

# NEW LEFT REVIEW 120

SEGUNDA ÉPOCA

ENERO - FEBRERO 2020

## ARTÍCULOS

JUAN CARLOS MONEDERO	Francotiradores en la cocina	7
CARLO GINZBURG	El vínculo de la vergüenza	39
NICHOLAS MULDER	Homo Europus	49
MICHEL HARD & ANTONIO NEGRI	<i>Imperio</i> , veinte años después	71

## MOVIMIENTO

ROHANA KUDDUS	Indonesia, sorpresa en septiembre	99
ZION LIGHTS	Rebeldes contra el cambio climático	113

## ARTÍCULOS

AARON BENANAV	Automatización, segunda parte	125
---------------	-------------------------------	-----

## CRÍTICA

OWEN HEATHERLEY	Una utopía de adobe	159
EMMA FAJGENBAUM	La despedida de Akerman	168
OLIVER EAGLETON	¿Grilletes forjados por la mente?	173

---

[WWW.NEWLEFTREVIEW.ES](http://WWW.NEWLEFTREVIEW.ES)

© New Left Review Ltd., 2000

Licencia Creative Commons

Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

INSTITUTO  
**25M**  
DEMOCRACIA

**ts**  
d traficantes de sueños

---

[SUSCRÍBETE](#)

Richard Seymour, *The Twittering Machine*, Londres, The Indigo Press, 2019, 250 pp.

OLIVER EAGLETON

## ¿GRILLETES FORJADOS POR LA MENTE?

A medida que la burbuja de las puntocom crecía durante los últimos años de la década de 1990, una serie de teóricos ciberutópicos ensalzaban el potencial emancipatorio de Internet. La tecnología digital fomentaría la comunicación y la colaboración: sus redes descentralizadas sortearían la autoridad jerárquica, desatarían las energías creativas y extenderían las ideas radicales, haciendo accesible y transparente un amplio campo de información. Cuanto más conectada estuviera la gente, más florecería la libertad y la democracia. Sin embargo, veinte años después la red no ha podido cumplir este sueño. Críticos como Astra Taylor han mostrado cómo su «tendencia hacia el monopolio» permite a las grandes empresas circunscribir nuestra actividad *online*, minando el ideal mcluhaniano de la libre expresión. En sintonía con su análisis, una serie de títulos recientes –*Move Fast and Break Things* (Jonathan Taplin, 2017), *Anti-Social Media* (Siva Vaidhyanathan, 2018), *Surveillance Capitalism* (Shoshana Zuboff, 2019)– claman contra el poder en aumento de los gigantes de la tecnología y su efecto dañino sobre la democracia. El impacto psicológico de nuestra fijación colectiva por la pantalla ha sido estudiado por Nicholas Carr, Sherry Turkle y Jaron Lanier, cuyo veredicto unánime es demoledor: Internet no construye comunidades horizontales, produce adicción y distracción, destruye la sociabilidad, fomenta el narcisismo y disminuye nuestra capacidad de pensamiento racional. Nuestra capacidad cognitiva se atrofiará si no aprendemos a desenchufarnos.

Pero si un autor tuviera que poner el clavo definitivo en el ataúd tecnofílico, quizá no haya un mejor candidato para ello que Richard Seymour. Procedente de un árido bastión unionista en las afueras de Belfast, Seymour se mudó a Londres en 1996, donde escribió su tesis doctoral sobre la supremacía blanca en Estados Unidos durante la Guerra Fría. Desde entonces se ha dedicado a lo que él describe como su «sueño de desempleo». A principios de la década de 2000 fundó un popular blog llamado *Lenin's Tomb* —que publicaba ensayos polémicos, agudos y a menudo hirientes sobre una serie de temas políticos— y se implicó en el Socialist Workers Party, del que poco después dimitió en protesta por el encubrimiento de unas acusaciones de violación hacia uno de sus miembros principales. Sus libros anteriores incluyen acerbas descripciones de David Cameron y Christopher Hitchens, así como un extenso estudio del corbynismo que trataba de contrarrestar los «pícos deseos» acerca de las perspectivas a largo plazo del movimiento. En 2015, el desprecio de Seymour por el falso optimismo y la desilusión con la política de grupúsculos lo llevó a cofundar *Salvage*, una revista trimestral de análisis socialista cuya estética propia —basada en un cinismo hiriente y autoconsciente— se resume en su lema: «Sombrío es el nuevo rojo». En su última obra, Seymour enfoca su desencanto en la miasma de las redes sociales, denunciando la creencia de que Twitter —definido como «el primer proyecto de escritura colectivo, público, en directo y abierto del mundo»— producirá un cambio político positivo o democratizará los medios de comunicación. En la estela de Taylor y Taplin, *The Twittering Machine* defiende que esta plataforma digital es irremediabilmente reaccionaria, que la conciencia que inculca es el indicio de una toxicidad política que debería disuadir a la izquierda a la hora de sobreestimar su valor en tanto que vehículo organizativo o instrumento de propaganda.

Seymour empieza afirmando que la increíble popularidad de la *Twittering Machine* (su denominación para la industria social virtual) es un testimonio de la degradación de la vida social bajo el capitalismo tardío. En su opinión, la función básica de Twitter y Facebook es reparadora —proporcionar un sustituto de las comunidades destruidas por las décadas de gobiernos neoliberales—, lo que quiere decir que las plataformas digitales deben entenderse como una especie de mundo de ensueño: un lugar donde los deseos se cumplen instantáneamente, donde podemos refugiarnos de nuestras realidades contemporáneas de adversidad y aislamiento. Las redes sociales prometen el reinado sin límite del principio de placer, y esta cualidad fantasmática es lo que ha encandilado a los tecnoutópicos. Cuando estos alaban su capacidad de conectar a las personas, esto invariablemente es prueba de algún fracaso de las relaciones interpersonales reales; cuando idealizan su transcendencia del mundo material, esto apunta a una incapacidad de tolerar ese mundo y a un agotamiento de la voluntad de cambiarlo. «Allí donde la sociedad falta

–escribe Seymour– las redes la sustituyen», construyendo un oscuro «simulacro» poblado por nuestros deseos más profundos.

Estos deseos –que pueden expresarse en acciones tan involuntarias como echar un ojo a un anuncio– se traducen posteriormente en datos, que son adquiridos por empresas que buscan controlar nuestras elecciones de consumo (o influir en nuestros hábitos de voto, como el caso de Cambridge Analytica). «Escribimos a la máquina, esta recoge y analiza nuestros deseos y fantasías, los segmenta según las categorías demográficas del mercado y nos los vende de vuelta como una mercancía experiencial». Los límites porosos entre las plataformas digitales y el inconsciente permiten que los capitalistas penetren en la psique, convirtiendo los impulsos de la libido en productos mercantilizables. Pero Seymour detecta una contradicción en la articulación por parte de la *Twittering Machine* de estas energías subterráneas. Por una parte, lo que obtenemos en las redes sociales es un reflejo de lo que ponemos en ellas: la máquina funciona como un espejo o como una cámara de eco. Pero, mediante este proceso circular se nos apropia simultáneamente de nuestra escritura digital: cuando publicamos un tuit este «adquiere una vida propia», desafiando las intenciones de su autor, adhiriéndose a grupos de otros textos relacionados, congregando respuestas y afectando los macrocálculos que los analistas de datos usan para medir y manipular el comportamiento. En este sentido, el avatar *online* –el cuerpo de escritura que representa a una persona en el ciberespacio– es a la vez un retrato íntimo (que expresa deseos tan privados que incluso el propio usuario puede no ser consciente de ellos) y un retrato alienado.

Seymour afirma que esta dialéctica de la intimidad y la alienación proporciona a Twitter una atmósfera «siniestra». Un perfil en redes sociales refleja la idiosincrasia de su creador, mientras que, a la vez, vive una existencia extraña y autónoma en la que es un juguete en manos de los intereses corporativos. Y es esta tensión, entre el avatar como perfil personal y como sustituto despersonalizado, la que explica el clima político aberrante de la plataforma. Como observa Seymour, el usuario de Twitter se encuentra principalmente aislado de la sociedad –solitario, encorvado ante la pantalla del ordenador, elaborando su identidad digital y cuidando su «marca personal». Pero a la vez está participando en una colectivización masiva del sentimiento, a medida que sus tuits se unen a otros (mediante hilos, *hashtags* y *trending topics*) para formar una «bola de demolición omnidireccional» de la que no se requiere que ningún tuitero individual se responsabilice. El resultado de estos arrebatos colectivos, en los que el pensamiento grupal caótico anula a la consciencia del usuario, es el acoso y el abuso generalizado; como reza un mantra popular de Twitter: «Ninguno de nosotros es tan cruel como todos nosotros». Así, las antinomias del individualismo aislado –el «empresario de sí mismo» foucaultiano– y de una mentalidad anónima

«de masa linchadora» coexisten en la twitteresfera. Los usuarios se mueven entre la autopromoción narcisista y el «frenesí colectivo extático», en una oscilación que confina el discurso político a una vana señal de virtud y un moralismo matonesco.

Dado que se trata de una plataforma pública, cualquiera que esté en Twitter «puede ser repentinamente escogido para recibir un castigo ejemplar» si ofende a esta turba inestable. Seymour argumenta que la conciencia constante de esta posibilidad crea un «efecto panóptico» que refuerza la conformidad intelectual, combatiendo la idea de que las redes sociales estimulan el debate apasionado. En lugar de la solidaridad entre los grupos oprimidos, la política de la identidad pequeñoburguesa que inculca la tecnología individualizadora de Twitter encierra a los usuarios en categorías culturales herméticas en las que se pasan horas detectando y censurando la incorrección política. Más importante, no obstante, es esta sensación de estar siendo observados que convierte a Twitter en algo tan adictivo. Cada vez que se publica un tuit, su recepción, cuantificada en compartidos y respuestas, valida o recusa a su autor. «Al decirle a la máquina algo sobre nosotros mismos, sea lo que sea lo que estamos tratando de conseguir, estamos pidiendo un *juicio*». En opinión de Seymour, tuitear es un juego de azar: uno se postula para una victoria espectacular o una derrota fulminante. Pero, nos recuerda, la ludopatía no se apoya en el «refuerzo positivo»: no es una cuestión de «ganar» las veces suficientes como para que el juego merezca la pena, sino más bien de que «todo aquel que apuesta espera perder». En Twitter nunca se puede ganar a la banca, nunca se puede obtener un número adecuado de *likes* como para rescatar nuestra agonizante autoestima y este patrón de fracaso perpetuo y garantizado es lo que nos tiene desesperadamente enganchados. En la condena perpetua de la Twittering Machine encontramos a un «Dios»: a un Gran Otro, un superego acusador que pone de manifiesto nuestra incapacidad. Y, ante el gozo sin fin de los recolectores de datos, no podemos apartar la mirada.

Nuestro impulso irresistible de convocar este juicio digitalizado es, en el análisis de Seymour, una expresión de la pulsión de muerte. La práctica de la autopromoción virtual demuestra una voluntad de aniquilación, demostrada en los trágicos suicidios adolescentes relacionados con el uso de las redes sociales. Para explicar este fenómeno mórbido, Seymour cita la obra de Rana Dasgupta sobre la cultura de la fama, que afirma que ser un famoso es estar «*siempre a punto de morir*». Cuando la celebridad proyecta hacia el exterior su brillante imagen pública, lanza un ataque inconsciente sobre su vida interior, que gradualmente queda erosionada y reemplazada por un espejismo. Aspirar a la fama es una forma de autolesión que atrofia la identidad auténtica de cada uno para cultivar en su lugar un sustituto hueco y mercantilizado. Con la llegada de las redes sociales, este estado se ha difundido a una escala gigantesca.

Millones de personas (especialmente en edad escolar) están ahora inmersas en una carrera frenética para buscar seguidores y fans, hinchando el avatar virtual a expensas del yo cotidiano. El narcisismo que fomenta la *Twittering Machine* es de una variedad especialmente «frágil» que, si se examina de cerca, parece indisociable del masoquismo.

Los capítulos finales del libro de Seymour evalúan hasta qué punto se pueden aprovechar las redes sociales para fines progresistas, concluyendo que las cualidades «incipientemente fascistas» de Twitter lo convierten en un entorno hostil para la lucha socialista. Señalando que ha sido la derecha y no la izquierda quien ha liderado las movilizaciones online de más éxito, Seymour adscribe esta disparidad a un sesgo político intrínseco al dispositivo. Apunta al papel de los afectos en los mensajes digitales: cuando están limitados a doscientos ochenta caracteres, el contenido escandaloso y emocional gana a las formulaciones equilibradas, beneficiándose quienes agitan los odios. Además de esto, la estructura competitiva de la plataforma, que enfrenta a todos contra todos en una lucha incesante por *likes*, crea una cultura de darwinismo social en la que los «más fuertes» prevalecen; y su consecuente fomento de las jerarquías, o de los cultos a la personalidad, inhibe el discurso igualitario a la vez que anima a los candidatos a *führers*. Es tentador creer que podemos usar la lógica de Twitter contra sí mismo explotando la tensión aparente entre sus redes libres e inclusivas y su función ideológica regresiva. Pero, en opinión de Seymour, cualquier intento de este cariz está condenado al fracaso por estos rasgos inmutables: afecto, competitividad y jerarquía, que forman la composición algorítmica de la plataforma. Hay que recordar, escribe, que estamos encadenados a los «protocolos y controles» que rigen estas páginas web, así que incluso cuando las usamos para «promocionar imágenes e ideas que rebaten a las que han logrado el consenso en los medios de comunicación tradicionales», en último término estamos «confirmando, corroborando y consolidando el poder de la máquina sobre nosotros». Si el poder de Twitter se parece al de un dictador fascista, no puede ser reapropiado por izquierdistas con buenas intenciones: debe ser derrocado.

No obstante, cuando se trata de propuestas prácticas para llevar a cabo esta revolución digital, Seymour se queda corto de ideas. Es imposible cambiar la máquina desde dentro, afirma, pero desconectar por completo sería una forma de nostalgia reaccionaria. Podemos decantarnos por plataformas *online* no comerciales, pero su rechazo a convertir a los usuarios en adictos las vuelve aburridas y frustrantes, lo que inevitablemente limita su alcance. En otros momentos Seymour ha rechazado la idea de una acción de huelga digital —en la que los usuarios colectivamente se desconectarían hasta que las empresas revisasen sus perniciosas prácticas con los datos, porque consideraba que era demasiado difícil de coordinar—. Con estas opciones

descartadas, Seymour nos deja con la afirmación de que «necesitamos una *escapología* [...], una teoría de cómo salir de ahí antes de que sea demasiado tarde». Pero su visión definitiva de esta huida suena más como un plan de autoayuda que como una propuesta teórica: «¿Qué ocurriría si, en deliberada abdicación de nuestros teléfonos móviles, nos paseáramos por el parque sin nada más que un cuaderno y un buen bolígrafo? ¿Y si nos sentamos en una iglesia y cerramos los ojos? ¿Y si nos echamos en el césped, sin nada que hacer?»

Los incisivos comentarios de Seymour acerca de la alienación, la adicción y la búsqueda de la fama forman en general los puntos fuertes de su libro. Las patologías que describe serán familiares para el usuario medio, pero lo que distingue a *The Twittering Machine* de las críticas anteriores es su reevaluación bajo esta sofisticada lente teórica. Además, la prosa fluida del autor hila airadas filípicas contra las redes sociales en una argumentación uniformemente clara y perspicaz, que combina la energía espontánea de un blog con un marco intelectual riguroso. En la *NLR* 77 Rob Lucas defendía que la literatura sobre la Red a menudo carece de «explicaciones sociohistóricas». Autores como Carr y Turkle pueden bosquejar los rasgos formales de la tecnología digital y proporcionar una evaluación creíble de sus efectos cognitivos, pero descuidan «las formaciones culturales y sociales, como clases, géneros, castas o religiones», que moldean tanto Internet como a sus usuarios. Este punto ciego los conduce a aislar la interacción entre la mente y la máquina de su contexto histórico más amplio, por lo que las dinámicas técnicas y psicológicas se desgajan de las «relaciones de propiedad y poder». Puede que nos afecte Internet, escribe Lucas, pero Internet a su vez está condicionado por los factores materiales y culturales que una evaluación rigurosa del universo digital debería confrontar. A diferencia de sus predecesores tecnoescépticos, *The Twittering Machine* no rehuye esta confrontación. Considera las valencias psicológicas y sociológicas de las plataformas *online* como contiguas, afirmando que el daño mental que infligen Facebook y Twitter es inseparable de su papel parasitario en una economía capitalista.

Este análisis psicosocial descansa en un minucioso entrelazado de marxismo y freudismo. Seymour interroga los impulsos, los complejos y los deseos que operan en nuestra experiencia de las redes sociales y explica cómo estas fuerzas internas son activadas por el modelo de negocio basado en los datos de las compañías tecnológicas. Esta inyección de política en el debate tecnológico evita las trampas del enfoque Carr-Turkle. Cuando estos trazan el ascenso de Internet, su silencio sobre los temas socioeconómicos más generales tiñe su narración del desarrollo tecnológico de una sensación de inevitabilidad. Al ignorar las estructuras históricas contingentes que influyeron sobre los progresos de la Red (neoliberalismo, «seguridad nacional») dan la impresión de que no hay alternativa para nuestra realidad

*online* actual. Su programa, por lo tanto, se reduce a una mezcla de consejos personales (cenar sin pantallas) y apaños tecnocráticos que suavicen los rasgos menos aceptables de la inminente ciberdistopía. Paradójicamente, un determinismo así termina replicando la ideología centrada en Internet que estos autores trataban de enfrentar, considerando la tecnología digital como una deidad inmutable y transhistórica ante la que los humanos debemos someternos. El único desacuerdo entre Carr y sus adversarios utópicos, en este frente, es si ese dios es cruel o benevolente.

Seymour rechaza con firmeza esta perspectiva teológica. Insiste en que la enfermedad de la tecnología digital es social, un resultado de las comunidades rotas, un impulso masivo de huida del mundo material y el surgimiento de un corporativismo autoritario que explota nuestros datos personales. Pero, aunque sitúa las redes sociales claramente en estas coordenadas, también es sensible a cómo funciona la máquina en tanto que enfermedad individual: una serie de síntomas físicos y psíquicos que afligen al usuario atomizado. El freudismo proporciona a Seymour un lenguaje para describir estos síntomas sin caer en un registro apolítico, psicologizante, puesto que el psicoanálisis se basa en la convicción de que –por tomar prestada una frase de Mark Fisher– «lo personal es impersonal»: la experiencia subjetiva está determinada por fuerzas colectivas que arraigan en el inconsciente (y que, en el giro marxiano de Seymour, son a su vez contingentes con respecto a las condiciones materiales compartidas).

Aún así, en varios momentos a lo largo del texto, el delicado equilibrio entre crítica económica y psicoanalítica de Seymour queda eclipsado por su implacable pesimismo acerca de los usos potenciales de las redes sociales. Uno de sus argumentos recurrentes es que cualquier cosa que se publique en Facebook o Twitter servirá a fines reaccionarios mediante el empoderamiento de los gigantes tecnológicos. «Las plataformas de redes sociales son fundamentalmente nihilistas», escribe; no importa cuánto «varíemos nuestras tácticas en el medio», sus controles algorítmicos vaciarán el contenido político nuestras publicaciones y las reformularán en su beneficio. Sin embargo, en un repentino cambio de tono, en la conclusión Seymour reconoce que Corbyn y Sanders han «empleado las campañas profesionales en las redes sociales para superar y subvertir los antiguos monopolios mediáticos», transmitiendo así las ideas socialistas a millones de personas. Puesto que ambos políticos tienen planes viables para desmontar la hegemonía de la industrial social (cerrando sus agujeros fiscales, vigilando sus prácticas laborales y estableciendo alternativas de titularidad pública) sin duda su popularidad en aumento, espoleada por campañas inteligentes en Facebook o Twitter, tiene el potencial de debilitar –o incluso de arruinar– a dichas plataformas. Esta es una paradoja que Seymour plantea tentativamente pero que no consigue desarrollar, cegado, tal vez, por su inalterable



compromiso con lo «sombrió». Cuando más gente responda a un tuit de Momentum (el movimiento de base que desde 2015 ha apoyado a Corbyn), más datos lucrativos se generan para Twitter, fortaleciendo su maquinaria de explotación; pero, si este proceso creara un apoyo generalizado hacia un programa redistributivo, entonces el modelo de beneficios a corto plazo de la compañía podría poner en peligro sus intereses a largo plazo.

Así, mientras que Seymour proporciona un diagnóstico preciso de la posición estructural de la *Twittering Machine* (en tanto que instrumento del capital), minimiza nuestro espacio de maniobra dentro de esta matriz ideológica. Su intervención marxista en el debate tecnológico pone en escena la relación dialéctica entre psicología y sociología, o entre lo individual y lo colectivo, pero no amplía esta dialéctica al ámbito de la acción política, desde donde Seymour —en su afán por desmantelar el izquierdismo centrado en Internet— borra matices vitales. Esto se percibe especialmente bien en el debate acerca de las afinidades reaccionarias de Twitter, atribuidas a su promoción tripartita del afecto sobre la razón, de la competitividad sobre la cooperación y de las jerarquías sobre la horizontalidad. Junto con la afirmación dudosa de que la competitividad y la jerarquía son claramente rasgos «fascistas», más que simplemente capitalistas, esta crítica se basa en una serie de premisas monolíticas. La primera es que el afecto es una propiedad exclusiva de la extrema derecha, que la pasión y la concisión que Twitter exige solamente pueden ser usadas como arma por los fanáticos. Aquí la postura de Seymour apoya el dogma de la Ilustración de que el conocimiento cultivado debe aplastar las emociones ignorantes en interés del progreso social. La ecuación implícita que plantea del «sentimiento» como «prejuicio» conduce a la izquierda a ser un canal para el racionalismo abstracto, elevando la verdad objetiva sobre el instinto subjetivo. (En esta vena, la crítica bien intencionada del libro al acoso virtual, que Seymour relaciona con el reinado del sentimiento en Twitter, a veces suena como una petición a favor de un discurso político más cortés: un «vamos a llevarnos bien» liberal que no encaja con su estilo habitualmente mordaz). En el rechazo reflexivo del afecto por parte de Seymour encontramos, por lo tanto, los límites de la melancolía *chic* que defendía *Salvage*. Su reedición acrítica de este argumento racionalista evidencia que sospechar de las emociones potentes —y decidir seguir estando desolado y desilusionado ante los «píos deseos»— puede de hecho estrechar las capacidades analíticas.

Un unilateralismo semejante puede discernirse en la invectiva de *The Twittering Machine* contra la competitividad y la jerarquía. Seymour tiene razón cuando dice que estos discursos del poder, ubicuos en Twitter, emanan de una sociedad desigual y replican la lógica que la gobierna. Pero se olvida de mencionar que en las plataformas digitales no suele haber distinción entre «competitividad» y «conflicto de clases» o entre «jerarquía»

y «liderazgo». Los mismos «protocolos y controles» que dan lugar al auge del autoritarismo despiadado pueden producir figuras de izquierda inspiradoras, puesto que Twitter –obstinadamente indiferente al contenido que publica– amplificará cualquier voz que resulte más resonante en un momento dado. Seymour querría que creyéramos que será siempre la voz de Donald Trump, pero a veces es la de Alexandria Ocasio-Cortez. De la misma manera, las dinámicas competitivas de la plataforma, aunque surgen de la doctrina a favor del mercado que predomina en Silicon Valley, han sido diestramente explotadas por canales como *Novara* y *Jacobin*, cuya capacidad para imponerse a sus rivales propiedad de Murdoch se ve fortalecida por el declive de la prensa escrita. Sobre esta base, la oposición total del libro a la *Twittering Machine*, su negativa a encontrar algo salvable en esta tecnología «fascista», puede en ocasiones parecer exagerada. Nos quedamos con la sensación de que la negatividad de Seymour es un indicador de su derrotismo idiosincrásico acerca de las posibilidades de la izquierda en general, más que de las de Twitter en particular.

El retrato de Twitter como un instrumento fascista que traza Seymour también se resiente de su negativa a considerar que la ascendencia de la derecha en el mundo virtual puede explicarse mejor por su relevancia en el mundo real. Aunque en otros momentos enfatiza la indivisibilidad de los mundos virtual y material, en su capítulo final tácitamente los separa al atribuir las cuitas de la izquierda en las redes sociales a los componentes internos de la plataforma, en oposición a los efectos más generales sociales e ideológicos. Por el contrario, un enfoque completamente histórico no adscribiría el déficit de mensajes potentes y de liderazgos robustos de la izquierda a un sesgo algorítmico, sino a la cultura del neoliberalismo, cuya elisión de la lucha de clases privó al discurso socialista de su fuerza afectiva, creando un vacío que ha llenado la derecha resurgente. Esta línea de investigación permitiría mucha más esperanza de la que puede albergar el libro de Seymour, puesto que rechazaría la distinción esquemática entre lugares de lucha «propicios» e «inhóspitos», insistiendo en que dichos límites impuestos sobre la protesta política no son defendibles ni práctica ni teóricamente. En la crisis coyuntural del capitalismo tardío, los principios socialistas han reafirmado su relevancia. Nuestra tarea inmediata es aprovechar la energía afectiva de esos principios y canalizarla mediante medios digitales y no digitales, en lugar de abandonar los primeros como un ámbito irremediablemente corrupto. La evaluación que hace Seymour de la *Twittering Machine* sirve para exponer sus desequilibrios de poder y sus limitaciones estructurales, pero su negativa a trabajar dentro de estas con la idea de superarlas denota un pesimismo político que no necesariamente emana de su crítica.

## Tarifas de suscripción a la revista *New Left Review* en español

### Para España

#### Suscripción anual (6 números)

Suscripción anual individual [55 €]

Suscripción anual para Instituciones [200 €]

*(una suscripción equivaldrá a 3 ejemplares de cada número enviados a una misma dirección postal)*

Venta de un ejemplar individual para instituciones [20 €]

Gastos de envío postal ordinario incluidos.

### Para Europa

#### Suscripción anual (6 números)

Suscripción anual individual [85 €]

Suscripción anual para Instituciones [300 €]

*(una suscripción equivaldrá a 3 ejemplares de cada número enviados a una misma dirección postal)*

Venta de un ejemplar individual para instituciones [30 €]

Gastos de envío postal ordinario incluidos.

### Resto del mundo\*

#### Suscripción anual (6 números)

Suscripción anual individual [120 €]

Suscripción anual para Instituciones [350 €]

*(una suscripción equivaldrá a 3 ejemplares de cada número enviados a una misma dirección postal)*

Venta de un ejemplar individual para instituciones [50 €]

Gastos de envío postal ordinario incluidos.

### Formas de pago

Se puede realizar el pago mediante tarjeta de crédito, transferencia bancaria o domiciliación bancaria a través de nuestra página:

<http://traficantes.net/nlr/suscripcion>

Para cualquier duda podéis escribirnos a [nlr\\_suscripciones@traficantes.net](mailto:nlr_suscripciones@traficantes.net)