa una distinción entre lo que es el *espectáculo concentrado* y *difuso*.

“Según las necesidades de la fase particular de la miseria que el espectáculo desmiente y mantiene, este existe bajo una forma *concentrada* o bajo una forma *difusa*. En los dos casos

---

<sup>3</sup> Denominados un grupo con cuyo pensamiento, práctica política y artes la cual estaba inspirada por la Internacional Situacionista.

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

el espectáculo no es más que una imagen de unificación feliz rodeada de desolación y de horror, en el centro tranquilo de la desdicha” (Debord, 1995, pp. 35-36).

Un ejemplo de esto son los regímenes llamados *comunistas* los cuales se encuentran inmersos en ese *espectáculo concentrado*, ya que sus revoluciones fueron simplemente un cambio de régimen que mantiene la economía por encima de cada individuo.

El espectáculo *concentrado* es aquel que pertenece a la propiedad burocrática, relaciona su economía a lo que dictamine dicho gobierno, similar al sistema que manejan las dictaduras. Oculta la verdadera realidad, apoyado por un estado burocrático y totalitario en que la atención absoluta esconde la explotación y el terror, mostrando una imagen de serenidad, paz y bienestar, un uso de los medios que enmascaran los horrores dictatoriales, como lo era en la época de la propaganda del nazismo, para después de la toma del poder en 1933:

“Hitler estableció el *Ministerio del Reich para Ilustración Pública y Propaganda*, a cargo de *Joseph Goebbels*. La meta del ministerio era asegurar que el mensaje nazi se comunicara con éxito por medio del arte, la música, el teatro, la cinematografía, los libros, la radio, los materiales educativos y la prensa” (United States Holocaust Memorial Museum [Holocaust Encyclopedia], 2019).

Prácticamente, lo único permitido es el pensamiento totalitario, el individuo no existe. La economía también se subordina a esta estrategia de manipulación, al lograr que no funcione,

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

porque esta burocracia no está permitiendo las dinámicas económicas de la misma manera que, por ejemplo, un agricultor llevaría la agricultura o la industria igual que un obrero.

El espectáculo *difuso* es aquel que produce más de lo que necesita, es similar al que se da en Occidente; hay más falsas elecciones con un espectáculo mucho más elaborado, pero sigue sin tener individuos o libertad. Quienes gobiernan son las cosas, las que ofertan como una necesidad de consumo, donde se crean múltiples pseudo-necesidades en lo que para Debord es un *círculo de creación de entusiasmo* otorgado por diversos productos que pueden decepcionar al momento de adquirirlos y que al día de mañana los medios pueden mostrar que hay mejores mercancías que pueden ser sustituidas de manera rápida.

La sociedad del espectáculo, como el perfeccionamiento del capitalismo, sustrae el tiempo y crea percepciones distorsionadas del espacio, lo que vuelve a los individuos pasivos, manteniéndolos ocupados con una actividad de vida que no es real, es decir un estado de *no vida*. Lo anterior, en términos de Debord (1995), se traduce en que “El tiempo pseudo cíclico consumible es el tiempo espectacular, a la vez como el tiempo del consumo de las imágenes, en sentido estricto, y como imagen del consumo del tiempo, en toda su extensión” (p. 96).

El capitalismo impulsa a comprar, a adquirir aquello que pueda dar satisfacción, un objeto material que otorga es un estado de *no vida*: comprar objetos, como un auto rápido para llegar a casa a consumir alimentos precocidos que también ahorran tiempo y poder estar postrados por horas delante de la televisión en donde se publicitan momentos de la vida real que son cíclicos, que enmarcan la vida en pseudo momentos, pseudo ciclos que se consumen en bloques de tiempo

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

prefabricados. Los medios que venden escapes de la *no vida* realmente solo condicionan al capitalismo operante y sumergen más al individuo en el espectáculo.

En consecuencia, controlar el tiempo se vuelve fundamental, permite tener dominio sobre las masas. Al consumir más, no hay tiempo para una actividad real. Esto es perfecto para el espectáculo; el consumo puede llegar a decepcionar, pero es el espectáculo que hace que no haya preocupación. Solo hay que esperar para que otro pseudo momento se presente y seguir consumiendo. Así mismo, el espacio también es debidamente manipulado. La necesidad de una herramienta que permita mantener al individuo debidamente aislado, no solo de la realidad, sino de todo y de los demás proletarios, ya que es fundamental que no se unan. Así la falta de conciencia invade todo, el tiempo y el espacio son también expropiados por el espectáculo.

Este tipo de descripciones sobre el cómo se desarrolla la *no vida* se tornan en ciclos prefabricados por los que Debord mostraba un especial interés de análisis y preocupación sobre el cómo se podría romper con ellos. Las posibilidades para dar rompimiento a estos ciclos estaban en que el individuo pudiera caminar sin rumbo, salir de la rutina establecida y observar otros sitios, ver cómo le afectan otros lugares para recuperar la actividad, la vida y la conciencia histórica, pues se ha llegado a un punto en el que la vida individual no tiene historia (Debord, 1995), los ciclos falsos que son de consumo apartan de ella y lo que se debe recuperar es la conciencia histórica, esto como una revolución para tener una sociedad sin clases, que recupera el tiempo, el cual debe ser social y que permita recuperar el diálogo entre los seres humanos.

“El espectáculo es la ideología por excelencia, porque expone y manifiesta en su plenitud la esencia de todo sistema ideológico: el empobrecimiento, el sojuzgamiento y la negación

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

de la vida real. El espectáculo es materialmente «la expresión de la separación y del alejamiento entre el hombre y el hombre». La «nueva *potencia* del engaño» que se concentró allí tiene su base en esta producción, por la cual «con la masa de objetos crece... el nuevo territorio de los seres extremos a los que el hombre está sometido». Es la fase suprema de una expansión que ha vuelto contra la vida la necesidad. «La necesidad del dinero es pues la verdadera necesidad producida por la economía política y la única necesidad que ella produce» (Debord, 1995, p. 128).

Por tanto, en 1967 Debord creía que ya se soñaba con una realidad *real*<sup>4</sup>, en vez de falsificada, creía que había que acompañar la teoría con la práctica y no dejarse llevar por el excesivo activismo, así como no hay que esperar milagros del proletariado. Sobre esto, Debord (1995) explica que se debe seguir generando ideas y acciones que permitan descubrir la realidad y tener conciencia, autoconciencia, para alcanzar una revolución verdadera que disuelva las clases y no reproduzca modelos jerárquicos. Él creía que, así al final, se llegaría a un estado de conciencia histórica, que no había que dejarse llevar por las prisas y tomar atajos de tipo reformista, que no hacen ni cosquillas al sistema; había que seguir desde fuera o desde el margen, resignificando conceptos, negando al sistema y actuando. Debord reformula la definición de espectáculo en los 80's, ya como espectáculo integrado que toma elementos del difuso y del concreto, donde quiso hacer ver que otra vida era posible.

La sociedad del espectáculo es de la actualidad porque el espectáculo no ha sido abolido, es una de las influencias reconocidas. De las formas de proceder en una sociedad o de las formas

---

<sup>4</sup> Para Debord una *realidad real* es una en la que el individuo posee una conciencia histórica plena que no está controlada por la imagen, ni tampoco influenciada por el espectáculo.

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

incluso de percibir la misma sociedad, están influenciadas por esos agentes externos que enmarcan una decisión, si lo que estamos viendo es que el espectáculo es una forma que orienta también las prácticas, y las prácticas surgen de decisiones políticas, lo mismo que una sociedad del espectáculo tendría incidencia en las tomas de decisiones. Las decisiones políticas están influenciadas por esos mismos ciclos prefabricados en el que el individuo se encuentra inmerso.

### **1.2. ¿Qué es una decisión política?**

Tomar una decisión seguramente es algo que para muchos suele tener una dificultad por el hecho de las diferentes variables que se presentan, sobre todo cuando no hay una noción clara de lo que realmente se quiere. La decisión es la determinación que se tiene para actuar ante una situación que presenta diversas variables (*Significado de decisión*, 2018). Es bien sabido que en cada momento se toma una decisión para cualquier situación; decidir qué se hará es un proceso que tiene una gran relevancia, puesto que lo que se decida, ya sea para bien o para mal, puede fijar la ruta en la cual se encamina cada individuo e incluso la sociedad. Cuando se toma una decisión, esta elección se dirige a un objeto, “el objeto de la decisión, es decir, lo que se quiere..., el fin de una decisión es, pues, lo elegido” (García y García, 1989), donde la toma de decisiones hace parte de ese ejercicio la libertad se hace presente. Manifestar una acción no solo con el simple deseo de realizar algo ya que como lo menciona García y García (1989): “una decisión no sólo implica un deseo o una intención, sino una resolución, un corte... en el cual se separa del conjunto de posibilidades de acción que se presentan una sola de ellas”, donde deben hacerse presente el poder elegir, escoger, etc. y que también puedan expresar un deseo o preferencia en una decisión.

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Los mismos actos voluntarios pueden entenderse como una decisión impulsada por el deseo, ya que suelen ser actos voluntarios o procesos internos que pueden (por no mencionar que lo están) influenciados por procesos externos. Dos aspectos (procesos internos y externos) en donde los elementos o las partes que son esenciales de una decisión están influenciadas propiamente por hechos acontecidos, los cuales hacen que la libertad de tomar una decisión esté encadenada a estos dos aspectos. Los aspectos internos son aquellas cuestiones éticas (entendida como una decisión propia), que hacen sentir una mayor afinidad o deseo hacia un objeto; las decisiones suelen estar enmarcadas y tienen una relación directa con las emociones, una emoción puede influenciar la libertad de la decisión, un hecho representable en donde el sujeto puede llegar a imaginar un escenario donde sea visible ese objeto. Además, la decisión que se tome tiene que ser atractiva para el sujeto, es por esto por lo que las emociones juegan un papel importante: “la emoción es la realidad-humana que se asume a sí misma y se «dirige-emocionada» hacia el mundo” (Sartre, p. 4, 2006), en la que cierta situación o evento puede despertar una serie de emociones que influyen la libertad de la toma de decisiones, al ocasionar que los aspectos internos tiendan a estar influenciados por aspectos físicos y de pensamiento. Pero las decisiones no solo se toman bajo la influencia de los aspectos internos, ya que es difícil decir que todo aspecto interno no está influenciado por aspectos externos, en donde la misma sociedad, la economía, la cultura, etc. hacen que la libertad de tomar una decisión no sea tan libre como se piensa. El sentir un deseo o repudio por un objeto está influenciado por la construcción de experiencias y adquisición de conocimiento por parte de agentes externos, el seguir más afinidad hacia un objeto que hacia otro demuestra que hay un sinnúmero de agentes internos que están influenciados por externos y hacen que el ser humano tome una decisión con libertad, pero una libertad coactada por la sociedad que lo rodea y en la que se ha constituido. Al tomar una decisión, es necesario que los

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

individuos posean libertad de poder elegir y las acciones pueden hacer realidad eso que se anhela (La decisión, s/f).

Hacer parte (querer pertenecer a algo), se vuelve una necesidad en la que las decisiones también se encuentran enmarcadas en el hecho de sentirse parte de un grupo, en donde la influencia tiene mucha relación con ese deseo y que las decisiones se ven manipuladas para beneficio de la colectividad manipulante. Las decisiones son respuesta de esa libertad de expresarse, pero la libertad está condicionada por quienes la han influenciado “A medida que la necesidad se encuentra socialmente soñada, el sueño se vuelve necesario”. (Debord, 1995, p. 14). Lo que para Debord (1995) es entendido como la influencia de la sociedad del espectáculo en donde la mercancía “se contempla a sí misma en un mundo que ella ha creado” (p. 29), lo que el individuo considera que debe y quiere tener es realmente la manifestación de mismo espectáculo al convertirlo en un espectador por medio de la mercancía. Aun así, el individuo expresa su libertad y la libertad es tomar una decisión, una opción, algo que sea acorde a lo que pueda representar aquello que sueña, que siente como algo que es requerido, aunque este condiciona por el espectáculo, un proceso similar a cuando alguien decide ejercer su derecho a elegir a alguien que represente sus intereses, una decisión política.

Los seres humanos son seres sociales, afirmándose también que se es un *sujeto político*, el cual está constituido por un proceso de socialización que se da por una relación dialéctica entre el individuo y la sociedad:

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

“De todo esto es evidente que la ciudad es una de las cosas naturales, y que el hombre es por naturaleza un animal social, y que el insocial por naturaleza y no por azar es o un ser inferior o un ser superior al hombre” (Aristóteles, 2007, pp. 2).

Donde el hombre es un *animal político*, como lo menciona Aristóteles, como alguien que hace parte de una *polis* (ciudad), en donde el hombre es un ser social que debe ser parte de un grupo, no solo con la intención de reproducirse, sino también de formar comunidades y sociedades que posean lo que él denomina *maestros naturales*; en pocas palabras, se entendería como quien gobernaría o tendría la capacidad de gobernar. El hombre está en la capacidad de tomar decisiones con libertad y de tomar una decisión política, ya que este requiere vivir en sociedad, una que se encuentre políticamente organizada, en donde cuenta con la posibilidad de ser partícipe de diversos asuntos con el objetivo de llegar a lograr una decisión común, una sociedad que también se encuentre liderada por gobernantes elegidos por los mismos individuos. Lo que para Aristóteles es una *jerarquía social* donde hay un hombre (gobernante), por encima de los demás hombres en la sociedad, un hombre elegido como líder superior ante los demás hombres.

“La naturaleza ha creado en ella dos partes distintas: la una destinada a mandar, la otra a obedecer, siendo sus cualidades bien diversas, pues que la una está dotada de razón y privada de ella la otra. Esta relación se extiende evidentemente a los otros seres, y respecto de los más de ellos la naturaleza ha establecido el mando y la obediencia” (Aristóteles, 2007, pp. 6).

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

El ser humano es un sujeto que se hace parte de la jerarquía social, ya que este debe hacer parte de una organización, una que está jerarquizada y regulada en una sociedad en donde la decisión política es una satisfacción sistemática del mantenimiento de las necesidades por el bienestar de una comunidad y también es, según Debord (1995), “la lucha de poderes que se han constituido para la gestión de un mismo sistema socio-económico” (p. 31); por lo que las decisiones políticas son necesarias para poder establecer un orden social. Además, estas se encargan de realizar una distribución de poder en función de lo que se considera benéfico y puede traer bienestar para una población determinada. El ser humano, al ser un sujeto político, interactúa con sus semejantes, expresa y manifiesta sus sentimientos y pensamientos individuales; busca aportar a la colectividad y poder tener una participación política que pueda influenciar y ser influenciada en la toma de decisiones políticas, ajustándola a la conveniencia de la sociedad misma y de esta manera concebir una denominada democracia que “el pueblo tiene el derecho a reformarla o abolirla e instituir un nuevo gobierno que se funde en dichos principios, y a organizar sus poderes en la forma que a su juicio ofrecerá las mayores probabilidades de alcanzar su seguridad y felicidad” (*La declaración de Independencia*, 2016). Una manifestación de lo que es una decisión política es el *derecho al voto*.

El derecho al voto es, según Rodas (2022), “la expresión de una acción fundamental del ser humano, entendido como un ser dotado de razón, lenguaje, sentidos y emociones, igual en sus derechos a los demás, y poseedor de una dignidad que lo hace merecedor de respeto”. Es la herramienta con la cual cada individuo ejerce su derecho a la participación política y a hacer parte de la toma de decisiones, en donde posee la libertad de elegir o si así lo quisiera, de ser elegido en una contienda electoral. “Es equivalente a disputa o discusión, pero también se puede aplicar a una

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

pelea o riña, e incluso a una guerra. El período previo a una elección se califica a menudo de contienda electoral” (Garzaro, 2006). Un ejercicio que se practica en muchas democracias con el fin de establecer un gobierno, un eje central que dirija y sea la voz portadora de la sociedad que los ha elegido mediante un mecanismo de acción popular, también conocido como el *voto*. Un derecho que históricamente ha sido alienado por quienes ejercen el poder y lo ha convertido más que en un derecho, en un privilegio al que solo tenían acceso sujetos blancos y adinerados.

Históricamente, el derecho al voto ha sido excluyente para muchos grupos al no permitírseles poder ejercerlo, ya que no se les consideraba como sujetos con libertades; un ejemplo de esto es la época de la esclavitud, donde el esclavo tenía libertad hasta donde su dueño lo permitía, considerándolo como un objeto de propiedad y no una persona. En otras ocasiones la decisión de ejercer el sufragio estaba condicionada por unas políticas claras establecidas por leyes electorales en las cuales el derecho a votar excluía a quienes eran analfabetas, no eran hombres o su piel no era blanca. El poder que poseen quienes determinan las leyes es tal, que hasta la misma libertad está condicionada por lo que ellos determinen benéfico para la sociedad misma: “el desarrollo desigual y conflictivo del sistema, los intereses relativamente contradictorios de las clases” (Debord, 1995, p. 31).

Al pasar el tiempo, el derecho a participar en las contiendas electorales y ejercer el derecho al voto empezó de convertirse en eso, *un derecho*. Un ejemplo de esto lo sucedido en 1869 en Estados Unidos con la *15th Amendment*, donde el gobierno manifiesta que no se puede impedir el derecho al sufragio por motivo de color, raza o condición anterior de servidumbre: “El derecho de los ciudadanos de los Estados Unidos a votar no será negado ni restringido por los Estados Unidos

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

ni por ningún Estado por motivos de raza, color o condición previa de servidumbre” (Revels, 2009). En una interpretación a Debord (1995), es el surgir de las oposiciones arcaicas, regionalismos y racismos que estaban destinados a perpetuar la vulgaridad de la jerarquía. Esto igualmente no impidió que el derecho al voto se negara, ya que para la época de 1870 se realizaron diversas prácticas discriminatorias con el fin de evitar que los ciudadanos negros ejercieran su derecho al voto. Fue para 1965 que con la *Ley de Derecho al Voto de 1965* «*Voting Rights Act of 1965*» donde en Estados Unidos se prohíbe cualquier tipo de práctica discriminatoria para ejercer el derecho al sufragio de los afroamericanos en Estados Unidos.

Aunque actualmente la libertad de ejercer el voto es un derecho que posee cada individuo que vive en una democracia, esta libertad está influenciada por quienes ostentan el poder, ejercen el control sobre la economía y, por ende, tienen la capacidad de manipular la libertad según su conveniencia. “En el espectáculo, imagen de la economía reinante, la finalidad no es nada, el desarrollo de todo. El espectáculo no quiere llegar a ninguna otra cosa que a sí mismo” (Debord, 1995, p. 14), donde es el ser humano quien así mismo se encarga de establecer esos escenarios que predominan sobre cada uno, donde la misma sociedad la que ejerce su propio control en la toma de decisiones.

Las decisiones políticas requieren de una estrategia con la cual se pueda llegar a la gente, en donde las ideas que se manifiesten sean transmitidas, replicadas y empleadas por lo individuos. Es acá donde los medios audiovisuales como una herramienta que crea y puede difundir su información a través de los medios de comunicación, logrando un papel fundamental en la toma de decisiones políticas.

## 2. La Influencia De Los Medios Audiovisuales

Los medios audiovisuales son aquellos que hacen uso de los sentidos (visuales y auditivos) para poder dar a conocer un mensaje: “son reconocidos como aquellos medios de comunicación social que tienen que ver directamente con la imagen como la fotografía y el audio” (Bastida et al., 2015). Suelen hacer uso de la tecnología, la cual utiliza las herramientas interactivas, combinando las ventajas de los medios impresos (periódicos, revistas, etc.), con la eficacia que poseen los medios auditivos (radio, podcast, etc.), creando un formato que simula una presencia real en el orden de los acontecimientos que se transmiten, como es el caso de la televisión, el cine y los videos que se hayan en la internet, este último como uno de los más recientes y con mayor alcance actualmente.

Para Bastida et al. (2015), los medios audiovisuales “se refieren a medios didácticos que con imágenes y grabaciones sirven para comunicar mensajes específicos”, la cual logra tener un efecto más fuerte en la sociedad, un efecto que no se había observado en la realidad del ser humano.

El *montaje*, como se le denomina al ensamble entre los registros visuales y auditivos, es aquel proceso que apunta a obtener un producto que logre incrustarse en el pensamiento de los individuos, no solo informando, sino también generando entretenimiento. “Los individuos aprenden de los medios audiovisuales, aunque con frecuencia se niegue o se ignore este potencial” (Bastida et al., 2015). Los *medios audiovisuales* son una revolución que ha moldeado e influenciado la sociedad humana desde su aparición en siglo XX, siendo así que actualmente se

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

han convertido en una de las principales fuentes de producción de información, la cual se transmite por cualquier medio de comunicación masiva.

Para 1920, las nuevas tecnologías de la información marcaron un cambio rotundo en la manera como se solía comunicar la sociedad, ya que estos elementos (los medios audiovisuales) poseían la facilidad de ser manipulados debido a que tenían una semejanza cercana con la vida real, permitiendo así poder tener una mayor circulación masiva y ser más cercanos a las emociones de los humanos, a tal punto que en la actualidad cualquier usuario con una pantalla a la mano puede acceder a infinidad de contenido en cualquier rincón del mundo. Esto podría ser a lo que Debord (1995) se refería cuando habla de que el espectáculo es el resultado de un de un proyecto de producción existente: “es el corazón del irrealismo de la sociedad real” (p.9), la humanidad ya no socializa, sino que vive en un irrealismo que es el reemplazo al mundo real.

Actualmente, la popularidad que tienen los medios audiovisuales gracias a la difusión de las redes virtuales permite que la circulación masiva de información no tenga un límite, sino que cada día es más y más contenido el que se encuentra en las redes. Los medios audiovisuales masifican la información, como ya se ha dicho, y se convierten en fuertes productores de datos que llegan a los individuos de manera inmediata, por lo que los medios audiovisuales cobran tanta importancia hoy en día, al hacer uso los canales de los medios de comunicación que se le han llegado a denominar *El cuarto poder*: “es la expresión que hace referencia a los medios de comunicación y prensa en cuanto a sector dotado de gran poder o influencia en los asuntos sociales y políticos de un país” (Lexico Dictionaries, Cuarto Poder Definición de Cuarto Poder en Español de Léxico, 2020).

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

La expresión *cuarto poder*, la cual se le atribuye al político inglés Edmund Burke (finales del siglo XVIII), quien por primera vez la pronuncia en el discurso de los Comunes del Reino Unido (1787), decía que no solo se debía contemplar la existencia de los tres estados del parlamento, sino también había que tener en cuenta la importancia del cuarto estado, el que para Burke vendría siendo mucho más importante que los otros tres. Este cuarto poder se centraba en el periodismo “vosotros sois el cuarto poder” (Hernández y Reveles, 2013).

Los tres poderes del gobierno de las democracias liberales son el ejecutivo, el legislativo y el judicial, y se suele añadir a estos un cuarto poder extraoficial, aquel que controla el flujo de la información entre los ciudadanos y sus representantes en el gobierno (Palacio, 2013).

El periodismo, como un eje de los medios de comunicación y así mismo con los medios audiovisuales como herramienta de producción para la comunicación masiva, es definido como el cuarto poder debido a su capacidad para moldear la información, teniendo la facultad no solo de recibirla, sino también de cómo y qué transmitir a la audiencia (individuos). El cuarto poder ha estado justo en el centro de la relación y la interacción de la gente (Palacio, 2013), este se convierte en el canal con el que los medios audiovisuales transmiten su mensaje, el cual está controlado por quienes ostentan o poseen el poder. Es a cambio de intereses económicos y políticos que los medios audiovisuales influyen a los individuos, con esto confirma que, como lo menciona Debord (1995) “El espectáculo es el *capital* a un grado de acumulación tal que éste deviene imagen” (p. 19); así, la sociedad enmarcada en lo que los medios transmiten y los medios construidos por quienes poseen el poder.

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Los medios audiovisuales son un lenguaje, una herramienta (*runo*), con el cual se ejecuta una red de comunicación, como lo plantea Deleuze (1998): “La información tan sólo es el mínimo estrictamente necesario para la emisión, transmisión y observación de órdenes en tanto que mandatos” (p.82). La información expuesta por los medios audiovisuales se encarga de hacer una transmisión de órdenes con las cuales se observan influencias en las decisiones, lo que para Debord (1995) es: “el lenguaje del espectáculo está constituido por los *signos* de la producción reinante, que son, al mismo tiempo, la finalidad última de la producción” (p. 10), un lenguaje construido por los medios y por quienes tienen el control sobre estos medios de producción audiovisual. Los medios audiovisuales como *runo* de transmisión de control de los medios de comunicación difunden la información según la conveniencia, a través de un lenguaje que logra captar de manera, tanto individual como colectiva: “El lenguaje no es la vida, el lenguaje da órdenes a la vida; la vida no habla, la vida escucha y espera” (Deleuze, 1998, p. 82). La vida se puede entender como al individuo que espera ser orientado, que se le indique la dirección y la decisión que ha de tomar, algo que precisamente hacen los medios audiovisuales, *dar órdenes a la vida*, en donde la libertad está determinada por la potencia reinante, buscando alienar al individuo y poder obtener control: “El origen del espectáculo es la pérdida de la unidad del mundo, y la expansión gigantesca del espectáculo moderno expresa la totalidad de esta pérdida” (Debord, 1995, pp. 17-18).

La palabra que se produce y se transmite cumple la función de consigna, que funciona como un mapa (Deleuze, 1998). Aquel camino por el que se transporta la información viene siendo el medio que lo comunica. Los medios de comunicación son esos canales que comunican e informan a la ciudadanía sobre la realidad presente, con lo cual los individuos logran estar conectados con la sociedad: “el espectáculo es la principal producción de la sociedad actual”

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

(Debord, 1995, p. 12). Una de las fases que tiene la economía reinante y que posee el control sobre los medios con la cual acaba influenciando las decisiones humanas debido al contenido que logra capturar y hacer sentir afinidad al individuo. Para Debord (1995) “la primera fase de la dominación de la economía sobre la vida social produjo en la definición de toda realización humana una evidente degradación del *ser* en *tener*” (p.12). La información que se transmite es la que logra formar opinión individual y colectiva, una información que influencia las decisiones por el mismo lenguaje de la información que se transmite.

Como un *Runo* que ha plasmado la información de manera más eficiente, los audiovisuales permiten que los medios de comunicación difundan la información de manera masiva, con una mayor efectividad a cada persona, lo que Debord denominada *lenguaje del espectáculo*, en el que se genera una influencia en la toma de decisiones, basándose así en que el lenguaje de la comunicación puede llegar a ser un runo con el cual la información viaja y actúa sobre aquello que observa cada persona. “El lenguaje del espectáculo está constituido por los signos de la producción reinante, que son, al mismo tiempo, la finalidad última de esta producción” (Debord, 1995, p. 10). El rápido crecimiento de las tecnologías de la comunicación, como lo menciona Ferguson (2007), genera cambios políticos que se han producido con mayor fuerza en los últimos siglos y los medios se han ajustado cada vez más a un nuevo contexto, una influencia sobre las cuestiones sociales, económicas, políticas y culturales que cada día ha tomado más fuerza gracias a que las redes (como la internet), han hecho mayor presencia en la sociedad, en el que sus medios son al mismo tiempo su fin (Debord, 1995).

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

La comunicación es el medio con el que actualmente la información se transmite, una información que es producida por los medios audiovisuales. La capacidad que se tiene para difundir y la inmensidad es tal, que la información cada día está más lejos de ser limitada, lo que Deleuze (1998), diría que es la transmisión de consignas con el cual se manifiesta una significancia también a la hora de transmitir información; así, se pone en manifiesto que la información y la comunicación se subordinan al lenguaje; a lo que Debord diría que la manifestación del espectáculo es quien caracteriza ese lenguaje.

El lenguaje espectáculo ha tomado gran fuerza en los siglos XIX y XX, gracias a que la internet “ es una red de redes, y concretamente la Real Academia Española la define como «red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación»” (García, 2018) ha sido un instrumento que logra capturar infinidad de información, al ser éste la vía para que los *navegantes* logren obtener cualquier tipo de información, general y personalizada.

La época actual se encuentra en cambios frecuentes, los cuales son fundamentales para el mundo de la comunicación. Actualmente, los factores que más han contribuido a producir mayores cambios han sido los medios audiovisuales. La internet, los medios digitales y las redes masivas de comunicación han logrado transmitir dicho lenguaje (el lenguaje del espectáculo producido por los medios audiovisuales), ya que los medios son aquellos encargados de divulgar información; no existe un mensaje sin un medio. Ferguson (2007) menciona: “la comunicación es social y siempre involucra más de una persona” (p.15), es por esta razón que en la comunicación hay un cierto tipo de *mediación*, entendiéndose como una manera que formula o reformula un mensaje de

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

determinada manera, el lenguaje (audiovisual), el cual influye sobre el mensaje que se trasmite por el medio (medio de comunicación) al espectador que se encuentra disfrutando del contenido en tiempo de ocio sometiendo en la medida que la economía los requiere sometidos (Debord, 1995).

Con ayuda de la internet, los medios audiovisuales han encontrado un aliado que no solo beneficia en su difusión, sino también en la creación de su contenido, para esto se puede analizar uno de los más grandes creadores y difusores de contenido, *YouTube*. Esta plataforma tiene, hoy en día, más de *2.6 billones de usuarios en todo el mundo* (Orús, 2022). En YouTube se puede encontrar cualquier tipo de contenido para los espectadores; sin lugar a duda, una plataforma que ha usado la internet y de esta manera influencia a los seres humanos.

YouTube es una plataforma web que se ha dedicado “a brindar acceso rápido y fácil a los usuarios a videos, y la capacidad de compartir videos con frecuencia. Y desde entonces ha crecido más allá de las expectativas” (Mohsin, 2022). No es un secreto que esta plataforma está en constante crecimiento y esto se debe a su fácil acceso, también gracias a que su contenido se puede compartir de manera simple y así logra alcanzar grandes cantidades de audiencia. Esta facilidad ha contribuido a que millones de creadores de contenido de todo el mundo usen esta plataforma para difundir su información y poder crear un escenario que esté en constante contacto con cada individuo que habita el mundo: “la sociedad moderna ya ha invadido espectacularmente la superficie social de cada continente” (Debord, 1995, p. 32).

La ventaja que tienen estas plataformas sobre medios como los periódicos y la radio es que su contenido en la gran mayoría es audiovisual presentando una cercanía con la realidad, con un

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

mayor atractivo que los otros medios mencionados. Estos poseen la facultad de transmitir su mensaje con mayor influencia, debido a que se encuentran en constante crecimiento, como ya lo había mencionado, pero también se están en continuo aprendizaje, al hacer que su contenido sea cada día más personalizado, para lograr de esta manera un estado alienación de las masas y de esta forma crear ese escenario espectacular del que hablaba Debord (1995). Lo que ofrecen estos medios es mercancía, una que se encuentra en constante lucha entre unas y otras con el propósito de llegar a influenciar las decisiones y de esta manera someter a su realidad a cada individuo.

“Cada mercancía determinada lucha por sí misma, no puede reconocer las otras, pretende imponerse en todas partes como si ella fuera la única. El espectáculo es entonces el canto épico de este enfrentamiento que la caída de ningún Ilion podría concluir. El espectáculo no canta ni los hombres ni sus armas, pero sí las mercancías y sus pasiones” (Debord, 1995, p. 37).

Los medios audiovisuales influyen la manera de pensar y de percibir el mundo, aprovechan ser un runo que logra capturar la individualidad de las personas, al hacer que las personas cada día se cierren más a lo que experimentan del mundo y prefieran vivir su vida por lo que dictaminen estos medios audiovisuales “del automóvil a la televisión, todos los *bienes seleccionados* por el sistema espectacular son también sus armas para el forzamiento constante de las condiciones de aislamiento” (Debord, 1995, p. 17), rigen su vida por aquello que los mismos medios les permiten experimentar, con una libertad que realmente está coactada por la producción de los medios audiovisuales, lo que para Debord significaría perder esa conciencia histórica.

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

La lucha por el dominio ya no está solo en las calles, ahora es más latente a través de la internet: “como una sociedad global estamos entrando en una era que contiene una profunda serie de transiciones económicas, culturales, sociales y políticas que el mundo nunca ha visto” (Haynes, 2019, 00:03:18). Quien logra crear un contenido de gran impacto puede llegar a conmover a los individuos, tener una mayor cercanía y un fuerte poder de convencimiento que influye sobre la sociedad, porque es esta misma sociedad la que se encarga de crear este contenido “lo que aparece es bueno, lo que es bueno aparece” (Debord, 1995, p. 11).

Por eso, la relevancia que tiene la internet sobre la toma de decisiones es algo que debe ser tenido en cuenta, ya que la internet es la herramienta con la cual el espectáculo logra propagarse de manera masiva, lo que podría relacionarse como un perfecto complemento moderno para el espectáculo, “en el cual la totalidad del mundo mercantil aparece” (Debord, 1995, p. 27).

La economía reinante (capitalismo), ha tenido un sinnúmero de cambios, pero no habían sido tan notorios como los que han ocurrido por la influencia de la internet.

### **2.1. Análisis De La Influencia De La Internet**

Desde el descubrimiento de la tecnología de la red de redes *World Wide Web* hecha por Tim Berners-Lee, la internet se ha convertido en una herramienta tecnológica que ha transformado la manera como se concibe el mundo, tal como lo hizo la industrialización. Esta red ha permitido que la comunicación se haya vuelto un proceso tan sencillo gracias a las redes inalámbricas de información. “nunca en la historia del hombre habíamos estado tan bien comunicados... El salto

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

que supone Internet implica un gran impacto social, lo que se está llamando como la *nueva era de la información*” (Labella, 1997).

El impacto que ha tenido la internet en la sociedad es tal que ha logrado modificar la manera de como se suele percibir el mundo. Aquellos que hacen uso de la internet pueden llegar a lograr apropiarse de ella y también adaptarla según su conveniencia. Estas modificaciones pueden otorgar un sinnúmero de posibilidades de interacción por parte de los usuarios en donde la estructura social puede llegar a ser influenciada con mayor efectividad gracias a la adaptación y el rápido aprendizaje que suelen tener estas redes masivas de datos e información. La internet puede llegar a entenderse como una herramienta que otorga *libertad* a los individuos, transformando la realidad en la que se encuentran inmersos y crean nuevas culturas influenciadas por las redes globales de información, “Uno de los pilares básicos de Internet es la información, está entendida como valor en sí misma” (Labella, 1997). La información se ha vuelto un bien preciado en esta era ya que quien posee puede determinar el rumbo que debe seguir la humanidad.

Es importante resaltar que la internet es un espacio donde las limitaciones son bastante escasas, podría decirse que es un escenario de verdadera libertad en donde cada individuo tiene la posibilidad de encontrar lo que considere que quiere buscar, ahí es donde subyace ese compromiso por parte del navegante para crear un control sobre sí mismo. Así como la información encontrada puede ser ilimitada, ya que la internet ha cambiado la realidad en la que nos encontramos, desde el comercio, la cultura, la educación y la política, incluso la manera en cómo se relacionan las personas, como una herramienta de comunicación de masas, que crea una manifestación

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

superficial más arrolladora que invade a la sociedad (Debord, 1995), transformando la estructura social de la humanidad.

No hay duda en que la internet ha revolucionado la manera en la que se conecta la sociedad y hay que enfrentar la realidad presentada por este medio. Es preciso comprender el modo en el que el mundo está siendo influenciado por este medio de comunicación al hacer que la vida esté totalmente integrada a la internet, lo que Debord (1995) consideraría como la manifestación de una estructura totalitaria en la que los hombres no pueden ejercer más que por intermedio de su mediación.

A menudo, se observa que la internet se ha convertido no solo en un beneficio para la sociedad, sino también en un riesgo, al enajenar las personas y crear espacios donde los individuos deciden aislarse al saber que, gracias a las redes informáticas, no necesitan tener un contacto social real. La internet otorga una barrera invisible que en general hace que las personas encuentren un confort a través de una pantalla, al hacer que sientan seguridad. Cuanto más hacen uso de la internet, aumenta el estado de aislamiento y alienación de los individuos.

“La alienación del espectador en beneficio del objeto contemplado (que es el resultado de su propia actividad inconsciente) se expresa así: más él contempla, menos vive; más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de la necesidad, menos comprende su propia existencia y su propio deseo” (Debord, 1995, p. 18).

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Las decisiones giran en torno a las libertades que posee el ser humano, pero esta llamada libertad se encuentra coactada por las proyecciones que otorga el mundo de la internet. La toma de decisiones está influenciada por estos medios y quienes los controlan son quienes deciden lo que se produce y se transmite, suprimiendo las condiciones de libertad por quien gobierna a la sociedad, una victoria por parte de la burguesía sobre la economía, que tiene como espectador al individuo (Debord, 1995), una relación en la que las decisiones están tomadas por el espectáculo.

La era de la internet se ha hecho más presente para la realidad de los seres humanos y con la ayuda de los medios audiovisuales, la política también ha cobrado un papel de gran relevancia en la toma de decisiones, en el que quienes ostentan y anhelan el poder saben las ventajas que tienen al usar los medios audiovisuales y la internet, una relación de lo que es un espectáculo difuso y concentrado. Un ejemplo para ilustrar este punto es el acontecimiento ocurrido el 23 de junio de 2016 donde se dio el *Referéndum sobre la permanencia del Reino Unido en la Unión Europea*, también conocido como *Brexit*, una elección que definiría el futuro del Reino Unido como Estado miembro de la Unión Europea (UE) cuyo resultado fue 51.9% de quienes querían abandonar la UE, contra un 48.1% que quería permanecer (Unión Europea Timeline, s/f). Este hecho en particular tiene una gran relevancia en lo que es la influencia de los medios audiovisuales, de como las técnicas modernas usadas por las campañas electorales contribuyen a sentir una mayor afinidad (que se encuentra influenciada) hacia una de las opciones, al crear así una de las decisiones más inesperadas y políticamente controversiales en la historia de la política moderna (Bagehot, 2016).

*The Brexit: The Uncivil War* fue una película – documental, la cual está basada en los libros *All Out war: The Full Story of How Brexit*, que retrató lo sucedido ese 23 de junio de 2016 en el

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

referendo Brexit. Este filme muestra la perspectiva estratégica por parte de las campañas electorales y cómo las técnicas modernas usadas por los partidos políticos pueden influenciar las decisiones y de esta manera obtener resultados que quizá, antes de las redes masivas de información (la internet) y la producción de medios audiovisuales, no se podría haber concebido.

### **2.2. Análisis De La Película *Brexit: The Uncivil War*.**

“Todo mundo sabe quién ganó. Pero no todo mundo sabe cómo” (Haynes, 2019, 00:04:36). Así es como empieza este provocador e impactante largometraje que revela cómo se gestó el resultado del referéndum del Brexit en 2016. El análisis de este filme no se trata de quien tenía y quien no tenía la razón, sino de cómo sucedió y cómo desde los más recónditos rincones de la internet se logró obtener los resultados que todos conocen.

El *Brexit* fue un movimiento al que los ciudadanos del Reino Unido votaron con el fin de quedar fuera de la UE. Después de haber obtenido la vitoria, la salida oficial ocurrió el 31 de enero de 2020. Este resultado se logró gracias a las estrategias utilizadas por *Dominic Cummings* “un estratega político británico.... licenciado en Historia Antigua y Moderna por Oxford” (Bagehot, 2016), quien fue el principal asesor de la campaña de salida, al crear el eslogan *Take Back Control* (Recupera el control) y obtuvo el 51.9% de las personas votaran Sí al Brexit.

El papel que juega Cummings en esta película – documental es fundamental, ya que encarna dos cosas: un entendimiento de la frustración que siente un sector de la ciudadanía británica, los cuales manifiestan una gran amenaza por parte de la inmigración y los efectos de la globalización, y una comprensión de que las contiendas electorales ya no son como antes y ahora

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

están pasando por un proceso de *direccionamiento focalizado*<sup>5</sup> a cada votante, gracias a las redes masivas de información.

Como un genio de la comunicación política, Cummings logra encontrar el secreto que posee la internet con la ayuda de un experto en análisis de datos (Zack Massingham, CEO de AgregareIQ), quien logra ilustrarlo sobre este tema al explicarle el secreto para triunfar, el cual no es más que la capacidad de lograr identificar las preferencias que suelen tener las personas, “utilizando algoritmos sofisticados para microfocalizar a la población en campañas políticas” (Haynes, 2019, 00:31:52). Esto es algo que se puede determinar al hacer uso de los *big data* “Podemos definir qué es *big data* como el conjunto de estrategias que posibilitan recopilar, y analizar una gran cantidad de datos, en los cuales se detectan patrones ocultos que hacen visible información relevante” (¿Qué es el big data?, s/f) está directamente relacionado con las interacciones que suele tener la gente en las redes sociales. Un uso adecuado de la producción de los medios audiovisuales y un enfoque a través de propaganda dirigida mezclada con *fake news* pueden lograr el objetivo que están buscando, este es el poder de influenciar las masas.

Algo que nos enseña la película es la importancia que tienen a nivel mundial las redes sociales. La publicidad, así como la política, el entretenimiento o hasta la manera en la que se relacionan los humanos, ha tenido un drástico cambio, al mostrar la gran influencia que llegan a tener los medios audiovisuales en compañía de las redes sociales como instrumento de comunicación y difusión, las cuales condicionan la vida de cada individuo, a un nivel que aquello que leemos, creemos o que incluso divulgamos y sentimos hace parte de aquello que ejerce

---

<sup>5</sup> Proceso en el que se hace un direccionamiento estratégico con el fin de focalizar la información que llega a un escenario o persona en particular.

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

dominio. “El espectáculo, considerado en su totalidad, es a la vez el resultado y el proyecto de un modo de producción existente” (Debord, 1995, p. 9).

Ahora, hay que tener en cuenta la estructura social no solo del Reino Unido, sino del mundo, donde cada día se hacen más fuertes las divisiones sociales, en el que un estado de alienación se hace cada vez más presente y dificulta a la sociedad, al reconocer y nombrar la miseria en la que se encuentran, algo que no se puede cambiar si no se sale primero de esta privación, un hecho que para Debord (1995) “no puede más *combatir la alienación bajo formas alienadas*” (p. 77), una sociedad que, al estar dividida, es más fácil influenciar. Cummings identifica estas divisiones sociales presentes en la actualidad, esto lo plantea Goodhart (2020): hay dos lados, los *somewhere*, que son personas con tradiciones sólidas que en general son, como él lo denomina: *blancos de educación media o baja*, aquellos que la economía post industrial les ha dejado con dificultades laborales; y los *anywhere*, que para él son: *gente blanca de clase media con educación*, con una fuerte confianza hacia la globalización y con la disposición de cambiar sus lugares de origen para así obtener una mejor calidad de vida.

Con esta información, el equipo del Brexit, en cabeza de Cummings, no rigió su campaña en las tradicionales estrategias publicitarias, sino que se enfocó en una comunicación más orientada a cada individuo, en especial a esos escépticos, ignorados, que han pasado desapercibidos, los que Goodhart ha denominado como *somewhere*. Muchas veces estos no ejercen su derecho al voto por el mismo hecho de esa desconfianza en la política tradicional. Al haber logrado identificar a quien va dirigida su publicidad, pudo comprender qué era lo que la misma ciudadanía quería ver y oír, esto lleva a que su estrategia se basara en alcanzar a ese sector de la

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

población indecisa, haciendo uso de la producción de contenido audiovisual y big data para focalizar a las masas, como un producto que hay que vender y un comprador que lo solicita. En palabras de Debord (1995):

“Pensando en el espectáculo como modelo de identificación, este ha renunciado a toda cualidad autónoma con el fin de identificarse el mismo a la ley general de la obediencia al curso de las cosas. La vedette del consumo, al mismo tiempo que exteriormente es la representación de diferentes tipos de personalidad, muestra cada uno de estos tipos como teniendo igualmente acceso a la totalidad del consumo y encontrando igualmente la felicidad” (p. 34).

Es la misma sociedad la que se encarga de orientar la creación de los contenidos audiovisuales y, gracias a esto, la era digital ha logrado aprovechar esta información que hoy en día es más fácil procesar por medio de las bases de datos, algo que no se podía lograr en el mundo real. De este modo se logra crear y focalizar un mensaje que cada individuo siente querer y da como resultado una alineación de las masas, “Todo lo que antes era vivido directamente se ha alejado en una representación” (Debord, 1995, p. 8). Para Cummings era importante conocer cuál era la emoción que se quería capturar, de esta manera focalizar y lograr plasmarla en el mensaje. “Solo hay que encontrar donde están y empezar a excavar. Abrir el pozo y liberar la presión ganando acceso a todos los pozos de resentimiento, personas que se han ignorado con el tiempo” (Haynes, 2019, 00:18:53).

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Las estrategias políticas tradicionales han empezado a fracasar y la toma de decisiones se ha empezado a basar en la ciencia de datos, como lo planea Haynes (2019) en la película. Cummings menciona que es más relevante hoy en día las *guerras* en el aire que las que ocurren en tierra, con esto hace referencia a las redes sociales y al contenido que se produce y difunde por estos medios, una especialización de las imágenes en la que el mundo se encuentra en el mundo de las imágenes automatizadas, en donde la mentira del mundo creada por la misma humanidad se ha mentado a sí misma (Debord, 1995) y muestra la información que cada individuo siente quiere recibir. Cummings deja en claro que las estrategias tradicionales son arcaicas y carentes de sentido, razón por la cual suelen fracasar. Lo que hay que hacer es empezar a enforcar los esfuerzos en procesos digitales que apuntan a la evidencia empírica que puede otorgar la producción audiovisual focalizada a cada individuo, comprendiendo quienes son las personas que votan y qué es lo que desean oír por parte de las campañas.

“las plataformas de redes sociales saben qué preguntas hacer... más de dos mil millones de personas ingresan a las bases de datos en donde la redes forman patrones que coinciden con diferentes conductas... significando así que se puede lograr distribuir y focalizar miles de anuncios los cuales varían dependiendo a quien sean enviados... probando que tan efectivos son los anuncios a ciertas personas en cuanto a *likes*, *darles click* y *compartir*, aprendiendo a adaptarlos, para mejorarlos en tiempo real” (Haynes, 2019, 00:33:25).

Al tener claro esto es que surge de *Take Back Control* (recupera el control) como respuesta a la búsqueda del mensaje que logra capturar el resentimiento de las masas, “La información tan

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

sólo es el mínimo estrictamente necesario para la emisión, transmisión y observación de órdenes en tanto que mandatos” (Deleuze, 1998, p. 82), que es aquella que logra interpretar ese sentimiento que se plasma en la campaña de salida y logra el objetivo de alcanzar al 51.9% de la población británica que quiere volver a recuperar el control.

Lo sucedido en el Reino Unido es evidencia de que las cosas han cambiado. Las decisiones políticas ya no solo ocurren por medio de las tradiciones desarrolladas por estrategias políticas en tierra. La era del internet ha llegado y ha logrado cambiar la percepción de toma de decisiones y la influencia en una sociedad del espectáculo.

### **3. La influencia de los medios audiovisuales en las decisiones Políticas**

La clase proletaria cada día se hace menos consciente de sí, al perder su libertad al ser alienados por los medios de comunicación masiva, que en su contenido audiovisual influyen la realidad de cada individuo y lo sumergen en el espectáculo.

El espectáculo ha sido una construcción propia de la misma sociedad: “se presenta a al ave como la sociedad misma, como una parte de la sociedad y como *instrumento de unificación*” (Debord, 1995, p. 8), en el que los medios audiovisuales y la internet influyen sobre la toma de decisiones, se sumerge en una obsesión con lo que consideran es la realidad en la que viven. El capitalismo “el movimiento único que ha hecho del planeta su campo” (Debord, 1995, p. 32), ha sabido aprovechar estas herramientas, modernizándose cada día. Al perder la conciencia propia y el poder que posee cada individuo en el desarrollo de una sociedad, el capitalismo logra el objetivo

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

de cimentarse y limitar la libertad a aquello que las personas logran percibir a través de las redes sociales (medios audiovisuales y de comunicación), arrebatando todo para seguir alimentando el capital, una sociedad del espectáculo para Debord.

La sociedad cada día está perdiendo la capacidad de vivir directamente su vida y ha empezado a sentirse cómoda en una representación virtual de la realidad. La “inmensa mayoría de los trabajadores que han perdido todo poder sobre el empleo de sus vidas” (Debord, 1995, p. 72). La virtualidad ha otorgado un espacio en donde las emociones y los gustos pueden ser mejor interpretados dependiendo del individuo y de esta manera la sensación de pertenencia se hace más fuerte para las personas, al llevar a que la vida en la internet se sienta mejor. El espectáculo se ha convertido en la imagen que ha sido nutrida por parte de la misma clase trabajadora, al ser una evolución que es consecuencia del desarrollo que ha tenido el capital para tener vigencia en la actualidad. “El espectáculo en general, como inversión concreta de la vida, es el movimiento autónomo de lo no viviente” (Debord, 1995, p. 8).

Para el espectáculo, la clase trabajadora ya no se hace solo necesaria en su periodo laboral, sino que su tiempo fuera de su labor es tiempo que se puede consumir por aquello que le conviene al modelo económico presente, al lograr llevarlo a un estado de aislamiento gracias a la producción audiovisual focalizada y la difusión efectiva que otorga la internet en la actualidad, permaneciendo en un estado de impotencia, en donde la *no vida* lo lleva a percibir la realidad como un escenario donde el cambio no es posible y solo hay que vivir.

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

“Entonces, el *humanismo de la mercancía* toma en cuenta “los pasatiempos, los ocios y la humanidad” del trabajador simplemente porque la economía política puede y debe ahora dominar estas esferas *en tanto que economía política*. Así “la renegación consumada del hombre” ha asumido la totalidad de la existencia humana” (Debord, 1995, p.24).

Su existencia lo lleva a ser parte del espectáculo como un espectador que logra ser influenciado por lo que observa a través de una pantalla. Es así como los medios audiovisuales han ayudado a crear un escenario del espectáculo, al ser transmitidos de manera masiva por los medios de comunicación. Además, construyeron un escenario de influencia que ha sido potenciado por el incremento de los dispositivos electrónicos que han llevado a la digitalización de la sociedad. La imagen construida por las emociones de cada individuo es controlada por la economía (capital), que hace uso de los audiovisuales, como una herramienta de separación que influencia la toma de decisiones. Al tener identificadas las emociones y saber la manera de controlarlas, los medios de producción audiovisual focalizan su contenido al plasmar la emoción que quieren transmitir, orientando al individuo en su libertad y la toma de las decisiones.

La sociedad muchas veces actúa por emocionalidad y estas emociones son influenciadas por el contenido al que están expuestos diariamente, algo que la clase burguesa conoce y sabe cómo controlar: por esto la toma de decisiones gira en torno a la economía, un sujeto de adoración para la clase proletaria. “La mercancía es esta ilusión efectivamente real, y el espectáculo su manifestación general” (Debord, 1995, p. 27), el cual subordina las decisiones alrededor del crecimiento económico y logra que las decisiones políticas estén sujetas a los términos que la

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

burguesía consideren. Es por esto por lo que las contiendas electorales apelan a las emociones para influenciar la toma de decisiones.

La clase burguesa construye una base de datos sólida por medio de la publicidad focalizada, la cual identifica las emociones a las que debe apelar en beneficio de la economía reinante, un proceso que es más efectivo lograr gracias a las big data como herramienta de recolección y procesamiento de datos que ayuda a identificar y focalizar a quien puede ir dirigido el contenido audiovisual y también a la internet como un medio de difusión masiva. Una vez es influenciada la sociedad, se aliena a los individuos llevándolos a un estado en donde su libertad está coactada a aquello que perciben de los medios de comunicación. Un espectáculo que logra mezclar: un escenario *difuso* como economía reinante que solo muestra la realidad que cada persona necesita ver y un escenario *concentrado* en donde los medios audiovisuales muestran una falsa libertad de tomar una decisión que realmente está encerrada en lo que Debord define como un *círculo de creación del entusiasmo*, que crea una sensación de satisfacción al sentir que la decisión tomada ha sido voluntaria, cuando solo ha sido la opción que más convenía para el modelo que se impone. Esta decisión beneficia a la contienda electoral y quien obtiene la victoria establece un orden con el cual influencia a la gente por medio de la emocionalidad y haciendo que no logren adquirir una conciencia histórica, en un círculo que se repite que los convierte en una *sociedad del espectáculo*.

### **Conclusiones**

A modo de conclusión se postulan las siguientes apreciaciones: las teorías de Debord y la relación que tienen con la toma de decisiones políticas en la actualidad, son algo que muestran el panorama en el que se encuentra la sociedad, una que vive dentro del espectáculo construido por la misma mano del hombre al hacer uso de las herramientas tecnológicas con las posee acceso a contenido audiovisual que le ofrece información y entretenimiento focalizado de manera inmediata. La internet ha transformado la realidad, pero también la ha influenciado y aislado. Por esto, es acertado decir que Debord era un visionario que comprendía el rumbo que estaba tomando la sociedad y cómo cada día se sumerge más en un estado total de alienación perdiendo su conciencia histórica.

### Referencias Bibliográficas

- Aristóteles (2007). *Política* (trad. T. Calvo Martínez). Barcelona: Gredos.
- Bastida, C. B. & Morales, R. B. (2015). *Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis audiovisual*. Sld.cu.  
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v7n3/rus04315.pdf>
- Bagehot (2016). An interview with Dominic Cummings. *Economist (London, England: 1843)*.  
[https://www-economist-com.translate.googleusercontent.com/translate?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=es&\\_x\\_tr\\_hl=es-419&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://www-economist-com.translate.googleusercontent.com/translate?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=sc)
- Debord, G. (1995). *La Sociedad del espectáculo*. Ediciones Naufrago.
- Deleuze, G. (1998). *Mil Mesetas - Capitalismo y Esquizofrenia*. Pre-Textos.
- Ferguson, R. (2007). *Los Medios Bajo Sospecha: Ideología Y Poder En Los Medios De Comunicación*. Editorial Gedisa.
- García, M. L. (2018). *¿Medio de comunicación audiovisual?* Telos | Archivo; Telos.  
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero089/medio-de-comunicacion-audiovisual/>
- García Norro, J. & García-Baró, M. (1989). *La decisión*. Filosofía.net. Recuperado el 25 de septiembre de 2022, de  
[https://www.filosofia.net/materiales/sofiafilia/fyc/fyc\\_6\\_5\\_decision.html](https://www.filosofia.net/materiales/sofiafilia/fyc/fyc_6_5_decision.html)
- Garzaro (2006). *Diccionario Electoral CD*. Inep.org. <http://diccionario.inep.org/C/CONTIENDA-ELECTORAL.html>
- Goodhart, D. (2020). *The road to somewhere the road to somewhere: The populist revolt and the future of politics*. Hurst. <https://www.theguardian->

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

com.translate.google/books/2017/mar/22/the-road-to-somewhere-david-goodhart-populist-revolt-future-politics?\_x\_tr\_sl=en&\_x\_tr\_tl=es&\_x\_tr\_hl=es&\_x\_tr\_pto=sc

Haynes, T. (2019). *Brexit: The Uncivil War*. HBO. <https://ww1.cuevana3.me/8926/brexit-the-uncivil-war>

Hernández, J. L. E. & Reveles, J. (2013). *Revista mexicana de comunicación* /. Com.Mx. Recuperado el 22 de septiembre de 2022, de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2013/03/26/el-cuarto-poder/>

Labella, C. E. (1997). *Internet, una visión de su impacto social*. Upc.edu. Recuperado el 28 de septiembre de 2022, de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/9812/Article015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

*La declaración de Independencia*. (2016). National Archives. <https://www.archives.gov/espanol/la-declaracion-de-independencia.html>

*Lexico Dictionaries, Cuarto Poder Definición de Cuarto Poder en Español de Léxico*. (2020). Dictionary.com. <https://www.dictionary.com/Spanish/cuarto.poder>

Marx, K. (1979). *El capital: Libro I - capítulo VI inédito* (7a. ed.--). México D.F.: Siglo veintiuno.

Mohsin, M. (2022). 10 YouTube statistics that you need to know in 2022. *Oberlo.com*. <https://www.oberlo.com/blog/youtube-statistics>

Orejudo, J. & Bautista, E. (2020). *El pensamiento de Guy Debord: La Sociedad del Espectáculo y los aportes de la Teoría Crítica del Valor*. FILHA U.A.Z. <http://www.filha.com.mx/publicaciones/edicion/2020-07/el-pensamiento-de-guy-debord-la-sociedad-del-espectaculo-y-los-aportes-de-la-teoria-critica-del-valor-por-juan-carlos-orejudo-pedrosa-y-edgar-bautista-campos>

## DEBORD Y LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Orús, A. (2022). *Youtube: usuarios a nivel mundial 2012-2021*. Statista. Recuperado el 25 de septiembre de 2022, de <https://es.statista.com/previsiones/1289041/usuarios-de-youtube-en-todo-el-mundo>

Palacio Valdes, A. (2013). *El Cuarto Poder*. Rarebooksclub.com.

¿Qué es el big data? (s/f). Oracle.com. Recuperado el 27 de septiembre de 2022, de <https://www.oracle.com/mx/big-data/what-is-big-data/>

Revels, H. R. (2009). *15th Amendment*. HISTORY. [https://www-history-com.translate.goog/topics/black-history/fifteenth-amendment?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=es&\\_x\\_tr\\_hl=es-419&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://www-history-com.translate.goog/topics/black-history/fifteenth-amendment?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=sc)

Rodas, F. C. (2022). *¿Qué es el voto?* www.lasillavacia.com. <https://www.lasillavacia.com/historias/historias-silla-llena/que-es-el-voto/>

Sartre, J.P. (2006). *Bosquejo de una Teoría de las emociones*. Alianza Editorial. [https://desarmandolacultura.files.wordpress.com/2018/04/sartre\\_bosquejo\\_teoria\\_emociones.pdf](https://desarmandolacultura.files.wordpress.com/2018/04/sartre_bosquejo_teoria_emociones.pdf)

*Significado de Decisión*. (2018). Significados. <https://www.significados.com/decision/>

*Unión Europea Timeline*. (s/f). Timetoast Timelines. Recuperado el 29 de septiembre de 2022, de <https://www.timetoast.com/timelines/union-europea-5c26c9f6-b14f-4f4c-bd2d-d655c3a1aa2d>