

La mercancía en tiempos de Internet: una actualización a la categoría marxista¹

Yaira Díaz Sánchez²

Con el paso del tiempo y los inconvenientes que trajo consigo el trueque, (intercambio de bienes o servicios) era inminente encontrar un objeto que sirviese de valor para los intercambios. Primero, fueron metales preciosos que luego se convirtieron en moneda y así fue cómo surgió el dinero, símbolo de mercancía, cuyo objetivo era utilizar un bien como medio de intercambio y a su vez en mercancía y capital siendo objeto de consumo. El papel de la mercancía como producto del trabajo destinado a suplir alguna necesidad del hombre, adquiere una nueva dimensión en estos tiempos y con ello por supuesto el consumo de las mismas, como parte del proceso de la “nueva economía” o “e-economía” denominada así por Manuel Castells.

Nos encontramos en la sociedad red, donde Internet es un espacio de producción cultural, social, económica, artística e intelectual. Es el tejido de nuestras vidas. Ha transformado el funcionamiento del capital y modificado los métodos de valorización económica. Como consecuencia, se ha desencadenado un desplazamiento de la industria o economía tradicional, por la información o economía moderna. Donde antes se utilizaba una máquina, ahora se utiliza el ordenador inteligente. Donde la fuente era el capital, ahora es el conocimiento.

Internet, no es sólo una nueva economía sino es el medio de comunicación que rige la vida actual en la generación constante de mercancías. La mercancía, sin cambiar su esencia, manifiesta nuevos rasgos. Gracias al nuevo contexto ha surgido una e-mercancía. Una mercancía digital que permite la reproducción del sistema capitalista. Su producción, consumo y utilización ha redefinido las modalidades tradicionales tanto en lo económico como en lo social. El trabajo que se presenta propone *una actualización de la categoría marxista mercancía en el contexto de la e-economía*. También pretende demostrar que permanece activa la fórmula del capital como ideología y centrar la crítica al sistema de dominación múltiple capitalista desde el Internet.

¿Qué es la nueva economía?

La nueva economía surgió en Estados Unidos a mediados de los noventa, generando el período de crecimiento ininterrumpido más largo de la última mitad de siglo. A finales de los noventa comenzó a extenderse hacia los sectores más dinámicos de otras economías del mundo, especialmente a Europa. Se caracteriza por tres rasgos interrelacionados: una economía centrada en el conocimiento y en la información como bases de producción, como bases de la productividad y bases de la competitividad, tanto para empresas como para regiones, ciudades y países. Una economía donde Internet es una forma de organización.

¹ Para citar este artículo:

Díaz, Y. (2024). La mercancía en tiempos de Internet: una actualización a la categoría marxista. En Rodríguez-Mena, M., Rojas, M., Pérez, O., Serrano, A., Llanes, L., Capote, T. y Armas, A. (eds.). *Memorias del Simposio Internacional 40 Aniversario del CIPS* [Multimedia]. Ediciones CiPS, ISBN: 978-959-85018-1-6 <http://www.cips.cu/Publicaciones/articulos>

² yaira.diaz1997@gmail.com. Investigadora del Grupo América Latina Filosofía Social y Axiología (GALFISA). Instituto de Filosofía.

La nueva economía o e-economía son las empresas que hace Internet, son las empresas que funcionan con y a través del Internet, es por ello que la forma de funcionamiento o medio organizativo de la misma es el Internet. Y aunque es considerada una economía de alcance global y mundial, global no quiere decir que todo esté globalizado, sino que las actividades económicas dominantes están articuladas globalmente y funcionan como una unidad en tiempo real, fundamentalmente en torno a dos sistemas de globalización económica: la de los mercados financieros interconectados, en todas partes, por medios electrónicos y, por otro lado, la de la organización a nivel planetario de la producción de bienes y servicios y de la gestión de estos bienes y servicios (Castells,2001).

La nueva economía va a suponer un cambio de paradigma económico internacional. El desarrollo histórico, social, económico, político, cultural viene de la mano con un desarrollo de las tecnologías. Con la Revolución Industrial cambiaron patrones y formas de producción gracias al desarrollo tecnológico que ella supuso, de esta misma forma ocurre en el contexto de la nueva economía. El cambio de paradigma económico internacional y del paradigma de medios de comunicación en general, será a través del desarrollo tecnológico.

De manera general este contexto va a posibilitar que esta nueva forma de economía: se convierta en expresión de la sociedad actual y adquieran importancia los elementos que la componen como es el caso de la e-mercancía o mercancía digital que surge como resultado de esta nueva dimensión.

La e-mercancía en la e-economía

La mercancía sin cambiar su esencia manifiesta nuevos rasgos y se materializa en el surgimiento de una e-mercancía gracias al nuevo contexto de las redes de Internet. Una mercancía digital que por su puesto permite la reproducción del sistema capitalista, siendo la voz del mismo como resultado del trabajo concreto y el trabajo abstracto, que encierra cierto fetiche y la explotación del trabajador. La producción consumo y utilización de las mercancías digitales ha redefinido las modalidades tradicionales tanto en la economía como en lo social, los espacios de producción habituales son desplazados por la tecnología e incluso desde los hogares se puede generar capital.

La producción estará orientada por criterios mercantilistas y estándares regidos por las leyes del mercado. La mercancía, ahora “mercancía cultural”, tendrá un valor de uso adaptado al consumo, en este caso, al ocio imponiendo estereotipos de alcance masivo. Las ideologías mismas logran entonces ocultar la base histórica del capitalismo mediante la ilusión del goce o consumo y por su puesto van a transmitir la ideología dominante. El individuo se convierte en consumidor, objeto y sujeto de pensamiento.

El valor en términos económicos de la sociedad red y todo lo que ella genera, conlleva al análisis los procesos de producción y apropiación de valor que en ella ocurre. El valor en la e-economía y la sociedad red es lo que las instituciones dominantes de la sociedad deciden que sea, por tanto, si el capitalismo global domina al mundo y la acumulación de capitales mediante la valoración de los activos financieros en el mercado global es el valor supremo, entonces este será el valor en cada caso, ya que en un sistema capitalista, los beneficios y su materialización en términos monetarios pueden comprar en última instancia todo lo demás, “por lo que el valor es una expresión de poder, quién ostenta el poder decide lo que es valioso” (Castells, 2009).

El análisis del valor en la e-economía y sociedad en red va a llevar al análisis de elementos de la economía como el papel del trabajador, el trabajo y la nueva división social del trabajo con la llamada empresa red. El uso mismo del Internet se ha convertido en una fuente de productividad

y se traslada a partir de esta plataforma, el comercio tradicional, por el comercio electrónico a partir de las (empresa.com), este comercio electrónico obtiene gradual importancia.

Esta nueva economía no juzga el grado de conexión virtual o física, por lo que se entabla una nueva forma de trabajo y comercio electrónico. Ya que en estamos acudiendo a una reestructuración productiva en el proceso del mismo ya que las transformaciones humanas deben caminar paso a paso las mutaciones tecnológicas (Antunes, 2005).

Entonces, si se configura el llamado espacio de producción de mercancías, se configura también el proceso de compra de las mismas. En esta nueva dimensión de la “economía política de la comunicación”, la cual está basada en los conceptos de la crítica desde Smith a Marx, tiene como supuesto inicial la relación entre los medios de comunicación, que excluyen la ratificación social e histórica del poder. Así como la comercialización de Internet por parte de las empresas.com y el e-bussines.

La actividad cuyas operaciones clave de gestión, financiación, innovación, producción, distribución, ventas y relaciones entre los empleados y con los clientes tienen lugar sobre todo por/en Internet o en otra red de redes informáticas. Los medios de pagos se actualizan ya que la red sería en este caso medio organizativo de tal proceso, afectando y modificando su modo de operar y al mismo tiempo planteando una nueva estructura en cuanto a las relaciones de trabajo tradicionales.

La empresa red aparece como empresas.com, con espacios en la red. Ejemplo de ello son las empresas y marcas que funcionan desde la red, que muchas empresas tradicionales continuaron con sus negocios, tiendas, florerías, etc expandiendo su negocio en la red. Ya no hablamos de un único modelo de empresa productora de mercancías, el modelo de empresa red no se limita solo a la industria tecnológica ya que está se expandiendo rápidamente en todos los sectores de la vida.

El papel del trabajo sigue siendo fuente de productividad y por ende creadora de mercancía, este elemento adquiere mayor importancia en una economía que depende de la capacidad. El Internet brinda la posibilidad de aumentar la productividad de las empresas, permite el abaratamiento de los factores de producción, un menor nivel de existencia, disminución de los costos de transacciones, costos de producción, publicidad y marketing, la e-empresa en red o ebussines mejora el ámbito de actuación porque es más barato crear un sitio de Internet que recurrir a las formas tradicionales de comercio. Por lo que el comercio de la mercancía digital se hace más ligero y permite el crecimiento económico.

“El comercio exclusivamente online se basan aún más, como cabría esperar, en la habilidad de organizar la gestión, la producción y la distribución en Internet” (Castells, 2001). Sin duda se tiende hacia el desplazamiento, en la cadena de valor del sector del comercio electrónico, hacia los sistemas de distribución de información, a costa del valor de la propia información. Pero sería una equivocación confinar su negocio puramente al terreno virtual.

Ya no hay mercados locales y esta nueva “era de la información” está dotando al trabajo como actividad humana a nuevas dimensiones. El nuevo entorno económico está concebido por la alta innovación por la utilización de la red como herramienta para lograr obtener y comercializar mercancías y capitales. Cuando nos referimos a mercancía estamos tomando la idea de la Escuela de Frankfurt, no solo una mercancía como objeto o bien, sino mercancía de índole ideológica y política, cultural, etc.

Al mismo tiempo la e-conomía ha creado una gama de empleos fundamentalmente en los servicios personales y en los que habrá que desarrollar competencias, creatividad, empatía. Entre las habilidades más buscadas para contratar a un trabajador se encuentran la resolución compleja de problemas, el pensamiento crítico, creatividad, la gestión personal, la coordinación con otros, la inteligencia emocional, el juicio y la toma de decisiones, así como la orientación al servicio y la negociación, flexibilidad cognitiva.

Aparecen profesiones como administradores de bases de datos, analistas de Big Data, Científicos de datos, director de datos, especialistas en computación en la nube, expertos open data, arquitecto de TICS, administradores de redes, técnicos de sistemas, expertos en ciberseguridad, expertos en servicios financieros en Internet, gestor de capital, especialistas en inteligencia artificial ,programadores, especialistas en el Internet de las cosas, humanismo digital entre otros encargados de la calidad digital generada a través del Internet según estudios sobre las nuevas Profesiones de la Sociedad de la Información, según el dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre " Los efectos de la Digitalización sobre el sector de los servicios y el empleo en el marco de las transformaciones industriales" de 2016.

La contribución de Internet al modelo de empresa-red es su capacidad para evolucionar orgánicamente en la innovación, en los sistemas de producción y en la adaptación a la demanda del mercado sin perder de vista el objetivo principal de cualquier negocio: generar beneficios. El problema es que la manera de hacer dinero en la nueva economía no es tan directa como solía serlo en la era industrial, porque las redes informáticas han transformado a su vez los mercados financieros, que es donde se establece en última instancia el valor de todo negocio.

Se genera un e-capital y por ende la valoración del mercado en Internet cambia. Donde se va a comenzar a desarrollar un mercado financiero operado por las redes informáticas. El e-capital es virtual no tiene respaldo y la transacción de valores está transformando al mercado. Estamos en el escenario necesario para que coexista el capital ficticio. Tengamos en cuenta que para Marx es el capital que se valoriza sin haber sido creado todavía, es decir un proceso de capitalización de la renta futura activos financieros cuyo valor no se corresponde con algún capital real (Marx, 1989), nada más certero para describir el capital digital.

En este proceso es importante mencionar al sujeto, pues está muy superado la visión de la Escuela de Frankfurt del sujeto pasivo frente a los medios y la tecnología mediática. Dentro de la e-conomía surgen nuevos sujetos que no solo será receptores/ consumidores sino creadores por excelencia de contenido ya que el sujeto ejerce influencia sobre la tecnología de la misma manera que la tecnología influencia al sujeto. Los mismos tienen una función estética que parte no sólo del productor de una mercancía sino del dogma del usuario que busca la belleza a través de formas en lo que ve. De igual forma un sujeto con función simbólica frente a los objetos.

A partir de la propia evolución digital, se observa cómo se ensamblan las relaciones del modo de producción capitalista dando paso al capitalismo digital, determinación dada por Dan Schiller en "Digital Capitalism", la cual se refiere a la propia transformación del modelo capitalista a partir de las nuevas tecnologías y los procesos que lo conforman. Por lo que de manera general en la e-conomía el proceso de creación, distribución y consumo de las mercancías está basado en el Internet y marca a su vez patrones de consumo y consumo cultural (Schileer, 1999).

La e-conomía está en el marco del nuevo capitalismo cognitivo al que estamos asistiendo. La transformación hacia lo que se puede considerar como capitalismo cognitivo encuentra su origen en la difusión y el rol motor del saber engendrado por el aumento del nivel medio de formación y

el aumento de trabajo inmaterial e intelectual. Donde ciertamente tiene como objetivo ampliar la esfera mercantil, acentuar la precariedad y la individualización de las relaciones salariales. El capitalismo digital y cognitivo conviven en el medio denominado la e-economía. La regulación actual de ambos no suprime la lógica productivista del capitalismo industrial, ni siquiera aquella del crecimiento de bienes materiales ya que rearticula y la fuerza sometiendo a la ciencia y a las nuevas tecnologías al servicio de la búsqueda de estandarización, de la maximización de beneficios financieros y de la apropiación privada de la naturaleza (Cardoso, 2016).

Los rasgos de la e-mercancía en la e-economía. Actualización a la categoría marxista

Se debe decir que esta mercancía surgida como base de la nueva economía sigue teniendo dos atributos, valor de uso y valor de cambio tal y como la definió Marx en el Capital. Ambos atributos ahora modificados por la tecnología, porque será la que facilitará que sean usadas, compradas, adquiridas, reconocidas y siguen teniendo una utilidad y un valor intercambiable. Además de que sigue siendo la célula creadora de capital. Dónde su propio precio aumenta en dependencia del mercado y de la oferta y la demanda. Oculta de igual forma el trabajo humano que tiene de fondo, tal como fuera catalogado por Marx de “fetichista”. Da paso a una nueva forma de comercialización, ya no tan directa y de forma física, sino virtual (las empresas-red y el e-bussines).

Ahora la mercancía se exporta en cuestiones de minutos solo por un clic, mediante terminales digitales y puede ser de alcance global. Las empresas se redimensionan y adquieren una importancia en la sociedad virtual, el comercio y las nuevas formas de pago se actualizan. Porque las tecnologías cambian las leyes económicas y estas transformaciones favorecen las relaciones de producción y apropiación de riquezas.

Los rasgos que presenta el concepto mercancía en la nueva economía son: el carácter de la mercancía como objeto del trabajo y centro del proceso capitalista, la conservación del carácter dual: valor de uso y valor de cambio. El papel que juega el trabajo humano sigue siendo de vital importancia, las mercancías en la nueva economía esconden el trabajo socialmente útil del bien y con el resultado del proceso de digitalización en la Era de la Información la mercancía se transforma.

La mercancía no sólo es un bien económico, sino que llega alcanzar actualmente determinaciones de mercancía cultural, ideológica, política, etc. Se exportan ideas y el centro de negociación para la adquisición de la misma, se traslada al soporte digital. El papel de la mercancía como producto del trabajo del hombre adquiere relevancia en estos tiempos, ya que estas transformaciones están favoreciendo la aparición de un nuevo modelo de relación de propiedad y de producción en la generación de riquezas.

Las nuevas relaciones que surgen a base del Internet y los mercados de capital, el nuevo modelo de e-economía, e-bussines, e-mercancía y empresa red están basados en el trabajo del hombre y el crecimiento de la productividad del mismo. De igual forma esta e-economía no está exenta de nuevas formas de ciclos y crisis económicas, porque existirá el mismo movimiento de agregación de capitales, desagregación del trabajo y aumento de plusvalía requiriendo de innovación. La e-mercancía es resultado de la e-economía y se presenta como un rasgo más de la mercancía en este contexto. Por lo que: la mercancía en la nueva economía adquiere nuevas determinaciones, es el resultado del surgimiento del mercado red y expresión de la nueva dinámica capitalista.

Referencias

- Adorno Horkheimer (1998). *Dialéctica de la Ilustración* Editorial Trotta.
- Antunes, Ricardo (2005). *Los sentidos del trabajo. Ensayos sobre la afirmación y negación del trabajo*. Buenos Aires: Taller de Estudios Laborales.
- Cardoso, Carlos Vercellone y Pablo (2016). «Una nueva división internacional del trabajo, capitalismo cognitivo y desarrollo en América Latina.» *Revista Latinoamericana de Comunicación*.
- Carlos Marx, Federico Engels (1956). *Ideología Alemana*. Grijalbo.
- Carlos Marx (1989). *El Capital*. El Progreso.
- Introducción a la crítica de la economía política (2005), en: *Contribución a la crítica de la economía política*, Siglo Veintiuno.
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial.
- . *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. *La galaxia Internet* (2001). Cultura Libre.
- . «La nueva economía.» *Papeles de población* Volumen7 (2001).
- Eco Umberto (1968). *Apocalípticos e Integrados*. Lumen
- H, Marcuse (1975). *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Planeta Agostini.
- García Canclini Néstor (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. GrijalboCNCA.
- Ricardo David (1959). *Principios de economía política y tributación*. Fondo de Cultura Económica.
- Sampedro José Luis (2002). *El mercado y la globalización*. Destino.
- Schileer Adam (1999). *Digital Capitalism: Estados Unidos: Networking the global market system*. EBSCO eBook collection.
- Smith, Adam (1997). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la Riquezas de las Naciones*. Ediciones Estudio.
- Las riquezas de las naciones (1976), Epublibre.