

افغانستان آزاد – آزاد افغانستان

AA-AA

چو کشور نباشد تن من مباد
همه سر به سر تن به کشتن دهیم

بدین بوم و بر زنده یک تن مباد
از آن به که کشور به دشمن دهیم

www.afgazad.com

afgazad@gmail.com

European Languages

زبانهای اروپایی

By Pablo Dávalos
03.08.2023

Transformations in Information Capitalism



Sources: Rebellion

Summary

Modern economic theory starts from the category of "general equilibrium" as a necessary condition for understanding the functioning of the economy. However, there are now economic phenomena that are irreducible to general equilibrium. Information society corporations define their price structure outside any consideration of general equilibrium. This has generated two phenomena that are incompatible with modern economic theory: on the one hand there are corporations that have endogenized demand, that is, they have turned consumers into vectors of their own business model; and, on the other, they have exogenized the supply, that is, they have detached themselves from any productive

process. To do so, preconditions of possibility are needed, these conditions are political and have to do with the political disarticulation of the workers, with austerity measures and with the weakening of the State, among others. This leads to the social structure on which prices are defined in the information society and outside the general equilibrium, being political, which leads to the return of political economy.

Words Key: Demand Endogenization, Homo economicus, exogenization of supply, neoliberalism, disarticulation of the working class

The Theoretical framework of the *mainstream* of modern economics

Neoliberalism transformed in a way radical the concept of "market". From being a social space destined to exchange between sellers and buyers from a price system, the neoliberalism transformed it into a sphere of social regulation and validation of political decisions. For neoliberalism, the market not only allows encounter between supply and demand, but also ratifies society in its political decisions and its ability to regulate itself.

Building social institutions that had always been related to law, justice and custom, now they give way to the economic rationality of the market because it is assumed that the criteria Efficiency and rationality can only be expressed and validated. From the market, hence it is affirmed that all social institutions are economic and that any historical change of humanity, in fact, should be changes in relative prices.

Sin embargo, la teoría económica clásica, es decir, el pensamiento que proviene de Adam Smith, David Ricardo y Karl Marx, entre los más importantes, siempre había integrado el mercado a la producción y, a su vez, la producción al trabajo y a la división del trabajo. Marx, de su parte, nunca asimiló la producción al mercado sino que había integrado al mercado como la esfera que realizaba el valor que, de su parte, se había generado en la producción. El mercado, en tanto circulación del valor, nunca crea valor: lo realiza. La única excepción que Marx previó fue aquella del transporte de mercancías.

Para que el mercado se transforme en algo más que un espacio de compra y venta y se convierta en un regulador de toda la sociedad, que incluye a sus decisiones políticas, era necesario una amputación teórica radical: separarlo de la producción. Este proceso se realizó a fines del siglo XIX y se construyó a lo largo del siglo XX con la denominada teoría económica moderna.

De esta manera, el eje de toda la discusión económica asume al mercado como algo más que un concepto económico, en realidad lo considera como regulador social. La producción de mercancías se convierte en un asunto técnico y se desplaza hacia la administración de empresas y la microeconomía. Así, se efectúa un proceso inverso a

aquel de la economía clásica: se transforma a la producción en una determinación de la circulación (el mercado).

El valor de las mercancías tendría que ver, en efecto, con el mercado como el locus desde el cual los consumidores asignan el valor a partir de sus decisiones supuestamente racionales, autónomas y libres en un contexto de libre competencia. Los consumidores se acercan a la mercancía y deciden adquirirla en función de un concepto que tiene un fuerte componente metafísico: las preferencias reveladas. Esos seres humanos convertidos en una determinación de la mercancía (un fenómeno que ya había sido advertido por Marx en el análisis de la alienación y en el fetichismo de la mercancía), se transforman, para la teoría económica moderna, en *homo economicus*.

De todos los conceptos económicos elaborados en el siglo XIX, quizá aquel de equilibrio económico sea uno de los más importantes no solo por sus implicaciones económicas sino incluso por sus consecuencias políticas y metafísicas. El equilibrio de mercado, para la economía moderna, implica una utilización racional de recursos escasos y la máxima satisfacción tanto para los consumidores como para los productores, lo que conduce a la sociedad a una realización de sí misma. El equilibrio económico es ese punto metafísico en donde coinciden la supuesta utilidad del *homo economicus* y la rentabilidad de los empresarios y en donde la sociedad también alcanza el máximo nivel de racionalidad posible con un sistema de precios dado y a partir de recursos escasos. El equilibrio económico petrifica a la historia y hace imposible pensar en cualquier transformación social.

El concepto de equilibrio general fue formulado por Leon Walras a fines del siglo XIX. Se construye metodológicamente el encuentro entre dos fuerzas casi naturales (oferta y demanda) que, al coincidir, se anulan mutuamente y dejan en su punto máximo la función de utilidad para compradores y vendedores. Ese punto máximo, la teoría económica moderna, lo denomina margen.

En la oferta constan todos los bienes y servicios realizados por los productores con una dotación inicial de factores (tierra (o naturaleza), trabajo y capital (incluye tecnología y gestión)), que buscan el máximo posible de rentabilidad para su inversión. En la demanda, en cambio, están los consumidores que, en tanto *homo economicus*, son plenamente racionales en cuanto a sus gustos y preferencias, y que pueden discriminar de forma racional aquellos bienes y servicios que maximizan su utilidad con la restricción del ingreso disponible.

Para la oferta y la demanda, el precio constituye una información que les permite tomar decisiones que se consideran racionales. Todas esas decisiones que se toman de manera libre, autónoma y soberana en el mercado conducen, finalmente, al equilibrio general de toda la sociedad.

El concepto de equilibrio de mercado, que Marx consideraba un concepto vulgar porque no permitía ninguna comprensión del capitalismo en tanto sistema económico, por supuesto que ha cuestionado desde diferentes visiones y marcos teóricos; sin embargo, la construcción del mainstream implica y supone la invisibilización de sus críticos.

La noción de equilibrio general de la economía es el punto nodal de todo el discurso económico del siglo XX y también del siglo XXI. Se asume como una posición de principio epistemológico sobre la cual descansa toda la analítica de la economía moderna. Si este principio epistemológico se cae, se derrumba todo el edificio conceptual construido sobre él. Por ello no hay cabida para ninguna forma de reinterpretar, criticar, cuestionar o siquiera poner en debate la noción de equilibrio general.

Aunque sumario, pero este es el marco general que subyace a la teoría económica moderna y su enfoque de equilibrio general. Se llama equilibrio general porque en él coinciden, a saber, los tres mercados más importantes: el mercado de trabajo, el mercado de capitales y el mercado de bienes y servicios. Toda posición que mueva a los precios de sus posiciones de equilibrio implica distorsiones que no tienen nada que ver con el mercado sino con fuerzas exógenas a él, porque el mercado, se supone, llega de forma natural y espontánea al equilibrio en función de su capacidad de autorregulación. En este enfoque de la teoría económica moderna, quien puede desplazar a la economía de sus posiciones de equilibrio general es, habitualmente, el Estado.

Ahora bien, no quiero sumarme a las críticas del concepto de equilibrio general de mercado y, menos aún a la crítica al marco epistemológico del neoliberalismo, que son múltiples, vastas e importantes sino, más bien, ponerlo en otra perspectiva y que tiene que ver con la posibilidad de que la demanda de mercado pueda ser endogenizada por las empresas mientras que, al mismo tiempo, estas empresas puedan exogenizar la oferta, lo que daría lugar a la anulación práctica del equilibrio económico o, en todo caso, a una posición bastante alejada de las prescripciones teóricas del discurso actual de la economía. En otros términos, hay un contexto en el cual existen determinadas empresas con tal capacidad de dominar al mercado que pueden conocer casi con exactitud a la demanda, mientras que, al mismo tiempo, deciden dejar de producir los bienes y servicios que tradicionalmente comercializaban y, no obstante, mantienen una posición de dominancia

de mercado sobre esos bienes que ya no producen directamente. Para estas empresas, la oferta y la demanda ya no son fuerzas ciegas que llevan al equilibrio general sino más bien determinaciones de su propio modelo de negocios. Ellas definen e imponen sus precios por fuera de toda consideración de equilibrio de mercado, competencia, racionalidad de los consumidores, preferencias reveladas, en fin.

Si esto es así entonces el equilibrio general, definitivamente, adquiere otra significación. ¿Cuál es esa nueva significación? Y ¿cómo la oferta y la demanda pasan a convertirse en determinaciones de cierto tipo de empresas? ¿Qué significa que estas empresas (o, si se quiere, corporaciones) puedan endogenizar la demanda y, al mismo tiempo, exogenizar la oferta? Si anulan al equilibrio ¿qué pasa con la economía de mercado?

La endogenización de la demanda y exogenización de la oferta

Son cuestiones que tienen que ver con el desarrollo del capitalismo y las consecuencias sobre los sistemas de regulación del capitalismo de los avances tecnológicos y de la emergencia de la economía de la información. Son avances cuyos contornos se han perfilado a partir de la segunda década del siglo XXI y que dan cuenta de niveles de concentración y centralización del capital a niveles inéditos.

En un grado determinado de concentración y centralización y, al mismo tiempo, de desarrollo tecnológico y de especulación financiera, ciertas corporaciones tienen la capacidad de anular los efectos aleatorios y la incertidumbre de la oferta y la demanda, es decir, del mercado. Para esas empresas, el mercado es otra cosa que aquella de la descripción original del siglo XIX y XX. Es, ahora, un espacio que ellas controlan por entero y que forma parte de sus propias determinaciones. De límite externo ha devenido en determinación interna.

No se trata solamente de una posición de monopolio o de acuerdo colusorio del mercado sino de algo más profundo, más vasto y más complejo. Se trata de la forma por la cual un determinado grupo de corporaciones dejan de producir bienes y servicios y, al mismo tiempo, se dedican a producir patrones de comportamiento que implican administrar la demanda a voluntad.

Este proceso que empieza con la sociedad de la información, se consolida, amplía y profundiza con la masificación del uso de redes sociales, el incremento de las capacidades de conexión a internet, la irrupción de la inteligencia artificial, el abaratamiento y el fácil acceso de los dispositivos tecnológicos, entre ellos los teléfonos inteligentes, entre otros, son los que ahora permiten la conversión de la subjetividad humana como una determinación de la corporación para administrar la demanda a su antojo.

Creo que las nuevas tecnologías están logrando lo que a primera vista puede ser imposible: que las empresas puedan conocer de tal forma al consumidor que puedan registrarlo, inscribirlo y adecuarlo a sus propios modelos de negocios como un vector de su modelo de gestión. De esta manera, la demanda, al menos como la conocíamos y como se la había teorizado desde el siglo XIX, para estas corporaciones, desaparece en su formato original. La demanda de mercado es ahora, para ellas, una determinación que nace, se dispone, define y condiciona como un vector que ha sido previamente precisado y estructurado dentro de sus propios modelos de negocios.

To this process of endogenization of the Market demand adds another: these corporations get rid of production to focus on managing consumer preferences. Is That is, the offer is exogenized from the company. Production, as space For the creation of goods and services, it leaves the sphere of the enterprise. Thus, these Corporations stop worrying about production and instead concentrate in demand management.

The development of information, with the expansion of social networks, with the improvement and Rapid spread of intelligence artificial, with increasingly exponential connectivity capabilities (the upcoming 6G networks for example), and with the development of new technologies, such as This is the case of quantum computing and quantum bonds, Biotechnologies and nanotechnologies, among others, grant to a certain group of corporations Technological capabilities that are unprecedented and that lead them to alter in a way The very structure of the economy is important.

Now they can do something that was impossible in the twentieth century: individualize its production without losing its economies of scale and arrive at such an awareness of demand that they can generate patterns of behavior in consumers to enroll them within their own Management and business models.

But how do they do it? How have they achieved, on the one hand, to stop producing and, on the other, to influence the subjectivity of consumers to manage it at their convenience? And what Consequences does this have for economic theory? Or rather, what kind of Should economic theory deal with these phenomena? This brings us to a Important question: Where is capitalism going?

The Market as a Space of Uncertainty: Regulation in Capitalism

A company is always faced with a Environment of indeterminacy and uncertainty regarding the market. While that for the company the production does not keep any mystery and can plan In detail all the production processes, instead the market is presented to you with a huge question mark.

That is why companies have invested both in the knowledge, prediction and understanding of the trends of the market. That is also why analytical fields such as Neuro-economics and behavioral economics, because companies seek intuit in the most certain way the way in which the markets will behave in order to reduce uncertainty, the costs associated with it and, therefore, Increase your profitability.

One of the archaic forms that have the Companies to tame the markets is from their direct control, either by way of the monopolies or monopsonies, or by way of collusive agreements of market. But they are controls exogenous to the market. They are, in fact, distortions to the market and, therefore, to general equilibrium. That is why the texts of Economy analyzes in particular the price formation of monopolies because they involve alterations to the market balance.

What if a company can reduce almost to zero market uncertainty without distorting it? In that case the The company faces a horizon of certainties towards which it can converge its production. You know exactly what you have to produce and for whom It's that production. It was this transformation that caused the so-called "Toyotism" of just-in-time production in the seventies of the century past.

But Toyotism did not alter the market uncertainty, it simply adapted it to the needs of the enterprises. Instead of the mass production of Fordism, Toyotism adjusted to the demands of demand. From the demand were born the signals that were They replicated to the whole company. Market demand, in any case, always It was an exogenous factor to the company. Now, this model of Toyotism It is beginning to transform into the information society. New companies They endogenize demand and, almost at the same time, exogenize production. ¿What Does this mean? That companies go one step beyond toyotism. Now They can know exactly the consumer. And it is not about knowledge or marginal or casual, but broad, rigorous and exhaustive and to such an extent that, They even get to know it beyond what the consumer himself can know yourself.

For these corporations of the society of Information, consumers no longer represent any mystery. These Corporations know what they feel, what they need, what they like, what they don't like, how they distribute their time, what are their philiias, what are their paranoias, what are their excesses, what are their weaknesses, etc.

These corporations have the possibility to develop a kind of cognitive, affective, physiological and intellectual of each and every one of its actual and potential consumers. With That map they can not only locate their business model but also can generate imperceptible signals about behavior patterns and interfere about them. This puts these

corporations on another level: of uncertainty. of the market must now solve the challenge of how to interfere in patterns of consumer behavior and transform them into vectors of your business.

In this way, the company endogenizes the consumer. It transforms it into a determination of the company itself. If the Successful business can create a kind of conditioned reflex or patterns of conditioned behavior that have been designed from the company.

So, the challenge is no longer so much in producing something but in endogenizing the consumer within the company and for Information is needed. Indeed, consumer endogenization does not It can be done without the consumer transferring all their data to companies personal, their tastes, their preferences, their most vital dynamics, the data of their health and physiology, their most existential doubts and their life projects, freely, voluntarily, systematically, daily and, moreover, free of charge. Is That's exactly what social media and internet apps do. They are, literally, networks launched towards the subjectivity of people who, at the same time, Falling into them, they put in them all their lives and, on top of that, they do it all the time and free.

Corporations have information from the The number of steps a person has taken in a given day. Circuits urban or rural that he has traveled. Of the purchases you have made. Of your pressure arterial and heart rate. Of your most important indicators of your health. Of your everyday preferences. From their social circle. Of his political opinions. Of the way you drive a car. Anyway.

In this context, for these corporations the Production, paradoxically, becomes almost an obstacle because the It subtracts resources from its most important objective, which is the endogenization of the consumer. It is a process that brings the fetishism of the commodity to a higher level and that colonizes the subjectivity of the consumer in such a way that The consumer becomes a determination of the company without having the The slightest idea of it.

The company no longer just produces a good or a good service, but also produces to the consumer that good and that service. These corporations can do it. do so because they know the behavior patterns and preferences of consumers, not as a general data and that has been extrapolated from other variables, but as a real data and that has to do with the information itself that the consumer has placed on their social networks.

But the volume of information is so The possibilities of integrating them consistently are so vast that It takes gigantic technological resources to do so. It is in that dynamic that artificial intelligence is generated, such as an algorithm that has Heuristic and probabilistic

capabilities to be able to handle the information that Consumers daily expose on social networks.

I'm going to use an example, as a framework heuristic, of what I mean. In the twenty-first century it exists, especially in the more advanced capitalist societies, a kind of cult of the body and the image. The French philosopher Michel Foucault called them the *technologies of the self* and they have to do with The biopolitical drifts of neoliberalism. However, this leads to Relatively strange practices are now part of everyday life millions of people around the world without whom they do not feel satisfied with themselves and that have generated important business models and industries. One of those strange practices has to do with gyms and work. on the body. There are, in fact, many industries behind this cult of body (pharmaceutical, sportswear, applications, etc.). But of all They, I would like to dwell on sportswear corporations like Nike, Puma or Adidas, among others.

Each of them has managed to influence The subjectivity of millions of people who have become users permanent sporting events and who acquire a series of gadgets, clothing sports and use of applications that force them to change their daily routines of life. This behavior of people, apparently autonomous, in Reality is integrated into the needs of corporations when they know exactly what these people think and feel and motivate them to adopt certain behaviors, including gym use and fitness routines (or jogging).

These corporations, which have exogenized the Production (currently none of them manufactures sportswear or shoes sports or anything in particular really), now they concentrate on behaviors of people. Thus, they have experienced a process of alteration that has to See with the mutations of capitalism: first they were transformed into dominant corporations thanks to their economy of scale; Then they moved their Production to subcontractors thanks to relocation in areas special economic development specials, which forced them to concentrate on management of the brand; and, finally, they have linked the brand with patterns of consumer behavior to manage demand.

In this way, the brand of the corporation It's just an interface for direct behavioral intervention. It is from influencing behavior to provoke it to assume habits and customs which, in other circumstances, would have been impossible. Thus, they manage to mobilize millions of people all the time through sporting events, marathons, or strenuous days with the most varied pretexts but that generate social phenomena that have been created expressly from these corporations.

Many people perhaps at some point in Epiphany Go back to the gym, fitness or *jogging* environment and ask yourself "what am I doing here?" or "why am I doing

this?" Is only a flash of lucidity that illuminates the absurdity of their situation. No They are there of *their own accord*. They are there because they have been conditioned. Because their own subjectivity has ceased to belong to them. But they don't know. Herself They push in the gym to the beyond what is possible and go all day with that fatigue that forces them to take supplements and drugs to maintain themselves always in that form; Thus, they establish their own life schedules to steal from you. Time to rest or recreation, and spend in the gym or *jogging* or something similar, only for the cult of the body: pure biopolitics. All This reveals a colonization of subjectivity that goes beyond alienation as Marx described.

How a corporation, like Nike by For example, it moved from the production of sporting goods to the management of brand, and from there to the formation and management of behaviors? Maybe because they have at your disposal something that did not exist in the nineteenth century when the Theory of markets and general equilibrium. Now they have real information and permanent of each and every consumer. And it is an input abundant, gigantic and growing every day and for these corporations It has zero marginal cost, i.e. it is almost free. It is a mine of colossal proportions that it needs from mining companies of that information. The main extractivism of the XXI century is not oil, nor the gold, or any *commodity*. The main extractivism is the data mining. It is extractivism about the subjectivity of each and every one of us.

In this way, for these corporations the Market means something other than what defines economic theory traditional. This time, the market has nothing to do with the meeting of the consumer with his offer. Now, they are the space in which the Dispute over the consciousness of the human and the colonization of subjectivity personnel. Consumers are no longer unpredictable. They become vectors. But their direction, as vectors, does not depend on them, but on that which has been impregnated from these corporations.

Let's go back to the case of one of them. Nike by example. It has been several decades since Nike stopped producing and began to download on its subcontractors the responsibilities of clothing production, Sports shoes and accessories. The previous process was liberalization commercial that began in 1979 in China with the Special Zones of Economic development. The companies, when they understood that in those Zones of Economic development that began to proliferate throughout Southeast Asia, They allowed them to reduce their labor costs, they decided to relocate and relocate. your production lines. Nike is one of them. But Nike quickly understood. that it could not only relocate its production but also exogenize it, it is that is, transfer to third parties all its lines of

business related to production. Now Nike, *strictu sensu*, produces no good. All of them have been transferred to subcontracting companies. Many of them are in These special economic development zones of Southeast Asia although They have replicated all over the world.

In this way, many companies went from relocation and relocation to *outsourcing*. For example, Apple has transferred to Foxconn, a Taiwanese company, the manufacture of all your products.

But companies can exogenize the production and ensure the intellectual property of your brand thanks to the Intellectual property rights and their international legal instruments that have been endorsed and recognized by the States through the agreements international investment; Recognition of the courts International Justice for Disputes Related to investments, and thanks also to the fact that States consider investment foreign direct the ability to determine technology, the innovation and employment in their own economies.

In the exogenization of production in First instance the corporation stays with the brand, hence the importance intellectual property law and conciliation tribunals and Arbitration for investment disputes. They are, in fact, their subcontractors who ultimately produce everything these corporations Negotiates. But those subcontractors, in turn, have at their disposal a abundant labour force, cheap and that, thanks to the special zones of economic development, has no political capacity to interfere in the production because they are prohibited from all forms of unionization. Occurs Thus a paradoxical situation: workers grow on a global scale but, As a working class, they are practically annulled. Politically the workers are Irrelevant.

It is a precarious workforce to global level. Job insecurity is the other side of the exogenization of production. Precarization is, in fact, created from the annulment The policy of the working class and therefore corresponds to a political dynamic. Without However, for precarization to become a key vector of globalized production is necessary to prevent the State from intervening in society, especially through regulation, control and social policy. At the same time Workers' rights need to be annulled politically. The state must shrink. Thus, the exogenization of production it is also a result of austerity policies that cut back on the state and De-unionization policies that destroy the political capacity of workers.

In this context, the theoretical references of the economy remained in the twentieth century. The general equilibrium is neither functionally or methodologically relevant to

understanding corporations of the twenty-first century, especially those who manage, control and manage demand and the offer.

El precio: un espacio de disputas políticas

Estos procesos de endogenización de la demanda y exogenización de la oferta suscitan una cuestión: ¿qué significación tienen para el equilibrio económico? Si el equilibrio económico, supuestamente, es el locus desde el cual se estructuran y definen los sistemas de precios globales, pero si ya no existen como fuerzas cuasi-naturales ni la oferta ni la demanda, entonces, ¿cómo se forman los precios en contextos de endogenización de la demanda y exogenización de la oferta? Por ejemplo, ¿por qué la suscripción al Chat GPT de OpenAI o Midjourney tiene ese precio y no otro? ¿De dónde y cómo se estructuró ese precio? ¿qué tienen que ver esos precios con la demanda, con las preferencias reveladas del consumidor, con el equilibrio general, con los costos marginales de producción? Lo mismo puede decirse con un vasto conjunto de aplicaciones de internet y sus precios.

Si en esos precios no existe la lógica del equilibrio entre oferta y demanda, porque parten de un precio que es inelástico y que ha sido impuesto por fuera de cualquier punto de encuentro entre oferta y demanda y, por tanto, sin relación alguna con la competencia de mercado, entonces ¿cómo se definen? ¿qué significación tienen para el capitalismo? ¿qué rutas abren para los procesos globales de acumulación de capital? ¿cómo se estructuran esos precios?

Esto nos lleva a una constatación: los precios de las corporaciones de la sociedad de la información se estructuran, establecen, definen e imponen por fuera de la racionalidad económica y sin relación alguna con el cálculo económico; porque se han formulado desde otras determinaciones que no tienen relación con la economía, al menos con aquella economía que describen y analizan los libros de texto y el discurso oficial de la economía moderna.

Los precios que se originan desde estas corporaciones de la sociedad de la información nada tienen que ver con la racionalidad económica del siglo XX. Esos precios expresan procesos relativamente novedosos como son la endogenización de la demanda y la exogenización de la oferta.

Si esos precios no nacen desde la economía, porque no tienen relación alguna con el equilibrio económico, ni las preferencias reveladas del consumidor, entre otras, entonces ¿cómo se definen? ¿cuál es su estructura más fundamental? Y una intuición clave es que los procesos más fundamentales que definen esos precios en realidad obedecen a

fenómenos políticos y globales. Esos precios, a la larga y esencialmente son políticos. Dependen de circunstancias y procesos políticos concretos e históricamente determinados. Para que los ciudadanos pongan su información personal en las redes se necesita de la desregulación a las corporaciones que administran esta información y esas redes. Para que estas empresas puedan realizar minería de datos (machine learning, big data, data science, etc.), también se necesita de desregulación y de asimetrías entre el poder de los ciudadanos y aquel de las corporaciones. ¿Qué poder regulador controla el uso de datos, por ejemplo, de Google? ¿Qué estructura legal regula el hecho que OpenAI haya usado a toda la humanidad literalmente como conejillo de Indias para sus programas de inteligencia artificial? ¿Qué instancias de control ético y moral pueden regular y controlar el uso de la información que utiliza Alexa?

Para que las corporaciones puedan coleccionar datos globales y administrarlos necesitan de la complicidad de los Estados, los sistemas jurídicos y los sistemas políticos a escala global. Para que se pueda exogenizar la oferta se necesita precarizar al trabajo y, para que esto ocurra, se necesita deconstruir y derrotar políticamente a la clase obrera y eso, por definición, es una tarea política. Para proteger los derechos de propiedad intelectual de las marcas se necesita que los Estados realicen convergencias normativas hacia las prescripciones hechas por estas corporaciones en los tratados de libre comercio o acuerdos internacionales de inversión que son instancias, de hecho, políticas y en las cuales no participa la sociedad.

En definitiva, la endogenización de la demanda y la exogenización de la oferta tienen sustratos políticos y, evidentemente, globales. Es desde esa trama de circunstancias políticas que se crean las condiciones de posibilidad para que estas corporaciones puedan definir sus precios prescindiendo del mercado y de los equilibrios de mercado y de toda la racionalidad económica del siglo XX. De esta manera, entramos en una etapa en la que los precios dejan de ser económicos para convertirse en determinaciones políticas. Los usuarios o consumidores nada pueden hacer contra este sistema de precios que ahora se convierte en una gigantesca aspiradora de rentas.

La principal significación del equilibrio económico en circunstancias en las que la demanda se ha endogenizado y la oferta se ha exogenizado es que, esta vez, los precios adquieren una consistencia fundamentalmente política y el equilibrio general de la economía se transforma en una categoría política de desequilibrio general entre ciudadanos y corporaciones. A mayor desequilibrio mayores rentas para estas corporaciones. Un desequilibrio que se mantiene, consolida y expande gracias al poder

político de estas corporaciones y a la debilidad de los Estados, de la democracia y de la clase obrera.

Si esto es así, entonces la trama que sostiene a estos precios se confunde, imbrica y yuxtapone a los procesos productivos que aún conservan aquella trama que los define desde el siglo XIX. En esa mezcla, el capitalismo contamina todos los procesos productivos y los lleva, de grado o por fuerza, a esa lógica en la que los precios se definen desde la política. Son precios que deben dar cuenta de las circunstancias políticas que contribuyen a conformarlos, sostenerlos y consolidarlos, es decir, la política como relaciones de poder, como espacios de luchas, resistencias, violencia e imposiciones. Es el retorno de la economía política.

Endogenize demand and exogenize the Supply involves politically managing prices and that means managing politically to society. The political struggle that was supposed to be inscribed in The coordinates of the political system, actually defined before: in the economy politics. It is, therefore, a vast political process that allows Corporations secure and control political conditions from the which are structured these prices as political vectors.

Perhaps that is why an ad hoc space and contingents such as the Davos Forum, finally, become more important and transcendent than any United Nations Assembly. Because in the Forum of Davos plots the political (and, above all, geopolitical) coordinates on which will act the corporations of the information society and They define the coordinates of these political struggles.

This puts the struggle for social demands. If prices are now in the sphere of Politics, then it will be politics that imposes its limits and draws its boundaries. odds. But for this it is necessary that the workers can open the Policy for the discussion of the information economy. To do so, the Workers need political capacity which, unfortunately, for the moment they do not Have. Perhaps that is one of the challenges of the future and of the new left.

Rebelión has published this article with the permission of the author through a [Creative Commons license](#), respecting his freedom to publish it in other sources.

Rebellion 02.08.2023