

## The twittering machine

*Richard Seymour (2018)*

London: The Indigo Press

Al menos desde finales del siglo XIX, el desarrollo tecnológico se ha producido de la mano de una corriente ideológica que presentaba su avance como un suceso natural y deseable. Este discurso, marcado por el optimismo sobre el progreso, fue defendido por buena parte de los industriales y hombres de negocios en las ferias acaecidas en los lindes del Imperio británico. Algunos autores incluso atribuyeron este carácter de la tecnología, determinista en grado máximo, a Karl Marx, por anunciar en la introducción de los Grundrisse que su avance en manos capitalistas daría lugar a la llegada de la sociedad sin clases (Resnick & Wolff, 1982: 31-72).

Renegando de las lentes materialistas, o al menos cubriéndolas del análisis freudiano, Richard Seymour arremete en

*Twittering Machine* contra los tecno-optimistas contemporáneos y critica la atribución de cualidades mágicas a las redes sociales (Pinker, 2018). Casualmente, el autor ha escogido un cuadro del pintor Paul Klee, donde unos cuantos pájaros están cantando en una jaula para ilustrar el tema central de su obra: la cacofonía que se forma en plataformas como Twitter o Facebook. Este pintor fue el mismo que eligió Walter Benjamin, uno de los primeros pensadores en presentar los efectos de la técnica de manera socio-histórica, cuando escogió el *Angelus Novus* para reflejar el motivo de sus tesis *Sobre el concepto de Historia* (Benjamin, 2008: 310).

La comparación no es baladí, pues el libro pretende ser mucho más que una mera reflexión sobre la esfera pública; busca algo similar a lo que Benjamin escribe en *La obra de arte en su época de la reproductibilidad técnica*, donde ilustra diferentes épocas en relación a la tecnología. Seymour reconceptualiza la llamada «black box» (caja negra de los algoritmos) para mostrar que la escritura se ha industrializado, y se convierte en un «texto electrónico»; una noción cuya procedencia atribuye a Shoshana Zuboff (p. 15).

Existen varias problemáticas con este ejercicio intelectual, y por ello con la propia tesis del libro. En primer lugar, porque la base de todo el razonamiento parte de la concepción que tiene la profesora Zuboff del espacio de trabajo y de la mediación ejercida por los ordenadores. Al igual que ella, durante los sucesivos capítulos, Seymour conceptualiza a los usuarios como meros consumidores: adictos, consumidores de celebrities, mentirosos, trolls... Y aunque en ocasiones aluda a las elucubraciones semióticas de Jean Baudrillard para rellenar páginas, Seymour explica que los sujetos escriben

(o producen feedback) para mostrar sus aspiraciones a fin de que una empresa les corresponda: «escribimos para la máquina, que recoge y agrega nuestros deseos y fantasías, los segmenta por mercado y demografía y nos los devuelve como experiencias de productos básicos» (p. 17).

En general, la crítica central a la concepción del capitalismo de vigilancia presente en la obra de Zuboff es válida para criticar la obra de Richard Seymour: «La propiedad privada, la clase, la propiedad de los medios de producción —la fuente de los conflictos más tempranos con el trabajo— fueron en su mayoría excluidos de su marco de análisis... Así es que la máquina inteligente figurada por Zuboff operaba en buena medida fuera de las restricciones invisibles que el capitalismo imponía a los gerentes y propietarios (Morozov, 2019). El único cambio es que en este caso se denomina *Twittering Machine*.

Tanto Richard Seymour como Shoshana Zuboff cometen el mismo error teórico de la Escuela de Frankfurt, aunque el primero ha intentado desafiarlos. Buena parte de los pensadores que compusieron esta corriente, a excepción de Walter Benjamin, no comprendieron nada ajeno al consumo. Así lo ilustra la teorización de la industria cultural de Theodor Adorno y Mark Horkheimer en la *Dialéctica de la Ilustración* (redactada precisamente con la idea de continuar las tesis del filósofo judío). Seymour comete un error similar cuando describe su propia versión: «La industria social ha ido mucho más allá [de la industria cultural] al someter la vida social a una fórmula escrita invariable... Esto trata sobre la industrialización de la escritura. Esto trata sobre el código (escritura) que moldea cómo lo usamos, los datos (otra forma de escritura) que generamos haciéndolo, y la manera

en que esos datos son utilizados para moldearlos» (p. 24).

El libro no aporta ninguna evidencia para demostrar que las firmas de Silicon Valley son distintas a las de Hollywood. De hecho, Disney realizó importantes fusiones y adquisiciones para competir con Netflix en 2019. Puede que la reproducción algorítmica haya cambiado notablemente respecto a la mecánica, alterando la experiencia estética sobre el tiempo histórico e indicando que las condiciones están listas para la lucha de clase, pero Seymour no ha tratado de seguir la estela de Benjamin. Más bien, esta crítica cultural vulgar se ofusca en analizar las nuevas firmas tecnológicas desde la misma perspectiva que Adorno. «Estas plataformas se han convertido en monopolios, gigantes con un inmenso poder político e ideológico» (p. 84).

Un buen marxista heterodoxo (a lo que parece aspirar el autor de este ensayo) establecería que la fuente del poder es siempre la rentabilidad, condición estructural del capitalismo, y afirmaría que partir de la teoría del monopolio de las firmas de ningún modo favorece una estrategia socialista (Zachariah, 2020). Como ello nunca se produce, el libro no logra ofrecer una alternativa política más allá de señalar que «el ludismo en el siglo XXI es una posición enteramente defendible; además de deseable (p. 177).

El otro problema es que de manera involuntaria Seymour cumple la función contraria a la deseada: desarmar a las fuerzas progresistas. Cuando, arrinconado, argumenta que las redes sociales benefician eminentemente a la derecha no es capaz de comprender que la revolución conservadora se produjo mucho antes que el nacimiento de Facebook y consolida el posicionamiento de la derecha, quie-

nes han utilizado el ataque a la Escuela de Frankfurt y la alusión del marxismo cultural en sus batallas culturales. Esta incapacidad para pensar la política más allá del mundo online, la cual ha sido señalada en otro lugar, no ejerce ninguna oposición a la fuerzas de ultraderecha, sino que la refuerza (Eagleton, 2019).

En definitiva, Richard Seymour se ha embarcado en un análisis sobre la condición postmoderna digital para buscar una *exterior* a las redes sociales. Pero el mero análisis semántico y lingüístico del comportamiento del usuario en las redes no basta para comprender que para encontrar dicho *exterior* implica cuestionar la inserción de la tecnología en la arquitectura del capitalismo global.

## Bibliografía

- Benjamin, W. (2008). *Obras Completas* libro I / vol.2. Madrid: Abada.
- Eagleton, O. (2019). *Mind-Forged Manacles?*, *New Left Review*, 120, Nov/Dec.
- Morozov, E. (2019), *Los nuevos ropajes del capitalismo (Parte I)*, *El Salto*.
- Resnick, S. & Wolff, R. (1982). *Marxist Epistemology: The Critique of Economic Determinism*. *Social Text* (6).
- Sayers, S. (2020), *Marx and Progress*, *International Critical Thought*, 10:1, 18-33.
- Pinker, S. (2018), *Enlightenment Now: The Case for Reason, Science, Humanism, and Progress*, Viking.
- Zachariah, D. (2020), entrevista a Anwar Shaikh: «The Fundamental Questions About Capitalism Seem to be Coming Back», *Jacobin*, 6-4-2020.

Ekaitz Cancela  
Escritor y conferenciante