

# Marx in the Age of Digital Capitalism

CHRISTIAN FUCHS E VINCENT MOSCO (ORGS.)

*Leiden; Boston: Brill, 2016. 549p.*

*Friedrich Maier\**

O campo das Ciências Sociais apresenta, principalmente nas últimas três décadas, um crescente debate em torno das “tecnologias de informação e comunicação” (TICs) e seus impactos nos mais variados âmbitos de pesquisa. Termos como ciberespaço, cibercultura, sociedade em rede e Web 2.0 proliferam em textos que procuram compreender como tais tecnologias alteram ou perpetuam paradigmas, inserem novas possibilidades de participação política ou ainda representam “novas fronteiras” para uma “nova” economia.

Nota-se, de igual forma, que junto a essa expansão de reflexões acerca das TICs ainda prevalece um discurso “apologético”, típico das décadas de 1980 e 1990, no qual essas tecnologias e, principalmente, a internet proporcionariam ferramentas para superar uma série de contradições de nossas sociedades atuais, gerando “mais democracia”, “mais participação”, “maior representatividade” e diminuindo desigualdades, senão econômicas, ao menos “informativas”.

É justamente como uma “cartela de comprimidos” indicados para *ponderar essa visão messiânica das mídias digitais e da internet* que o livro organizado por Fuchs e Mosco contribui para o debate desse importante tema da sociedade capitalista contemporânea. Os dezesseis capítulos que se desdobram sobre assuntos variados seguem sob o mesmo (e duplo) fio condutor: o entendimento coerente de

---

\* Mestrando em Ciências Sociais da Unesp-Marília. E-mail: fmaier250@gmail.com

que as TICs, longe de representarem um “novo começo”, estão *intrinsecamente inseridas dentro da sociedade capitalista*; assim sendo, mirá-las desde uma perspectiva tributária do pensamento de Marx pode auxiliar no *tratamento crítico, teórico e prático dos seus problemas e desafios*.

Em cada uma das contribuições, os problemas relacionados com as TICs são trabalhados por referenciais teóricos originais e críticos, e ao final de cada texto o leitor se depara com questionamentos instigadores, o que ressalta a pertinência do caminho narrativo adotado pelos editores. Dentre os temas discutidos, destacamos a pertinência e a complexidade dos debates acerca do Web 2.0 (relacionado com os “sites de redes sociais”, nos quais o conteúdo do site é “produzido e consumido” pelos seus próprios usuários) e o *trabalho imaterial*. Como lidar com os vultuosos lucros auferidos por empresas como Facebook e Google, sabendo que seus maiores “produtos” são, na realidade, seus próprios usuários?

Diante da dificuldade que seria resumir todos os capítulos, cabe menção a alguns deles. Para Andreas Wittel (capítulo 3), se as categorias marxianas de trabalho, propriedade privada, valor e luta de classes em relação aos meios de comunicação já forneciam importantes interpretações no período das “mídias de massa”, atualmente, com a emergência de uma época de *mídia distribuída ou mídia digital*, o potencial de tais categorias aumentou. Urge, portanto, uma economia política das mídias digitais, cujo foco no *trabalho imaterial* e sua progressiva incorporação como fonte de lucro pelos capitalistas seriam uma das fundações.

O tema é retomado por Mattias Ekman (capítulo 4) a partir de uma apreensão particular acerca da “acumulação primitiva” de Marx e da elaboração/interpretação teórica empreendida por David Harvey e sua “acumulação por despossessão”. Com esse aparato teórico, Ekman procura apontar como esse par de categorias pode ser mobilizado para compreender o fenômeno das redes de comunicação e das empresas de mídia: são, ao mesmo tempo, importantes influenciadoras da dimensão subjetiva e peça intrínseca aos processos de acumulação capitalista (primitiva ou não), afinal, “a maioria das partes da internet tem sido comercializada, e os processos de mercantilização [sustentados ideologicamente nessa mesma internet] subjagam constantemente os usuários” (p.117, tradução nossa).

É importante dizer que o avanço de mercantilização digital conta, desde o início, com apoio e impulso dos Estados nacionais. Refletindo justamente sobre essa questão, Dal Yong Jin (capítulo 10), ao lançar luz sobre o relacionamento de cooperação e suporte que Estados fornecem para o desenvolvimento de plataformas digitais nacionais, argumenta sobre a composição de um novo tipo de imperialismo, o “imperialismo de plataforma”, no qual a expansão das plataformas digitais (pontas de lança de uma economia digital, dada sua profunda e lucrativa relação com os anúncios) figuraria como motivo de movimentações estatais tanto no fator geopolítico, na formação de “ciberespaços regionais”, quanto na China e na Rússia e em seus aliados, no que tange a avanço de marcos regulatórios.

Alterando um pouco o mote central da reflexão, Eran Fisher (capítulo 7) trabalha a partir das categorias marxianas de “exploração” e “alienação” para

produzir uma interessante abordagem que procura esquadrinhar um pouco o sucesso lucrativo dos *sites de redes sociais* (SRS). Neles, a lógica da exploração é conectada com uma lógica de “desalienação” (*de-alienation* e, por que não, acrescento, *aparente empoderamento?*). Para o autor, a mídia de massa, por ser concentrada e produzir conteúdo *top down*, gera maior alienação no espectador do que se comparada com a mídia digital, produzida pela própria característica desses *sites* (o usuário produtor, ou *producer*). Sua argumentação aponta para a própria natureza dos SRS – o Facebook é o exemplo mais ilustrativo – como ambientes que compõem tanto um meio de comunicação e socialização quanto de produção. É o uso da própria natureza comunicacional e de sociabilização, engendrada pela estrutura desses *sites*, que produz seu “valor”.

Cabe mencionar que, em alguns capítulos à frente, essa tendência de “desalienação”, conectada a mais exploração, é compreendida por outro prisma. A proposta inovadora de Katarina Giritli Nygren e Katarina Lindblad-Gidlund (capítulo 12) reúne ferramentas teóricas de Marx (alienação, em especial) e Foucault (“poder pastoral”) para demonstrar como as TICs produzem uma nova forma de alienação, coerente com o atual desenvolvimento da economia capitalista, chamado neoliberalismo. Essa “alienação digital” refere-se, em suma, ao ato de constituir-se enquanto sujeito por meio das tecnologias digitais, mas, assim como na alienação do trabalho, é um processo que acontece a partir de um autoestranhamento de si mesmo.

Por fim, vale ressaltar o texto de Miriyam Aouragh (capítulo 15), por ser, na opinião deste resenhista, aquele que talvez contribua mais explicitamente na tarefa de dissolução dos grandes mitos tecnológicos de nosso tempo. A partir de uma perspectiva teórica que procura referenciais tanto na categoria marxiana de mediação (a internet como uma mediação) quanto em recursos de pesquisa da Antropologia (Etnografia), a autora *desfaz os discursos orientalistas sobre a chamada “Primavera Árabe”*, apontando-os não como meros efeitos do “poder democrático das ‘novas’ tecnologias”, mas como longos processos de mobilização social aos quais a tecnologia, em muitos aspectos, não atribuiu papel decisivo. Nesse sentido, as mídias digitais despontam num panorama mais amplo: capitalista, imperialista e neocolonial; suas ferramentas tiveram, sim, impacto nas mobilizações, mas não foram determinantes, uma vez que tais protestos se pautaram largamente na organização *off-line* e continuaram a crescer, mesmo quando as redes *on-line* já tinham sido desconectadas.

Em síntese, o livro organizado por Fuchs e Mosco representa um grande esforço de interpretação das TICs e da mídia digital, servindo como um rico instrumento de introdução a esses novos temas a partir de uma perspectiva crítica. O leitor atento encontrará não apenas boas reflexões sobre o instrumental prático/teórico marxiano e sua aplicação ao contexto digital, como também instigantes questionamentos. E, de quebra, poderá desfazer uma série de mitos tecnológicos. Claramente, temos com esses textos “comprimidos *sem* contraindicações”.