

# Del valor de uso al valor de cambio: un (neo)-determinismo en la lógica social

José Humberto Flores M<sup>1</sup>.

En este breve escrito se pretende trabajar sobre la aplicabilidad en la actualidad de dos conceptos de El Capital de Marx: el valor de uso y el valor de cambio. Para este cometido se estudiaron los textos básicos de Adam Smith y Carlos Marx, bajo la óptica de las lecturas del economista marxista, recientemente fallecido, Paul Sweezy. Además, se aplica el concepto de Marx de *El fetichismo de la mercancía, y su secreto* en las relaciones sociales en la actualidad. Finalmente, para contraponer a este proceso de mercantilización, el autor, presenta algunas alternativas basadas en los enfoques de Ignacio Ellacuría, acerca de la *Civilización de la pobreza*.

This brief article aims to work on the current applicability of two concepts of Marx's Capital: the use-value and the exchange-value. For this task, basic texts by Adam Smith and Carlos Marx were reviewed, under the point of view of the recently deceased Marxist economist Paul Sweezy. Besides, Marx's concept *fetishism of commodities and the secret thereof* is applied to the present social relations. Finally, to set up against this process of mercantilization, the author presents some alternatives based on Ignacio Ellacuría's ideas about the *Civilization of poverty*.

"In Gold we trust".

## 1. Algunas reflexiones previas.

Tanto Adam Smith como Carlos Marx se embarcaron en reflexionar profundamente sobre el valor de uso y el valor de cambio de una mercancía. Ambos han recibido adhesiones y críticas. Esto nos obliga hacer un recuento de sus principales propuestas. Sin embargo, no omitiremos esfuerzos para tratar el tema desde la perspectiva de Marx, ya que, a nuestro ver, es el pensamiento que nos da mejores posibilidades para comprender las estructuras sociales y políticas en la actualidad. Sobre todo, en la actualidad, porque estamos viviendo la crisis de un modelo económico que se creyó eterno, omnipotente y único a la hora de organizar social y políticamente el planeta.

---

1. Decano de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Don Bosco y Doctor en Filosofía.

Pero el fin de este artículo no se queda en ese horizonte. Queremos hacer algo más. Intentaremos realizar algunas aplicaciones, sobre todo en el campo de lo social, de lo cultural y de lo político, ya que parte de las conformaciones sociales no solamente se hacen a partir de un concepto de valor de uso, sino que estamos construyendo estas estructuraciones, sobre todo, desde el valor de cambio, enajenando, en muchas ocasiones, al ser humano y las construcciones comunitarias.

En este sentido, las construcciones sociales, se convertirían en mercancía constituyéndose una acción de los individuos a imagen y semejanza del mercado capitalista. Por consecuencia, y siguiendo el análisis de Marx, centraremos este tema en el modo de producción capitalista en el cual se da una gigantesca acumulación de mercancías (Marx, 1979: 3) y en el que el uso de las cosas para satisfacer necesidades es suplantado por la compra de las cosas para generar dinero: la transición del dinero a mercancía para generar más dinero: la lógica  $D-M-D^2$ . Para este análisis, nos centraremos, principalmente, en los primeros capítulos del volumen uno de *El Capital* de Marx, escrito en 1867, que trata el tema de las mercancías. Para la consecución lógica de la lectura de los primeros capítulos de *El Capital*, haremos uso de las acertadas interpretaciones del economista de Cambridge, Paul Sweezy, sobre todo, nos apoyaremos, en su libro *Teoría del desarrollo capitalista*, de 1945.

Para la aplicación de este tema en otros ámbitos fuera de la economía, por fortuna, encontramos algunos trabajos importantes que abordan esta temática en los ámbitos del arte y la cultura. Es el caso de Adorno y Horkheimer en su obra *Dialéctica de la Ilustración* (Adorno y Horkheimer: 1985), quienes trabajaron el problema de la industria cultural que sufrió cambios importantes en las décadas de los cuarenta y los cincuenta.

Finalmente, en el recorrido de este artículo, diremos alguna palabra sobre la evaluación que podemos hacer del capitalismo, que parece acercarse a una profunda crisis. Hace algunos años abundaron reflexiones sobre la caída del "Muro de Berlín"; ahora, sin trágicos apasionamientos, debemos hacernos una autocrítica sobre todo, por que estamos viviendo una crisis de la cual no podemos medir sus consecuencias.

Para esta etapa de evaluación del capitalismo, haremos uso de las ideas de Ignacio Ellacuría acerca de los tópicos liberadores de la *civilización de la pobreza*, uno de sus últimos escritos. La civilización de la pobreza, no será, el llamado a una *pauperización universal*; es, más bien, la contraposición a la "civilización del capital" que ha soslayado la riqueza del planeta, con grandes facturas humanas y ambientales que estamos pagando en estos días.

---

2. En una etapa precapitalista la lógica la llevaba la mercancía por medio de:  $M-D-M$ .

## 2. Valor de uso y valor de cambio en A. Smith y Carlos Marx.

Marx utilizaba el método abstracto-deductivo, en sus reflexiones sobre la economía. Ello implicaba utilizar el método de las "aproximaciones sucesivas", que consistía en avanzar de lo abstracto hacia lo concreto, y proponer en este campo posturas cercanas a las propuestas de la economía clásica, y con ello, cercanas a Adam Smith y David Ricardo. Y fue precisamente, en esto último que tomó distancia de sus predecesores. Marx caminaba en sus teorizaciones hacia lo concreto (Sweezy, 1945:22-23). Sabía que el propósito de la abstracción en la ciencia social no era distanciarse del mundo real, sino más bien aislar ciertos aspectos del mundo real para provocar una investigación exhaustiva. Marx comprendía que la sociedad, por ejemplo, no es una agregación de individuos, sino que es una realidad social sometida a un proceso de cambio permanente, según factores históricos que lo determinan. El método de Marx, decía Lukacs, es en su profunda esencia, histórico. Es por eso que ya no se permite considerar al marxismo bajo una ley científica inapelable, sino que los marxismos (como ahora han de llamarse) deben situarse desde contextos históricos determinados.

En este sentido, y al estudiar el valor de uso y el valor de cambio, estos economistas no tienen diferencias sustanciales. A continuación veremos algunas aproximaciones conceptuales de Smith y Marx sobre la teoría del valor.

Adam Smith, en su libro *La riqueza de las naciones*, en el capítulo IV sobre *El origen y el uso de la moneda*, afirma que el valor tiene dos significados diferentes: "Unas veces, se expresa como la utilidad que tiene un objeto particular; y otras veces, se expresa como la capacidad que se deriva de la posesión del dinero" (Smith, 2005: 47). Al primero lo llama el valor de uso y al segundo lo llama valor de cambio. Siguiendo con la afirmación de Smith, las cosas que tienen un gran valor de uso tienen comúnmente escaso o ningún valor de cambio, y por el contrario, las que tienen un gran valor de cambio no tienen, muchas veces, sino un pequeño valor de uso, o ninguno.

Este concepto de los valores se establece en un pensamiento subyacente: la economía se basa en las acciones de los individuos. Así, el Estado debe mantenerse al margen de la economía, y ésta debe regirse por sus propios ritmos, siendo ellos los intereses de los individuos, quienes, persiguiendo sus propios intereses y compitiendo con los del resto, generan el orden natural de la economía. Los individuos, por tanto, actuarían libremente desde sus intereses, y si sus acciones económicas se dejan libradas a su propia dinámica, el resultado sería un orden social armónico que conduciría a construir la riqueza de las naciones.

Como nos referimos en las líneas precedentes, la utilidad de una cosa que sirve para cubrir necesidades del ser humano es lo que conocemos como valor de uso<sup>3</sup>. En esta visión de Smith, el valor de cambio es descrito como la aptitud que tiene un objeto para proporcionar otros bienes distintos. Este valor de cambio se mide por medio del dinero y del trabajo. Este trabajo se ve en dos ópticas: primero, lo que cuesta el trabajo, es decir, el trabajo empleado para conseguir un objeto; y segundo, lo que vale para él: el trabajo que, a cambio de ese objeto, puede exigir a otra persona. En esta medida, para que los individuos y las sociedades puedan prosperar deben intercambiar desde los intereses individuales que tengan éstos. Así, lo importante del intercambio es el valor de cambio. No cabe duda que A. Smith adherido a un mercantilismo a ultranza, centrado en que la riqueza de las naciones estriba en el capital del que pueda disponer el Estado como consecuencia de una balanza comercial favorable.

En sí, Smith liga muy estrechamente el valor de uso al valor de cambio y, éste, a su vez, la división del trabajo. Para él, la división del trabajo se origina por la característica de la naturaleza que tiene por cambiar las cosas.

Dice Smith: *"Esta división del trabajo, de la que tanta ventajas se derivan, no es originalmente el resultado de ninguna sabiduría humana que prevé y procura esa abundancia general a que da ocasión. Es la consecuencia necesaria, aunque muy lenta y gradual, de cierta propensión de la naturaleza humana que no tiene por mira un beneficio tan grande; la propensión a traficar, a trocar y cambiar una cosa por otra"* (Smith: 2005: 15).

Marx, está de acuerdo en relacionar la división del trabajo con la productividad; pero no está de acuerdo en ligar muy internamente la división del trabajo con el proceso de cambio.

En este sentido, trató el problema del valor de uso y el valor de cambio, en el primer libro de *El Capital* en el capítulo titulado "Las mercancías". Con las mercancías Marx trata, sobre todo, la relación económica del cambio.

Marx explica el valor de uso, partiendo del concepto de mercancía, considerando ésta como un objeto externo y que, en virtud de sus propiedades, satisface necesidades humanas de cualquier clase. Así, todas las cosas útiles como el papel y el algodón pueden considerarse desde dos puntos de vista: el de la cantidad y el de la calidad. Los dos puntos de vista sirven para describir la

---

3. Jacobo Muñoz en su recopilación sobre Marx hace una explicación del concepto de uso, citando a Locke, desde las perspectiva de los empiristas ingleses: *"El worth natural de cada cosa consiste en su adecuación para satisfacer las necesidades inevitables o para servir amenidades de la vida humana"*, en, John, Locke, *Some Considerations on the Consequences of the Lowering of interest*, en, *Works*, ed., Londres, 1777, vol I., p. 28). Y explica Muñoz que en el siglo XVIII se encuentra muy frecuentemente en los escritos ingleses Worth para significar el valor de uso y value por valor de cambio.

utilidad de las cosas (Marx, 1979: 3). Esto quiere decir que las cosas tienen valor. La utilidad de una cosa hace de la mercancía un valor de uso. El valor de uso establece una relación entre el consumidor y el objeto consumido. Dice Marx al respecto:

*"La utilidad de un objeto lo convierte en valor de uso. Pero esta utilidad de los objetos no flota en el aire. Es algo que está condicionado por las cualidades materiales de la mercancía y que no puede existir sin ellas. Lo que constituye un valor de uso o un bien es, por tanto, la materialidad de la mercancía misma... Y este carácter de la mercancía no depende de que la apropiación de sus cualidades útiles cuesten al hombre poco o mucho trabajo. Los valores de uso forman el contenido material de la riqueza, cualquiera que sea la forma social de ésta. En el tipo de sociedad que nos proponemos estudiar, los valores de uso son, además, el soporte material del valor de cambio"* (Marx, 1979:4).

Por otro lado, el valor de cambio<sup>4</sup>, aparece cuando las cosas son mercancías. El valor de cambio es una relación eminentemente cuantitativa. Es la forma exterior de la relación entre los propietarios de mercancías (Marx, 1979:5). El cambio de mercancías es un cambio de productos del trabajo considerados como productos individuales. Las mercancías son productos del trabajo humano realizado en una sociedad basada en la división del trabajo, en la que los productos trabajan privada e independientemente (Sweezy, 1945: 40).

Sobre el valor de cambio Marx afirma: *"A primera vista el valor de cambio aparece como la relación cuantitativa, la proporción en que se cambia los valores de uso de una clase por valores de uso de otra, relación que se varía constantemente con los lugares y los tiempos"* (Marx: 1979: 5).

Ahondando más sobre este aspecto, nos dice: *"La relación cuantitativa entre cosas, que llamamos el valor de cambio es, en realidad, sólo una forma exterior de la relación social entre los propietarios mismos. La relación de cambio como tal, aparte de cualquier consideración de cantidades envueltas, es una expresión del hecho de que los productores individuales, trabajando aisladamente cada uno, trabajan en realidad los unos para los otros. Independientemente de lo que ellos piensen sobre la cuestión, su trabajo tiene un carácter social que le es impreso por el acto de cambio"* (Sweezy: 1945: 37). Marx toma en cuenta en este proceso de cambio el valor social del trabajo a diferencia de la escuela clásica, que sostenía que el carácter social del trabajo es ocultado en la esfera del producto.

---

4. El valor de cambio es la capacidad de compra de un bien. Cantidad de otro bien que puede ser adquirida a cambio de dicho bien. Este valor de cambio surge de la división social del trabajo y el desarrollo de la economía especializada de intercambio.

En este sentido, Marx introduce la teoría del valor-trabajo que da valor a la mercancía y con ello critica la formulación de los economistas clásicos. Marx dice que para dar valor a algo debe tenerse en cuenta *el tiempo socialmente necesario* para producir los medios de producción y la materia prima; *el tiempo de trabajo socialmente necesario* para reponer la fuerza perdida en la *fuerza de trabajo* y el *plusvalor* o *plustrabajo*<sup>5</sup>. Lo que le da valor a las mercancías, por tanto, es el trabajo invertido en todo el proceso.

Así, el doble carácter del valor se debe al doble carácter del trabajo que es a la vez abstracto y concreto. El trabajo concreto es el trabajo específico que requiere un proyecto en tiempo y en necesidades y por tanto crea valores de uso. El trabajo abstracto, por su parte, es la energía social desgastada en la elaboración de un producto u objeto. Es el producto social que tiene un objeto y que se plasma en actividades; es el que se crea por los valores de cambio. El trabajo en este proceso del valor de cambio se convierte en salario y es desde esta perspectiva, que Marx afirma que la mercancía se convierte en fetiche.

Marx, en síntesis, se distanció de los economistas clásicos, sobre todo, porque él no consideraba al trabajo humano simplemente como un valor de cambio o como una mercancía susceptible de intercambio. Para Marx el sistema capitalista usa el valor de uso y compra la fuerza de trabajo, pagando el valor de cambio del trabajador, apropiándose de la plusvalía que ha generado el trabajador intercambiada luego por dinero.

### 3. El fetiche de la mercancía en Marx.

En la sección cuarta del primer capítulo de *El Capital, El fetichismo de la mercancía y su secreto*, Marx se ocupa de la operación por la cual los objetos pertenecientes al mundo mercantil y al religioso, aparecen equipados con vida propia, y con autonomía con respecto a su origen humano. Así, en el caso de las mercancías, el fetichismo resulta de la mediatización del trabajo social por el intercambio. Esta relación fantástica a que alude Marx se aplica, sobre todo, al trabajo y al trabajador. Esto quiere decir que la fuerza de trabajo se vuelve una mercancía; así la mercancía absorbe de manera ficticia a la fuerza de trabajo.

El fetiche de la mercancía es, por tanto, la transformación del trabajo y el producto social en una cosa metafísica. En otras palabras, esta mercancía se vuelve fetiche gracias a la forma como es producida, es decir, en el proceso de un trabajo alienado. Esta racionalidad del proceso alienado provoca que la fragmentación del trabajador se convierta en una parte de la gran maquinaria

---

5. En la sociedad capitalista el tiempo de trabajo socialmente necesario para producir los medios de producción y la materia prima es el capital constante. El tiempo de trabajo socialmente necesario como fuerza de trabajo es el capital variable y el plusvalor, en palabras, de Marx es la explotación del sistema.



de producción; en última instancia se vuelve un objeto perdiendo su calidad subjetiva. En una palabra, la fetichización da la contraposición de lo social hacia lo natural.

El fetiche se construye porque el capital y el trabajo son ocultados en la mercancía, y estos elementos, aparentemente, se observan naturalmente unidos, tal como consideraba Smith. Por eso vemos que el fetiche guarda un secreto velado sobre las mercancías y ese secreto es ocultar el valor social e histórico que se estructura desde el trabajo que precisamente sirve para constituir el producto final que se intercambiará.

Marx describe la médula de la doctrina del fetichismo: *"En las nebulosas regiones del mundo religioso...los productos del cerebro humano aparecen como seres independientes dotados de vida y que entran en relaciones tanto unos con otros como con la especie humana. Lo mismo pasa en el mundo de las mercancías con los productos de la mano del hombre. A esto llamo el Fetichismo que se adhiere a los productos del trabajo tan pronto son producidos como mercancía, y que es, por consiguiente, inseparable de la producción de mercancías. Este carácter fetichista del mundo de las mercancías tiene su origen... en el carácter social peculiar del trabajo que produce mercancías"* (Marx, 1979: 38-39).

En la mercancía se esconde ideológicamente la carga social del trabajador y solamente aparece lo concreto del capital. Las personas, en este sentido, son tratadas como cosas. Se cosifica todo el proceso productivo y en ello el ser humano. El fetichismo es una representación tergiversada de las relaciones de producción.

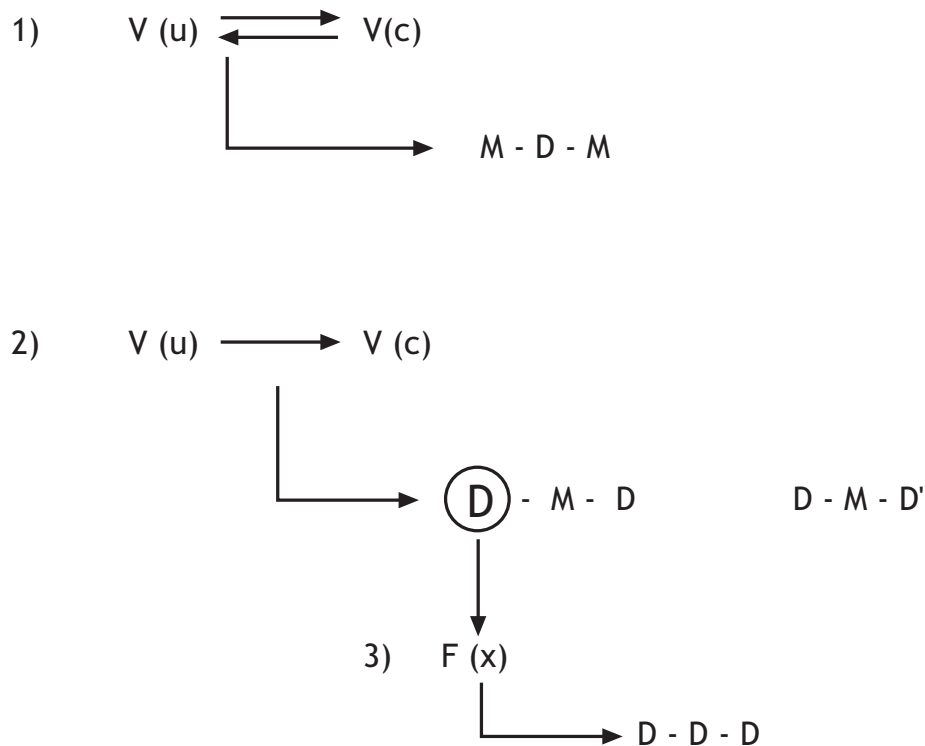
Continúa Marx, ejemplificándonos:

*"Como regla general, los artículos de utilidad se convierten en mercancías sólo porque son productos de individuos privados o grupos de individuos que realizan su trabajo independientemente unos de otros. La suma total del trabajo de todos estos individuos privados forma el trabajo conjunto de la sociedad. Puesto que los productores no se ponen en contacto unos con otros, el carácter social específico del trabajo de cada productor no aparece, excepto en el acto del cambio. En otras palabras, el trabajo del individuo se afirma como parte del trabajo de la sociedad sólo a través de las relaciones que el acto del cambio establece directamente, a través de ellos, entre los productores. Para éstos, por consiguiente, las relaciones sociales entre el trabajo de los individuos privados aparecen como lo que son, es decir, no como relaciones sociales directas de personas en su trabajo, sino más bien como relaciones materiales de personas y relaciones sociales de las cosas"* (Marx, 1979: 38).

Es claro que la fetichización esconde todo el proceso social y, por ende, oculta ideológicamente la historia del proceso social. "El orden social se convierte, según la adecuada expresión de Lukacs, en una segunda naturaleza que se mantiene fuera de los miembros de aquél y opuesta a ellos" (Sweezy, 1945: 47).

Esto nos lleva a pensar que el prurito de llevar las ciencias naturales hacia lo social por parte de los teóricos capitalistas, llevó a que nuestras sociedades se convirtieran en un gran fetiche, manejado por la magia de la "mano invisible", *la loi naturelle* de los fisiócratas o la sabiduría del *laissez-faire* de la política económica de los capitalistas. La materialización de los procesos sociales se ha llevado hasta nuestros días y este congelamiento, en parte, produce las crisis económicas actuales.

El siguiente esquema puede describir el valor de uso y el valor de cambio hasta la conversión de la mercancía en fetiche:



- V (u) Valor de uso.
- V (c) Valor de cambio.
- F (x) Fetiche mercancía
- M: Mercancía.
- D: Dinero.
- D-M-D': Plusvalía



En el paso (1) el valor de uso de una mercancía, dado sus necesidades, puede convertirse en un valor de cambio que hace que los productos de una sociedad se puedan intercambiar entre sí. Este proceso podría observarse en una etapa feudal y una etapa pre-capitalista. En este proceso se da el apareamiento del dinero; pero el dinero funciona como un mediador para la adquisición de mercancía (M-D-M). Aquí se da una productividad normal y conveniente, ya que el productor vende su producto a fin de comprar otros productos que satisfagan sus necesidades específicas. Empieza con mercancías, las convierte en dinero, y de ahí, una vez más en mercancías. Las mercancías constituyen el principio y el fin de la transacción que tiene su fundamento racional en el hecho de que las mercancías recibidas son cualitativamente diferentes de las entregadas (Sweezy: 1945: 69).

En el paso (2) el proceso se comienza a desnaturalizar. El valor de uso se convierte en el valor de cambio y es un proceso irreversible (D-M-D). Esto se da en medio de un proceso capitalista en el cual el dinero sirve para comprar mercancía y, luego, para hacer más dinero. En el sistema capitalista la preponderancia recae en el dinero, comenzando éste al principio del proceso y marcando su finalización. Es más, el D-M-D se convierte en D-M-D', en el que D' es mayor que D. En el esquema, la D' significa la plusvalía final que lleva a considerar al trabajador como mercancía. Y dice Sweezy: *"la transformación cualitativa del valor de uso es reemplazada aquí por la expansión cuantitativa del valor de cambio como objetivo de la producción. En otras palabras, el capitalista sólo tiene que desembolsar dinero a cambio de fuerza de trabajo y medios de producción, si en esa forma puede adquirir una cantidad mayor de dinero. El incremento del dinero, la diferencia entre D' y D, es lo que Marx llama plusvalía; constituye el ingreso del capitalista como tal y suministra el fin directo y el incentivo determinante de la producción"* (Sweezy, 1945:70). Marx considera que la plusvalía estará relacionada con el desarrollo histórico de la producción capitalista.

En este segundo paso comienza a operarse la fetichización de la mercancía. El proceso del fetiche de la mercancía comienza a operar desde dos puntos de vista: primero, porque el dinero se convierte en el eje del intercambio del proceso productivo; segundo, al colocar la importancia en el dinero, el proceso social del trabajo se subsume en el producto final o en la mercancía. En este segundo punto, Marx aduce que el capitalismo "esconde" de manera fantástica el valor social del trabajo en el valor del producto o la mercancía. Además, se esconde la plusvalía que obtiene el dueño de los medios de producción. Marx denunció este hecho al afirmar que el trabajo se vuelve una mercancía más.

Y Marx dice lo siguiente: *"El valor de la fuerza de trabajo se determina, como en el caso de cualquier otra mercancía, por el tiempo de trabajo necesario para la producción, y, en consecuencia, también para la reproducción de este artículo especial...Dado el individuo, la producción de fuerza de trabajo consiste en la reproducción de sí mismo o su manutención. Por consiguiente, el tiempo de trabajo requerido para la producción de fuerza de trabajo se reduce al necesario para la producción de los medios de subsistencia; en otras palabras, el valor de la fuerza de trabajo es el valor de los medios de subsistencia necesarios para el mantenimiento del trabajador... Sus medios de subsistencia deben... ser suficientes para mantenerlo en su estado normal como individuo laborante (Marx, 1979: 189-190).*

Así, el valor de la fuerza de trabajo se reduce al valor de una cantidad más o menos precisa de mercancías ordinarias (Sweezy: 1945: 72). El sistema capitalista con el dinero compra las maquinarias, los materiales y la fuerza de trabajo.<sup>6</sup>

En el paso (3) describe lo que está pasando en la actualidad. En la lógica del mercado capitalista, la mayor concentración de riqueza se da a partir de la acumulación del dinero en la nueva tríada de D-D-D. La mercancía es ocultada, y el intercambio del dinero por el dinero deja poco valor agregado en las transacciones a nivel mundial. La gran acumulación de riqueza se da, por tanto, en las grandes transacciones bancarias, en las bolsas de valores, en la venta de los bancos, etc. Ciertamente no hay una plusvalía específica, pero sí produce abundantes beneficios a quienes manejan el sistema financiero. En esta cadena de acumulación de riqueza no se toma en cuenta el nivel productivo y, por ende, el valor del trabajo disminuye, teniendo como telón de fondo el desempleo masivo a nivel mundial. Esta cadena de relaciones ocasiona algo muy grave en la lógica socioeconómica del planeta: el exagerado consumo de bienes materiales. En la actual crisis mundial observamos que el consumismo ha tenido consecuencias no sólo financieras, sino que va más allá: hay crisis en la obtención de materias primas o crisis en los recursos naturales del planeta o en el calentamiento global con sus consecuencias devastadoras. Esta base consumista socava los pilares naturales del planeta, teniendo en cuenta que a éste no se le puede reciclar.

---

6. Sweezy nos explica en los componentes del valor, siguiendo la anotación que es la espina dorsal de la teoría económica de Marx:

$c + v + p =$  valor total. La letra  $c$  representa el valor de los materiales y las maquinarias usadas. Esta durante el proceso no sufre ninguna variabilidad cuantitativa. A esta letra  $c$ , se le llama "capital constante". La letra  $v$ , se le llama "capital variable", y es la que restituye el valor de la fuerza de trabajo y sufre una alteración en su valor, ya que reproduce el equivalente de su propio valor y produce, además, un excedente, una plusvalía que va a variar. Y la tercera, la letra  $p$ , es la plusvalía per se. De aquí se puede extraer la tasa de la plusvalía que sería  $P/V = P'$  (es la proporción de la plusvalía con respecto al capital variable) y que para Marx es la tasa de la explotación, es decir, la proporción de trabajo excedente con respecto al trabajo necesario.

#### 4. El valor de uso y el valor de cambio en la propuesta de Adorno y Horkheimer

En la Escuela de Frankfurt, en la primera mitad del siglo XX, se analizó el fetichismo de la mercancía aplicado al análisis de la cultura. Uno de los ejemplos más significativos en el giro del valor de uso al valor de cambio en la industria cultural, es descrito Adorno y Horkheimer, quienes sostienen que lo primero que cambia es el valor de uso; luego, y consecuencia, el valor de cambio. Así, el arte cambia su valor de uso cuando no es un medio de contemplación, sino que se usa como un medio de entretenimiento que raya con la frivolidad. Sucede cuando el entretenimiento suple al mero goce estético por lo bello. El valor de cambio transforma al arte en consumo y en belleza en un solo tiempo a la vez. El valor de cambio del arte se limita, en muchos casos, solamente al elemento económico. La cultura, en el siglo XX, dirán Adorno y Horkheimer, es dominada por la forma industrial de producción. El trabajo y los productos culturales son mercancías y ellas, a su vez, son síntesis de relaciones sociales.

En una pieza de pintura, por ejemplo, actúan dos sujetos en la cadena de producción. El sujeto-operario que hace el cuadro (con fines de valor de cambio) y el sujeto-consumidor que compra el producto final en la cadena productiva. Tanto en el primer sujeto como en el segundo, se pierde la intención primaria de una obra arte: se pierde el valor de uso destinado a cubrir las necesidades del sujeto-operario y la necesidad de contemplación del sujeto-consumidor. El consumidor ya no es más el sujeto contemplativo frente a la obra de arte, sino que es persuasión le viene por el mercado, el sujeto consumidor realiza su placer estético desde el objeto, y este objeto ha sufrido un proceso de cosificación. El valor de uso es subsumido en el valor de cambio, por una relación de compra y venta del producto final. Unos pocos especialistas producen y otros no especialistas consumen.

El valor de cambio, el lucro y los negocios toman y absorben el arte. No hay espacio para el juicio estético (Adorno y Horkheimer, 1985, p. 133). La concepción del arte como mercancía no establece diferencias entre los bienes dados para la satisfacción física y los culturales (el gusto, el deseo, la imaginación). En otras palabras, la satisfacción de estos bienes, desde el valor de cambio, son equivalentes; sin embargo, desde el valor de uso, las dos satisfacciones son diferentes.

En esta línea, tanto el arte como la cultura se vuelven meras mercancías susceptibles únicamente al intercambio. En palabras de Marx, éste es el momento en que el trabajo humano se aliena, y se da a la sociedad como un fetiche reducido al intercambio económico.

No cabe duda de que, tanto el arte y la cultura, van más allá de una mera destreza técnica, así como tampoco son un simple reflejo del mundo objetivo. El esfuerzo artístico y cultural se desarrolla en el esfuerzo por encontrar dimensiones sensibles de su tiempo.

## **5. Las necesidades sociales deben anteponerse a las necesidades del mercado. Del valor de cambio al valor de uso.**

Como hemos visto en el punto anterior, los bienes pueden sufrir un proceso de mercantilización llegando a convertirse en dinero. El valor de cambio estriba así en el intercambio de dinero y, no tanto, de mercancías. Desde el tiempo de Marx para acá eso se ha agudizado y es una causa del resquebrajamiento económico de la actualidad. Desde hace unas décadas atrás el problema se ha hecho más profundo porque el valor de cambio asociado al intercambio de mercancías ha pasado a otras dimensiones. En la actualidad, las cosas no son hechas para la construcción social, sino para intercambiarlas como mercancía.

Sweezy decía que el automóvil como valor de uso va cubrir las necesidades de transportación de los seres humanos. El valor de cambio del mismo automóvil será entonces la sofisticación y el lujo con que se hacen los automóviles. El lujo del objeto está por encima de la funcionalidad del mismo. Y este aspecto puede ampliarse a todo el espectro social. Aclaramos que es necesario el consumo para que las economías se desarrollen con normalidad; lo que no es válido es que se enajenen las cosas que tienen una utilidad social ponderable. Además, como hemos anotado anteriormente, la enajenación se da también a partir del ocultamiento del trabajo socio-histórico bajo la mercancía. Más aún, cuando esta práctica de la mercantilización pasa a otras esferas, se trata de algo más profundo: se da una ideologización. Lo ideológico consiste no sólo en presentar este proceso de mercantilización propio del capitalismo como algo natural y bueno, sino como la única y la mejor salida a los problemas del mundo. Desde hace algunas décadas atrás hasta nuestros días, el planeta vive el consumo no sólo como algo que intercambiamos, sino que lo hemos hecho una necesidad como algo necesario, como una forma de vida. El consumo es un valor contracultural que se ha hecho cultura.

Esta contracultura del consumo se ha hecho planetaria. Todos los pueblos, en alguna medida, han tratado de "copiar" los estándares de vida de occidente. Esto ha ocasionado dos problemas: primero, que hay países que se enriquecen a costa de otros más pobres; y segundo, que los pueblos viven y quieren vivir con un estilo según el modelo de vida occidental y con eso nos estamos acabando los recursos del planeta. Como señala Antonio González: *"que aun en el caso puramente hipotético de que tales recursos aumentaran*

*milagrosamente, la universalización no sería posible, pues acarrearía una catástrofe medioambiental insoportable para el planeta...Incluso en el caso de que unos no vivieran a costa de los otros, sería imposible que los niveles occidentales de vida alcanzaran para toda la humanidad" (González, 1994: 634).*

Además, Ignacio Ellacuría ve que esta planetización del capital expresado por el consumo, no sólo trae problemas ambientales, sino que acarrea problemas culturales con consecuencias ideológicas. *"El estilo de vida propuesto en y por la mecánica de su desarrollo no humaniza, no plenifica ni hace feliz, como lo demuestra, entre otros índices, el creciente consumo de drogas, constituido en uno de los principales problemas del mundo desarrollado. Ese estilo de vida está movido por el miedo y la inseguridad, por la vaciedad interior, por la necesidad de dominar para no ser dominado, por la urgencia de tener lo que se tiene, ya que no se puede comunicar lo que se es. Todo ello supone un grado mínimo de libertad y apoya a esa mínima libertad más en la exterioridad que en la interioridad. Implica asimismo un máximo grado de insolidaridad con la mayor parte de los seres humanos y de los pueblos del mundo, especialmente con los más necesitados" (Ellacuría: 1989: 153).*

Es el mismo Ellacuría quien contrapone a la civilización del capital la civilización de la pobreza como alternativa humana viable: *"La civilización de la pobreza...rechaza la acumulación del capital como principio de humanización, y hace de la satisfacción universal de las necesidades básicas el principio del desarrollo y del acrecentamiento de la solidaridad compartida el fundamento de la humanización...A la civilización de la pobreza se le denomina así por contraposición a la civilización de la riqueza y no porque pretenda la pauperización universal como ideal de vida...lo que aquí se quiere subrayar es la relación dialéctica riqueza-pobreza y no la pobreza en sí misma. En un mundo configurado pecaminosamente por el dinamismo capital-riqueza es menester suscitar un dinamismo diferente que lo supere salvíficamente" (Ellacuría: 1989: 170-171).* Ellacuría entiende este nuevo dinamismo como la prioridad del trabajo sobre el capital, y por ello la civilización de la pobreza puede ser llamada igualmente una civilización del trabajo (Samour: 2002: 361).

Ellacuría al respecto manifiesta lo siguiente: *"La pobreza que da cornadas es la que surge de su contraposición dialéctica con la riqueza, la que es resultado de una civilización del capital, pero no la que resulta de una civilización del trabajo. Pero no se trata de cualquier trabajo. El trabajo sin el cual el capital no prospera no es el trabajo tomado como negocio y que llena el ocio, sino el trabajo tomado como negocio y que es la negación del ocio...El trabajo y el ocio no deben contraponerse. El trabajo, produzca*

*o no valor, que últimamente se concreta en mercancía y en capital, es, ante todo, una necesidad personal y social del hombre para su desarrollo personal y equilibrio psicológico, así como para la producción de aquellos recursos y condiciones que permitan a todos los hombres y a todo hombre realizar una vida liberada de las necesidades y libre para realizar los respectivos proyectos vitales. Pero entonces se trata de un trabajo no regido exclusivamente ni predominantemente, directa o indirectamente, por el dinamismo del capital y de la acumulación, sino por el dinamismo real del perfeccionamiento de la persona humana y la potenciación humanizante de su medio vital del cual forma parte y el cual debe respetar" (Ellacuría: 1989: 1077-1078).*

Con la propuesta de la civilización de la pobreza o del trabajo, Ellacuría quiere presentar la necesidad de un nuevo orden económico mundial, que permita asegurar el cumplimiento de las necesidades básicas más urgentes del planeta. Ciertamente a este nuevo orden económico le corresponde la ascensión de un nuevo orden social de la humanidad, en el cual se privilegie la dimensión social sobre lo político de todos los seres humanos. Además, esta civilización de la pobreza debe inculcar una nueva cultura que no sea alienante ni consumista, sino una cultura humanizadora y liberadora. En síntesis, Ellacuría apela a un orden socioeconómico que busque como primer cometido suplir las necesidades básicas de todos los individuos, que nos lleve a tomar en cuenta nuevamente el valor de uso de las cosas, valorando su utilidad humana y técnica, dejando a un lado la mera mercantilización de las cosas, tal como lo vivimos en la actualidad.

## 6. Algunas consideraciones finales

a. El marxismo, desde un abordaje teórico es todavía un método válido para el análisis de la realidad. Recordemos que no podemos analizar el siglo XIX únicamente desde nuestra perspectiva del siglo XXI; ni tampoco podemos dar por totalmente válido en estos días, el movimiento cientificista teleológico del siglo XIX. Los elementos del pensamiento de Marx que nos interesan son aquéllos que puedan tener actualidad y que puedan rendir frutos para los problemas del mundo actual. Lo que valoramos del pensamiento de Marx es que une al basamento teórico el instrumental práctico, permitiendo así una síntesis entre el esfuerzo de abstracción y el esfuerzo de concreción. Esto lo denotamos porque Marx se preocupaba de la sociedad en su conjunto, y muy especialmente del proceso del cambio social. Marx procuraba interrelacionar los elementos económicos y no económicos en el conjunto de la existencia social. Todo esto sin descuidar el hecho histórico de los elementos tanto teóricos como prácticos.



b. El marxismo es, ante todo, una crítica al capitalismo. Nos parece que la crítica de Marx al sistema capitalista ha sido consistente y que todavía tiene vigencia para nuestro tiempo. En la lógica de los clásicos de la economía inglesa, debemos dejar libre al mercado de todo tipo de atadura ya que, con el tiempo, el mercado y todos sus problemas tendrían que equilibrarse. El Estado y sus instituciones en poco o nada tendrían que intervenir. Ciertamente este es un paso en falso, ya que con los últimos acontecimientos todo el andamiaje lógico e ideológico del mercado bajo el patrocinio del neoliberalismo se ha venido abajo. Ante la sorpresiva bancarrota de *Wall Street* el Estado ha tenido que intervenir, y el Estado más poderoso del mundo ha tenido que reconocer que el mercado por sí solo no es capaz de resolver los grandes problemas mundiales. Sin embargo, la humanidad no ha aprendido la lección, ya que nuevamente, como dice bien Ramonet, en este mundo "privatizamos los beneficios y socializamos las pérdidas". Otra vez, como siempre ha ocurrido, los grandes poderes del capital, serán de nuevo los *intocables*.

c. Uno de los puntos destacados del marxismo es precisamente la concepción del valor de uso y el valor de cambio, aportando otros elementos a las concepciones que habían hecho Adam Smith y David Ricardo. Es importante reflexionar nuevamente sobre la teoría del valor, sobre todo, en estos momentos de crisis económica con sus consecuencias más graves: la pauperización más galopante de los pueblos y la factura ambiental que debe pagar la humanidad (Hinkelamert, 1996: 84). Además, con una revisión de la teoría del valor se justifica una revisión intencionada del modelo neoliberal imperante. Es más, lo actual del valor de uso y el valor de cambio presentado en *El Capital*, es que Marx denuncia que el mercado abstrae el valor de uso en la formación del valor de cambio. El mercado abstrae el valor de uso y lo reduce al trabajo abstracto y no es tomado en cuenta. En ese sentido, el valor de uso es subsumido en el valor de cambio. Se comete un *quid pro quo* en la interpretación capitalista. Al desvalorar el valor de uso, se incurre en una desnaturalización del trabajo verdadero, cayendo en la materialización del trabajador o si se quiere en la objetivización del sujeto.

Hinkelamert dice al respecto:

*"al abstraer el mercado necesariamente el valor de uso, las decisiones orientadas por criterios del mercado llevan como consecuencia a la destrucción del mundo de los valores de uso. Los valores de uso son utilidad concreta. Bajo este punto de vista se trata de productos, para los cuales vale que el acceso a ellos decide sobre la vida y la muerte. Se hace irrelevante para las decisiones en el mercado, si*

*como consecuencia el ser humano es condenado a muerte o no. El mercado orienta hacia el criterio de las ganancias. Por tanto, Marx analiza cómo esta ceguera del mercado provoca la destrucción del ser humano y la naturaleza"* (Hinkelamert, 1996: 198).

Marx denuncia el carácter ideológico del capitalismo. Sostiene que, en este caso de las mercancías, los capitalistas usan "artilugios metafísicos" para justificar en última instancia el *plus-valor* de toda la producción.

d. Otro gran esfuerzo de la economía política de Marx es la reflexión acerca de las mercancías. En este sentido, las cosas no se destinan a su uso, sino al intercambio entre ellas. Pero lo más importante es la forma como Marx trasciende la teoría de los clásicos al considerar el valor histórico y social de los procesos que forman la mercancía, tan olvidado de los economistas ingleses. Ya no sólo cuenta una mera división del trabajo, como suponía Smith; sino que toma en cuenta el valor histórico social del trabajo, sintetizándolo en el trabajo concreto en la realidad. El mercado capitalista, según Marx, aparece como una configuración metafísica realizada en cada mercancía, su carácter simple y natural (valor de uso), y su carácter social y sobrenatural (valor de cambio). La mercancía se sitúa en medio de la sociedad, circula en el mercado regulando todas las relaciones entre los seres humanos y éstos contemplan como encantados (Carmona, 2006:3).

*Dice Marx: "Dejando a un lado el valor de uso de las mercancías, sólo les queda una cualidad, la de ser productos de trabajo. Pero el producto del trabajo ya ha sido metamorfoseado sin nosotros saberlo. Si hacemos abstracción de su valor de uso, al mismo tiempo desaparecen todos los elementos materiales y formales que le daban este valor"* (Marx, El Capital, 1979: 27).

e. En nuestros tiempos de desaciertos económicos es necesaria la desfetichización del fetiche. Debemos humanizar los procesos sociales que el capitalismo volvió mercancía. Debemos dejar espacio al ser humano y concretizar a la "mano invisible". Esa mano más visible debe intervenir al fetiche de la liberalización de los mercados. La intervención debe hacerse desde una racionalidad social y teleológica que deje a un lado la incertidumbre y el desacierto.

f. Sería útil volver la mirada hacia aquello que nos propuso Ellacuría: la civilización de la pobreza o la civilización del trabajo. No es posible universalizar el modelo occidental de convivencia, ya que eso traería efectos nefastos para el planeta. Esto ciertamente no nos debería

llevar a un idealismo metafísico, sino a una razón práctica que pueda llevar a una ética más comunitaria y más fortalecida ante el individualismo reinante en el cual vivimos. Esta razón práctica debe apuntar a formas nuevas de convivencia, que no se dirijan hacia el consumo y la mercancía, sino al trabajo y la realización personal y colectiva.

## BIBLIOGRAFÍA

1. MARX, KARL, *El Capital, Crítica de la Economía política*, Tomo I, Fondo de Cultura Económica, México, 1979.
2. MARX, KARL, *La miseria de la Filosofía, Respuesta a la filosofía de la miseria del señor Proudhon*, Siglo veintiuno, Buenos Aires, 1974.
3. SMITH, ADAM, *La riqueza de las naciones*, Longseller, Buenos Aires, 2005.
4. HINKELAMERT, FRANZ, *El mapa del emperador*, DEI, San José, 1996.
5. SWEEZY, PAUL, *El presente como historia, ensayos sobre capitalismo y socialismo*, Editorial Tecnos, Madrid, 1968.
6. SWEEZY, PAUL, *Teoría del Desarrollo capitalista*, Fondo de Cultura Económica, México, 1945.
7. LUCKÁS, GEORGE, *Historia y conciencia de clase*, Editorial Sarpe, Madrid, 1985.
8. ADORNO, THEODORO y HORKHEIMER, MARTIN, *Dialéctica do esclarecimiento: fragmentos filosóficos*, Zahar, Río de Janeiro, 1985.
9. MUÑOZ, JACOBO, *Marx*, Ediciones Península, Barcelona, 1988.
10. CARMONA, JORDI, *Aura y fetiche*, en, *Nómadas, Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, número 13, Universidad Complutense, Madrid, 2006.
11. GONZÁLEZ, ANTONIO, *Orden Mundial y liberación*, en, *Estudios Centroamericanos (ECA)*, 549, 1994, pp. 629-653.
12. ELLACURÍA, IGNACIO, *Utopía y Profetismo desde América Latina: un ensayo concreto de soteriología histórica*, en, *Revista Latinoamericana de Teología*, 17, UCA Editores, 1989, pp. 141-184.

13. ELLACURÍA, IGNACIO, El desafío de las mayorías pobres, en, *Estudios Centroamericano (ECA)*, 493-494, San salvador, 1989, pp. 1075-1080.
14. SAMOUR, HÉCTOR, *Voluntad de liberación. El pensamiento filosófico de Ignacio Ellacuría*, UCA Editores, San Salvador, 2002.