

Digital Labour and Karl Marx, Nueva York: Routledge, 2014.

Christian Fuchs

Por Roy Alfaro Vargas
Investigador independiente
royalfarov@gmail.com

Christian Fuchs es profesor en investigación de medios sociales en el Communication and Media Research Institute de la University of Westminster. Su investigación se desarrolla en campos como: estudios de Internet, estudios de medios sociales, teoría crítica social y estudios de la sociedad de la información. Entre sus publicaciones se encuentran: *Internet and Society : Social Theory in the Internet Age* (2008), *Foundations of Critical Media and Foundation Studies* (2011), *Social Media. A Critical Introduction* (2014), *Critique, Social Media, and the Information Society* (2014), entre otros.

Fuchs presenta su propuesta siguiendo dos vías que se yuxtaponen y confunden por momentos. La primera gira alrededor del concepto de trabajo alienado (*labour*) en relación con la necesidad capitalista de acelerar el proceso de producción de mercancías. En este sentido, el trabajo alienado es congruente con la noción de trabajo (*work*), en cuanto capacidad universal del ser humano y como característica inherente al ser de la especie (*Gattungswesen*).

Dentro de este marco, el trabajo alienado abstracto (*abstract labour*) se convierte en la medida del valor, del valor de cambio (esencia de la mercancía) que dialécticamente niega el valor de uso. Así, de manera somera, Fuchs muestra el circuito de circulación-reproducción del capital.

En la otra vía, Fuchs plantea algunas reflexiones sobre el marxismo; primeramente, en

función del declive de éste en los años 1990 y 2000, dando como causas de esto el auge neoliberal, la emergencia del postmodernismo, la mercantilización de la academia, etc.

Asimismo, en segundo lugar, señala este autor que “hoy vivimos en tiempos donde el interés en los trabajos de Marx y en lo económico en general ha retornado” (pp. 62-63), dado que la crisis capitalista se ha manifestado tanto en lo económico como en los estudios culturales, los cuales se plantean como una teoría que “no puede comprender en lo básico cómo trabaja el capitalismo” (Chibber, 2013: 288) y este fallo conlleva el hecho que “la crítica de la economía política está recuperando su lugar central en la teoría y la práctica” (Fraser, 2013: 5).

Fuchs, entonces, establece, dentro de este contexto, una mezcla de los imperativos de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt con la economía política marxista/crítica de los medios y la comunicación. Con esto, Fuchs trata de solventar la artificiosa e ingenua separación entre los escritos “filosóficos” y “económicos” de Marx. El resultado de esta posición son los denominados *estudios marxistas de los medios y la sociedad de la información* (Fuchs, 2014b: 51), que tienen como objeto la economía capitalista de Internet (*capitalist Internet economy*), en general, y los medios capitalistas (*capitalist media*), en lo particular; en cuanto alrededor de ambos fenómenos se produce una mercantilización de los procesos de información-comunicación, así como una ideologización alienante a través de ellos. En lo concreto, Fuchs se enfoca en Facebook, Twitter, YouTube, y en el señalamiento de los procesos de producción que generan los celulares, las cámaras digitales, etc.

Para analizar estos procesos, Fuchs retoma, como trasfondo, la separación entre trabajo alienado y trabajo en general, para crear los conceptos de trabajo digital alienado (*digital labour*) y de trabajo digital (*digital work*), con el fin de comprender los procesos de explotación y de alienación ocultos bajo las redes sociales y los procesos de digitalización de la *sociedad de la información*.

De este modo, con respecto a *Facebook* y otras redes sociales, Fuchs expresa que en estas “los usuarios no son observadores pasivos, sino en cierto grado creadores activos de contenido”, es decir, aquí “todo tiempo de consumo es tiempo de producción mercantil” (p. 90). De hecho, entonces, el usuario, por ejemplo de *Facebook*, con cada “like” (me gusta) está generando información que es comprada por las agencias de publicidad y las empresas para generar mercancías, que producen ganancias a tales entidades. El usuario, por tanto, se enmarca dentro de una relación laboral digital que conlleva un trabajo no solo alienado, sino no-pago. El usuario deviene prosumidor (*prosumer*), o sea, un trabajador que produce en el proceso mismo de consumir.

La explotación digital, que llevan a cabo empresas como *Facebook*, *Twitter*, etc., soporta un proceso donde el trabajador, el proletario digital, el usuario, se ve sometido a producir sin salario y donde su única “recompensa” es el uso de la red social misma, que ideológicamente (dentro de los procesos psico-sociales del individuo) conduce al usuario a aceptar las condiciones dadas bajo la pena de exclusión social. *Exempli gratia*, el no-uso de *Facebook* o *Twitter* acarrea “sufrir desventajas sociales” (p. 91), en cuanto el no-usuario puede verse reducido a “un número más pequeño de interacciones significativas” (p. 254), o sea, la red social funciona como “una forma social de coerción que amenaza al usuario con el aislamiento social y las desventajas sociales” (p. 255). Luego, “la vida ha devenido una fábrica” (p. 107). De este modo, lo cotidiano es absorbido por el proceso de explotación digital que anula la separación entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio.

En consecuencia, el usuario realiza trabajo alienado no-pago a lo largo de su diario vivir, bajo la ilusión ideológica de una inmediatez que presenta tal proceso como una

forma de participación cultural y democrática, donde la explotación aparece como un juego. Por ende, los medios capitalistas y las redes sociales construyen formas de explotación que son “una expresión de la lucha de clases del capital para reducir los costos de la fuerza de trabajo” (p. 122). Incluso, algunos gastos de producción son asumidos por el trabajador mismo, como cuando pasa conectado a Facebook desde su celular y la cuenta es él o ella quien la paga.

Finalmente, la neutral noción de sociedad de la información deviene el escenario de la lucha de clases, donde la industria de las tecnologías de la información y la comunicación (industria TIC, en español, o *ITC industry*, en inglés), desde el proceso de extracción de las materias primas hasta la relación usuario-computadora, está marcada por la explotación y la violencia. El minero congolés del Este paga el precio de extraer las materias primas de esta industria con su sangre (p. 180) y el usuario genera plusvalía curtiendo gratis su pellejo en la “web”.

El pellejo de este no-pagado proletario se curte bajo la careta de una nueva ideología capitalista: el trabajo alienado lúdico (*play labour*), donde “objetivamente el trabajo alienado es presentado como creatividad, libertad y autonomía lo cual es divertido para los trabajadores” (p. 267). Así, el juego como elemento socializante se inserta en el proceso de explotación, aprovechando que, en su gran mayoría, las nuevas generaciones, al trabajar ambos padres y ante los aumentos en la desigualdad social, crecen carentes de un grupo de pertenencia, carencia que la red social “lúdicamente” puede llenar.

Todo este complejo proceso digital lleva a Fuchs a determinar, en cuanto el análisis del trabajo digital alienado afirma de fondo un proceso de lucha de clases, que “hay potencialidades comunistas dentro del capitalismo” (p. 264). En otras palabras, como señala Harvey (2014), estas tecnologías de la información y la comunicación tienen un potencial que debe movilizarse en la lucha anti-capitalista.

Dicho en contraposición a las corrientes posmodernas que han dominado en los últimos tiempos, “subordinar o igualar la categoría de clase a otras categorías antagónicas (género, etnicidad, edad, capacidades, etc.) plantea el peligro de enterrar el proyecto y la demanda de establecer alternativas participativas a la totalidad capitalista” (p. 322). Los estudios marxistas de los medios conllevan el dejar de lado las luchas particularistas de las identidades posmodernas, para centrarse en los problemas horizontales de una sociedad insertada en un capitalismo en crisis sistémica. Las actuales manifestaciones financieras de la crisis muestran que las ideologías transversales de la posmodernidad (movimiento gay-lésbico, feminismo, etc.) no pueden explicar y colaborar en la implementación de acciones, en un momento donde la mujer de clase baja es despojada de su dinero ahorrado, mientras la mujer de clase alta se le da ese dinero para que ella mantenga su estatus y su posición de dominio. Las categorías posmodernas de las identidades son hoy solamente un grupo de discursos que crean una metonimia social, a la vez que invierten la realidad al pregonar que del discurso deriva alguna realidad: la fenomenología en su punto al servicio de la burguesía.

Por otra parte, el planteamiento de Fuchs es interesante tanto en lo referente al análisis del trabajo digital alienado, como en relación con el rescate del pensamiento marxista y sus categorías de análisis. Sin embargo, hay dos puntos que se podrían desarrollar en nuestro contexto latinoamericano.

En primer lugar, el concepto de sociedad de la información no luce ser una noción tan exacta como debería, ya que este término describe solo una parte de lo que caracteriza la sociedad actual (el desarrollo de las tecnologías de la información-comunicación),

pero no se conecta con los procesos políticos, económicos e ideológicos que marcan el capitalismo desde los años 1970, los cuales están determinados por una caída en la tasa global de ganancia y, lógicamente, la consecuente incapacidad de hacer efectiva la plusvalía dentro del circuito de circulación-reproducción del capital. En este sentido, la sociedad de la información es más una manifestación (un fenómeno) cuya esencia se encuentra en el proceso histórico de decadencia del capitalismo y, por lo tanto, ligado a la aparición del capitalismo financiero y la virtualidad de tal capitalismo.

En segundo lugar, aunque Fuchs afirma que “otro Internet es posible. Otro Internet es necesitado. Otra sociedad es posible. Otra sociedad es necesitada. Ambos requieren otro comunismo. Otro comunismo es posible” (Fuchs, 2014b: 63), no queda claro cuáles medios (violentos y anti-sistémicos) son los adecuados, a partir del análisis del fenómeno digital en su carácter concreto, para superar (*aufheben*) lo dado. En otras palabras, falta un adecuado análisis y planteamiento de la negatividad del fenómeno analizado por Fuchs, que permita establecer políticas y acciones posibles efectivas para eliminar el trabajo digital alienado. En este marco, podría el análisis del fenómeno *hacker* y del grupo *Anonymous* arrojar luz sobre esto.

En último caso, solo por vía violenta se podrá lograr la transformación social requerida, sea esa violencia digital y material, afectando el punto débil del capitalismo actual, es decir su imposibilidad de hacer eficientes los procesos de efectivización de la plusvalía.

Referencias

Chibber, Vivek. (2013) *Postcolonial Theory and the Specter of Capital*, Londres: Verso.

Fraser, Nancy. (2013) *Fortunes of Feminism: From State-Managed Capitalism to Neoliberal Crisis*, Londres y Nueva York: Verso.

Fuchs, Christian. (2014a) *Digital Labour and Karl Marx*. Nueva York: Routledge.

Fuchs, Christian. (2014b) “Critique of the Political Economy of Informational Capitalism and Social Media”, En Fuchs, Ch. y M. Sandoval (eds.) (2014) *Critique, Social Media and the Information Society*, Nueva York y Londres: Routledge.

Harvey, David. (2014) *Seventeen Contradictions and the End of Capitalism*, Nueva York: Oxford University Press.