



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Llanos, M. (1996). *Análisis filosófico del concepto de valor en Economía*. [Tesis para optar el grado de Magister en Filosofía] Unidad de Posgrado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

REPOSITORIO DIGITAL DE TESIS DE LA BIBLIOTECA DE LETRAS DE LA UNMSM

Título

Análisis filosófico del concepto de valor en Economía

Autor

Marino Llanos Villajuan

Año

1996

**Lugar de
publicación**

Lima

**Tipo de
tesis**

Magíster

**Palabras
clave**

Filosofía, epistemología, economía.

**Referencia
en APA 7ma
edición**

Llanos, M. (1996). *Análisis filosófico del concepto de valor en Economía*. [Tesis para optar el grado de Magister en Filosofía] Unidad de Posgrado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Esta tesis aborda el concepto de valor en economía, destacando su complejidad y las discusiones filosóficas que ha suscitado durante tres siglos. La tesis se divide en tres partes: la primera establece los fundamentos axiológicos para una formulación general del valor en economía; la segunda realiza una crítica de la teoría del valor-trabajo de Carlos Marx, analizando sus fundamentos y ofreciendo críticas basadas en la realidad económica y teorías contemporáneas; y la tercera examina la historia y los principios de la teoría de la utilidad marginal, incluyendo sus conceptos fundamentales, aplicaciones, limitaciones y los fundamentos psicológicos y éticos subyacentes.

Palabras clave: Filosofía, epistemología, economía.





UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

ESCUELA DE POST-GRADO

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

UNIDAD DE POST-GRADO

"ANÁLISIS FILOSÓFICO DEL CONCEPTO DE
VALOR EN ECONOMÍA"

TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAGISTER EN
FILOSOFÍA

MENCIÓN : EPISTEMOLOGÍA

PRESENTADO POR EL BACHILLER

MARINO LLANOS VILLAJUAN

JUNIO-1996



000801



A mis padres



000801



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

P
10

PRIMERA PARTE

**I. FUNDAMENTOS PARA UNA FORMULACIÓN GENERAL DEL
CONCEPTO DE VALOR EN ECONOMÍA**

13

1. Nociones primitivas y nociones definidas.

15

Def. de Propiedad.

16

Def. de Propiedad Emergente.

17

Def. de Propiedad Resultante.

18

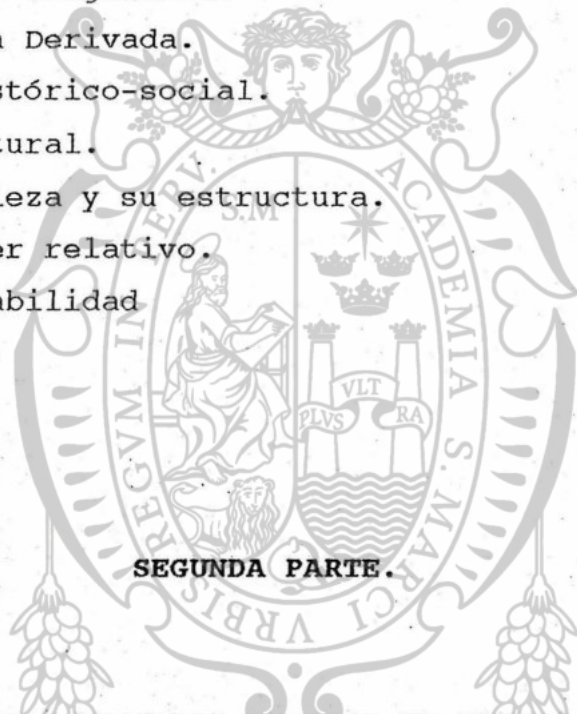
Def. de Relación.

19



CLASIFICACIÓN GENERAL DEL VALOR.	20
Def. de Valores Fines.	21
Def. de Valores Estéticos.	25
Def. de Valores Medios.	30
Def. de Valores Morales.	31
Def. de Valores Económicos.	35

VALORES DE BIENES MATERIALES.	36
Origen Psicológico.	36
Valoración Originaria.	37
Valoración Derivada.	39
Origen Histórico-social.	47
Origen Natural.	51
Su naturaleza y su estructura.	54
Su carácter relativo.	56
Su Mensurabilidad	58



SEGUNDA PARTE.

EL CONCEPTO DE VALOR-TRABAJO DE CARLOS MARX.

I. CUESTIONES PREVIAS.

Sus problemas.	60
Su ontología.	64
Su método.	65



II. VALOR DE USO.	78
III. TRABAJO, VALOR DE CAMBIO Y VALOR.	80
Def. de Objeto Útil	82
Def. de Trabajo (concreto)	82
Def. de Objeto con Valor de Uso.	86
Def. de Trabajo Útil.	86
Def. de Objeto con Valor de Uso Social.	87
Def. de Objeto con Valor de Uso Personal.	87
Def. de Mercancía.	88
Def. de Valor de Cambio.	89
Def. de Trabajo Igualado.	94
Def. de Trabajo Social.	94
Def. de Igualdad de Trabajos.	94
Def. de Trabajo Abstracto.	97
Def. de Trabajo Abstracto (y/o valor).	99
Def. de Valor.	102
Def. de Tiempo de Trabajo Socialmente Necesario.	107
Def. de Igualdad de Mercancías.	110
IV. LA FORMA DEL VALOR.	120
Def. de la Forma Simple o Accidental del Valor.	122
Def. de la Forma Total o Desarrollada del Valor.	126
Def. de la Forma General del Valor	127
Def. de la Forma Dinero del Valor	130
V. CRÍTICA AL CONCEPTO DEL VALOR-TRABAJO DE MARX.	
1. SOBRE SU CONCEPCIÓN DEL VALOR.	
1.1. Uso Polisémico del Concepto de Valor.	132



1.2. Definición Unilateral del Valor.	137
2. SOBRE SU DEFINICIÓN DE MERCANCÍA.	140
3. CONSECUENCIAS ABSURDAS DE SU DEFINICIÓN DE TRABAJO Y VALOR.	141
4. SOBRE SU TEORÍA DE VALOR-TRABAJO Y SU TEORÍA DE PRECIOS DE PRODUCCIÓN.	146

TERCERA PARTE

LA TEORÍA DEL VALOR DE LA UTILIDAD MARGINAL

I. ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y PRECURSORES DE LA TEORÍA DE LA UTILIDAD MARGINAL.	150
II. TEORÍA DEL VALOR DE LA UTILIDAD MARGINAL.	
2.1. La Utilidad Marginal.	156
2.2. La Maximización de la Utilidad Marginal.	166
2.3. Curva de Indiferencia.	170
2.4. Teoría del Consumidor.	173
III. ALGUNAS OBSERVACIONES CRÍTICAS.	
3.1. A LA TEORÍA DE LA UTILIDAD MARGINAL.	
3.1.1. Fundamento Psicológico y Fundamento Ético.	180
3.1.2. El Supuesto de la Estabilidad de Gustos y Preferencias.	188
3.1.3. La Ley de la Utilidad Marginal.	192



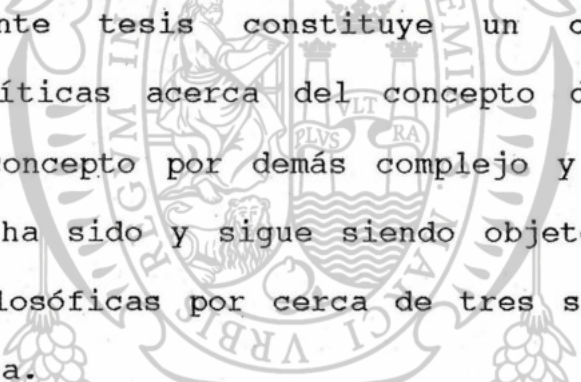


3.1.4. La Teoría de la Utilidad Marginal no explica.	196
3.2. ¿Y los Valores? ¿Qué son los Valores?	200
3.2.1. Su Definición y sus Sentidos.	200
3.3. ¿Es Mensurable el Concepto de Valor en Economía?	
¿Cómo se Operacionaliza para tal efecto?	209
CONCLUSIONES.	211
BIBLIOGRAFÍA.	215





I N T R O D U C C I Ó N



La presente tesis constituye un conjunto de reflexiones críticas acerca del concepto de valor en economía, un concepto por demás complejo y de difícil análisis, que ha sido y sigue siendo objeto de arduas discusiones filosóficas por cerca de tres siglos en la economía moderna.

Esta tesis está compuesta de tres partes. En la primera parte presento los fundamentos axiológicos para una formulación general del concepto de valor en economía. En la segunda parte realizo una exposición crítica de la teoría del valor-trabajo de Carlos Marx, y finalmente



expongo el concepto de valor de la teoría de la utilidad marginal críticamente.

En la primera parte se establecen los fundamentos para una formulación general del valor en economía, con el propósito de encuadrar y ubicar en su debido lugar el concepto de valor de la teoría de valor-trabajo de Carlos Marx y el de la teoría de la utilidad marginal, dentro de la problemática general del valor que estudia la axiología.

En la segunda parte, inicialmente explicito los problemas y las posibles hipótesis como puntos de partida de la investigación de Marx, para continuar brevemente con la ontología subyacente, discutiendo el método usado en su investigación. En segundo lugar adoptaré el método de distinción entre conceptos primitivos y conceptos definidos, exponiendo analíticamente la teoría del valor-trabajo de Marx a través de las definiciones necesarias, y cifiéndome estrictamente a los sentidos con que Marx utilizó los conceptos en *El Capital*. Finalmente, en tercer lugar, presento un conjunto de críticas puntuales al concepto de valor de Marx, utilizando como premisas lo anteriormente expuesto, y la realidad económica social -entendida como sistema social concreto- así como las teorías económicas contemporáneas.



En la tercera parte, realizo un breve estudio de los antecedentes históricos y de los precursores de la teoría de la utilidad marginal, desde Senior, Lloyd y Longfield (1830), hasta William Stanley Jevons (1862). Seguidamente expongo la teoría de la utilidad marginal, presentando sus conceptos fundamentales, sus aplicaciones y sus limitaciones, para finalizar discutiendo los fundamentos psicológicos y éticos en los que descansa la teoría de la utilidad marginal decreciente; la definición del valor a partir de la utilidad, escasez y prioridad de necesidades y la mensurabilidad del valor en la economía.





PRIMERA PARTE

I. FUNDAMENTOS PARA UNA FORMULACIÓN GENERAL DEL CONCEPTO DE VALOR EN ECONOMÍA.

Esta parte del trabajo tiene por objeto encuadrar el problema del valor en la economía dentro del contexto general de la problemática general del valor que estudia la axiología.

Los problemas fundamentales de la problemática general del valor son los siguientes:

1. ¿Cuál es el origen del valor? ¿Qué lo origina? ¿De dónde surge?
2. ¿Cuál es su estructura? ¿Es una propiedad o es una relación? o ¿Es una función?
3. ¿Cuál es su naturaleza? ¿Es subjetiva, objetiva o es



compleja?

4. ¿Son universales, transhistóricos o son relativos?, pues bien, si son relativos ¿Son relativos psicológicamente o son relativos histórico-socialmente?.
5. ¿Son fines en sí mismos o son medios para obtener otros valores?
6. ¿Son mensurables?, si son mensurables ¿En que sistema de medidas o escala?.

Con tal propósito se presenta una clasificación general de los valores para ubicar en ella, en su debido lugar, el valor económico. Pero primeramente, debemos resolver un problema metodológico previo; determinar cual es el vocabulario mínimo, básico, subyacente a la problemática general del valor; es decir, cuales son las nociones primitivas y cuales son las nociones definidas mínimamente que deben ser puestas de manifiesto en toda investigación como sostiene Mario Bunge.

"El análisis lingüístico es previo a toda investigación. Si prescindimos de él, podemos extraviarnos en seudoproblemas."¹

19. ¹Mario Bunge, *Ética y ciencia*. BBAA, Siglo Veinte, 1972, p.

primitivas, así como de las nociones definidas que seguidamente presentaremos, queda abierta para ser incrementada en trabajos posteriores.

Las nociones definibles más importantes que se hallan implícitas en la base de los discursos sobre el problema general del valor son las siguientes:

propiedad
propiedad emergente
propiedad resultante
relación.

De las cuales proponemos las siguientes definiciones.

DEFINICIÓN 1. PROPIEDAD.

Sea O un objeto cualquiera y P una propiedad de O ; entonces, P es una propiedad de O , si y sólo si la proposición " O es P " o, " O tiene la propiedad P " es verdadera.

Una vez definida **propiedad**, de esta forma, dado un objeto O y una propiedad P concretos en la práctica, el



problema es de determinar si realmente O es P , o sea, si tiene o no la propiedad P , pero ese es un problema que no trataremos en esta tesis. Esperamos que esta definición sea satisfactoria, porque hasta ahora nadie había intentado definirla, ya que todo intento de definirla en términos de "cualidad" "característica", etc., resultaba ser circular e inútil, exactamente así como ocurrió por muchos años con el concepto de "conjunto", hasta que Patrick Suppes le dio una definición formal totalmente inobjetable.²

DEFINICIÓN 2. PROPIEDAD EMERGENTE.

Una propiedad P de un objeto O es emergente si y sólo si P no es el resultado de la suma de las propiedades de las partes o componentes de O ; en consecuencia, P es irreductible a las propiedades de las partes o componentes de O , por lo tanto es inexplicable a partir de ellos.

Ejemplos:

1. Las propiedades físicas y químicas del **cloruro de sodio** (sal de consumo humano) son propiedades emergentes

²Cfr. P. Suppes, *Teoría axiomática de conjuntos*. Cali: Edit. Norma, 1968, p. 15.

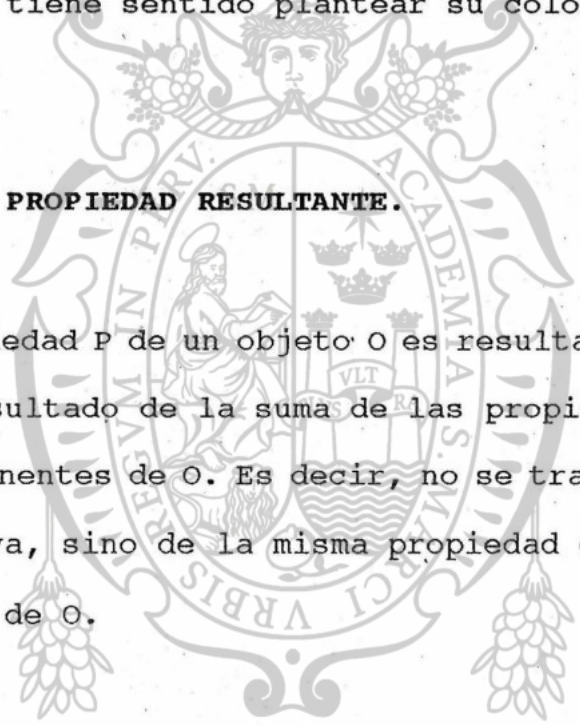


porque son propiedades totalmente distintas de las propiedades de sus componentes como el cloro (gas) y sodio (metal).

2. El **color** de las cosas es una propiedad emergente porque no es el resultado de la suma de las propiedades de los factores intervinientes: ondas, moléculas, átomos, campos, etc., porque ninguno de ellos tiene color (ni siquiera tiene sentido plantear su color).

DEFINICIÓN 3. PROPIEDAD RESULTANTE.

Una propiedad P de un objeto O es resultante si y sólo si P es el resultado de la suma de las propiedades de las partes o componentes de O. Es decir, no se trata de ninguna propiedad nueva, sino de la misma propiedad de las partes o componentes de O.



Ejemplos:

1. El **consumo** es una propiedad resultante, porque es el resultado de la suma de los consumos individuales
2. El **peso** de las cosas es el resultado de la suma del peso de cada una de las partes componentes.





DEFINICIÓN 4. RELACIÓN.

Sean X_1, X_2, \dots, X_n objetos cualesquiera. Entonces R es una relación n -aria (o sea, entre n objetos) entre X_1, X_2, \dots, X_n si y sólo si la proposición "Existe una relación R entre X_1, X_2, \dots, X_n " es verdadera.





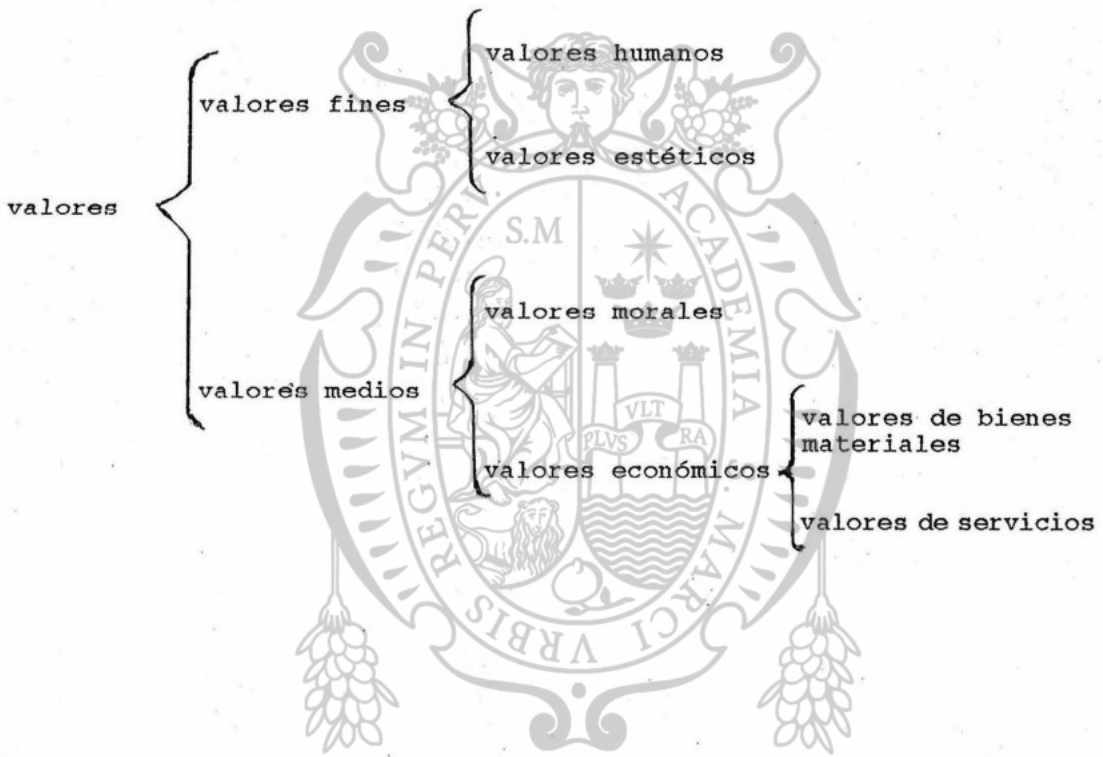
CLASIFICACIÓN GENERAL DEL VALOR

Sea x una cosa material, real, física, ideal, un suceso, un proceso, un estado de cosas, una conducta etc., Sea S un sujeto. Entonces un valor v de x es una propiedad de x para S definida relacionadamente en forma de una función de una serie de variables dentro de un contexto dado. En consecuencia, el valor es siempre valor de una cosa u objeto, propiedad de una cosa u objeto, definida de la forma antes indicada, por lo tanto, no existen valores en sí, absoluta e independientemente, valores que no sean propiedades de cosas ni valores que no sean para nadie.

Pueden haber tantas clasificaciones -y de hecho hay muchas- como puntos de vista existen, pero ninguna de ellas será completa, exhaustiva y totalmente inobjetable, por tratarse de un tema tan complejo, abstracto y vago, como es el problema del valor en general.



En este trabajo no adoptamos ningún punto de vista nuevo para clasificar los valores, sino simplemente tomamos un punto de vista ya conocido y antiguo, siendo quizás algo nuevo y controvertible únicamente las subclasificaciones, el análisis y la caracterización de las clases específicas de los valores.



DEFINICIÓN 5. VALORES FINES.

Un valor v de un objeto O para un sujeto S es un **valor fin**, si y sólo si O vale para S por sí y en sí; es decir, si el valor de O se realiza y se agota por sí, y en sí



para el sujeto S.

Esto sucede así, por ejemplo con los **valores humanos** que pueden ser los siguientes de una larga lista y por supuesto imcompleta:

- | | |
|-------------|----------------|
| La vida | La felicidad |
| La libertad | La paz |
| El honor | El amor |
| La dignidad | La salud, etc. |

En relación a estos valores no procede si cabe ninguna explicación, porque todo intento de explicación termina en una tautología, es decir en una argumentación circular y redundante:

¿Porqué vale la vida?. Porque es vida.

¿Porqué se busca la felicidad?. Por la felicidad misma.

¿Para que se practica el amor?. El amor se practica por amor, o sea, por sí mismo.

Por lo tanto los valores fines son absolutos porque



son una clase de valores que se autojustifican, se realizan y se agotan en sí y por sí, para, y en un individuo S. Estos valores en **condiciones normales** de coexistencia social no admiten comparación alguna entre sí, ni preferencia ni elección entre ellos, sino una cierta gradación y comparación dentro de cada valor. Así, puede decirse "En la antigüedad había poca libertad", "Ese individuo tiene poca salud", "Los niños en hogares normales disfrutaban de mucha felicidad", etc. Pero no tiene sentido decir por ejemplo "La salud es mejor que el honor", "La paz es mejor que la dignidad" o "Se debe elegir la vida antes que la libertad", etc. Pero en **condiciones o situaciones extremas** por las que atraviesa un individuo, el sujeto puede verse obligado a elegir algunos de ellos y sacrificar otros; en tales condiciones para dicho sujeto los valores fines, como los valores humanos admitirían comparación y preferencia entre ellos, e inclusive, algunos valores fines podrían servir de valores medios para otros.

Así, en este sentido en general, Mario Bunge tiene razón cuando afirma:

Los valores *son todos relacionales y disposicionales*, como los predicados "frágil" e "inteligente". Si algo es valioso lo es para alguna unidad social U, en algún



respecto R, en alguna circunstancia C, y con un conocimiento de fondo K. *Nada es valioso a secas ni bueno en sí mismo: no hay valores ni bienes intrínsecos y absolutos*"³

Pero Bunge se equivoca en la última parte cuando sostiene: "Nada es valioso a secas ni bueno en sí mismo: no hay valores ni bienes intrínsecos y absolutos" porque como hicimos notar anteriormente, los valores humanos, en condiciones normales de coexistencia social de un individuo, son valores absolutos y buenos en sí mismos para dicho individuo. De esta manera, el punto de vista de Bunge es más bien una caracterización adecuada de los **valores económicos** de los que trataré más adelante, pero no así del valor en general, ni mucho menos de los valores humanos.

Toda persona, en condiciones normales de coexistencia social, por el simple hecho de ser humano, tiene derecho a la vida, a la libertad, al honor, a la salud, a la felicidad, etc., salvo que en defensa de estos mismos valores, algunas veces se prive total o parcialmente de ellos a ciertos individuos violadores de estos valores fundamentales.

³Mario Bunge, Op. cit. p. 93. (Las cursivas son introducidas por el autor de esta tesis)

VALORES ESTÉTICOS.

Estos valores son aquellos valores que se refieren a lo bello, a lo hermoso, expresados a través de la forma, de los colores, del sonido, del movimiento etc.

¿Cómo y de dónde surgen originariamente estos valores en el hombre y en la sociedad? Estos valores surgen originariamente en el tiempo hace varios milenios de la admiración y fascinación natural que el hombre sentía por lo bello y lo hermoso representado en la naturaleza, a partir de la cual, el hombre empezó a desarrollar en un principio sólo imitando y reproduciendo la belleza natural, luego descubriendo e inventando nuevas formas de valor estético a través de la evolución social y cultural de los pueblos. Pero estrictamente hablando, esta apreciación es válida sólo para los descubridores, inventores, o mejor expresado, como se dice ahora, sólo para los "creadores" del valor estético, y no para el hombre común y ordinario de todos los tiempos que no tiene sensibilidad para este tipo de valores, que están estrechamente relacionados con el espíritu de los pueblos. En estos últimos el valor estético surge por inducción, inculcación e internalización a través de la educación y el proceso de socialización, es decir, aquí la valoración es derivada, y el valor estético



es un valor inducido social y culturalmente.

¿Cuál es la estructura y naturaleza del valor estético, como lo bello y lo hermoso (o su contrario lo feo) que se atribuyen a los sujetos lógicos como la pintura, la música, la danza, el arte, etc.? ¿Son atributos simples -al menos empíricamente- como las **propiedades** o son atributos complejos -al menos teóricamente- como las **relaciones**? Los valores estéticos teóricamente son relacionales, que se pueden definir formalmente de la siguiente manera:

$$\forall x[Ves(x) \leftrightarrow \forall y \exists z \exists u \exists w ((P(xz) \wedge C_s(wy) \wedge G(uy) \wedge E(yx)) \rightarrow f(f(zwu) = v))] \quad (1)$$

donde:

x = objeto valorado

Ves (x) = x es valioso (hermoso, precioso,...)

y = sujeto valorante.

p (zx) = z es una propiedad física, química, geométrica, etc. de x.

C_s (wy) = w es cultura y condición socio-económica de y



$G(y) = u$ es gusto y preferencia de y .

$E(yx) = y$ valora x .

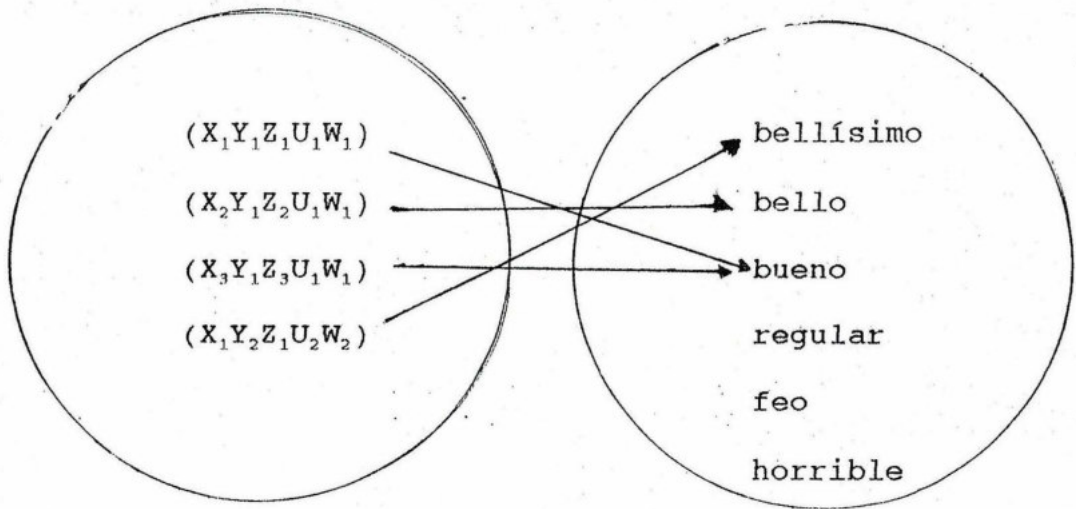
f = función ternaria (cualitativa)

v = valor estético

Desarrollando lo que significa (1) podemos decir:

"Para todo objeto x , x es estéticamente valioso si y sólo si para todo y existe algún z , algún u , algún w , tal que si x es una propiedad de x , w es cultura y condición socio-económica de y , u es gusto y preferencia de y , e y valora x , entonces existe una función f de tres argumentos tal que el valor v de esta función es un valor estético".

Obviamente, f en (1) no es una función numérica, pero es una función en el estricto sentido del concepto de la función matemática, porque es una función desde el conjunto de objetos x , sujetos y , y gustos y preferencias u de y tomado como conjunto dominio al conjunto de valores estéticos: bellísimo, bello, bueno (estéticamente), regular, feo, horrible, etc. tomado como el conjunto contradominio de f , donde f a cada x para y sólo puede asignar un solo valor estético, como se puede mostrar mediante el siguiente diagrama:



Es decir, el sujeto valorante y_1 con cultura y posición socio-económica w , y con gustos y preferencias u asigna de acuerdo a f el valor "bellísimo" al objeto x_1 , al objeto x_2 le asigna el valor estético "bello", etc.

De aquí se sigue que los valores estéticos son relativos a los contextos desde tres puntos de vista. De la naturaleza física del objeto valorado, desde el punto de vista cultural e histórico-social y desde el punto de vista psicológico. Desde el primer punto de vista, el valor estético de un objeto depende en parte de que materia esté hecho el objeto -materia en el sentido aristotélico del término. Así, si tenemos tres objetos de arte exactamente iguales en la forma, tamaño, acabado y con sus respectivas características de originalidad, debemos distinguir el material del que están hechos; así el primero está hecho en



marfil, el segundo en madera y el tercero en cerámica. Una vez distinguido el material del que están hechos estos tres objetos, es obvio que para la mayoría de los contextos culturales, el objeto hecho de marfil será más valioso que el objeto de cerámica. Desde el segundo punto de vista los valores estéticos varían de una época histórica a otra, de una sociedad a otra, de un grupo social (clan, casta, clase social, etc.) a otro, en función de las diferencias de la estructura social de cada época histórica, de la posición social, cultural y el nivel de conocimiento de cada individuo dentro de la sociedad. Así, por ejemplo una cabellera larga, frondosa y bien arreglada en los varones era estéticamente bien vista en la clase real europea y en las personas de su entorno en los siglos XVII y XVIII. Desde el tercer punto de vista, los valores estéticos varían en función de los gustos y preferencias individuales de cada persona. Este conjunto de tres variables constituye el contexto con respecto al cual varían los valores estéticos de los objetos.

¿Que objeto tienen los valores estéticos?, ¿Sirven para algún otro fin distinto de sí mismo, o sea son **medios** para otros fines, o son **fines en sí mismos**? Los valores estéticos son fines en sí mismos, valen por si mismos por lo que son como son, y se realizan y se agotan en sí



mismos. ¿Qué objeto fin tiene escuchar la *Quinta sinfonía* de Beethoven?, ¿Para qué, o qué objeto tiene el *Lago del los cisnes?* o una escenificación de Hamlet?, ¿Qué finalidad tiene observar la *Gioconda* o la *Catarata del Niágara?*. Pues, ninguno, aparte de sentir y vivir una sensación de placer espiritual muy especial en cada caso, y ahí termina el goce estético.

Finalmente los valores estéticos **son mensurables cualitativamente**, pues admiten una escala **ordinal** de medida bajo la relación binaria de "mejor que", que es una relación irreflexiva, asimétrica y transitiva.

LOS VALORES MEDIOS.

Los valores medios, como su nombre mismo lo indica, son medios -y no fines en sí mismos- para obtener otros valores. Así, esquemáticamente, podríamos concebir una cadena de valores medios y valores medios-fines relativos como sigue:

$$V_1 \rightarrow V_2 \rightarrow V_3 \rightarrow \dots \rightarrow V_{n-1} \rightarrow V_n$$

Donde, V_1 es un valor medio, porque es un medio para



obtener el valor V_2 , y éste es un valor fin (relativo) con respecto al primero y un valor medio con respecto a V_3 , y así sucesivamente, hasta llegar a un valor-fin absoluto.

LOS VALORES MORALES.

Los valores morales son aquellos valores que fundamentan la validez y constitución de los principios y normas morales, y estos a su vez establecen las obligaciones y los deberes morales, los cuales conjuntamente, a su vez, permiten decidir si un acto dado es un acto moral o no lo es.

¿Cuál es el origen de los valores morales? Todos los valores morales tienen un origen cultural e histórico-social, surgen como condiciones necesarias para fundamentar las normas y principios morales. Las normas y principios morales conjuntamente con otros principios y normas sociales son necesarios para regular la conducta social del hombre y garantizar la convivencia social.

Algunos valores morales son válidos para la mayoría de los grupos sociales de un período histórico, y algunos valores morales son inclusive válidos para algunos grupos



sociales de más de un período histórico. Este es el caso de los valores morales, como la **honradez**, la **veracidad**, la **lealtad**, etc., pero la mayoría de los valores morales como la **honestidad**, la **sinceridad**, el **altruismo**, etc., nacen con un período histórico y desaparecen cuando este período histórico desaparece, y si subsisten, varían conforme varía la estructura social, la cultura y las costumbres de la nueva sociedad. Así por ejemplo, la "honestidad" es considerada como un valor moral, en consecuencia, el deshonesto es un inmoral. Pero, ¿Qué significa ser persona honesta? Un persona honesta es una persona decente, y una persona decente es aquella persona que muestra "decencia", "pudor" y "recato" en sus actos. Pero, es perfectamente posible que un mismo acto sea calificado de decente, decoroso, pudoroso y recatado por una persona de cierta sociedad, y de indecente, indecoroso, impúdico y desmedido por algunas personas de otra sociedad o de la misma sociedad, pero de distinto status social, así como de distinta filiación política o religiosa. Por otra parte, no existe ninguna línea separatoria clara y absoluta entre los valores morales y los valores de trato social, de cortesía, de urbanidad, de costumbres etc., sino más bien, existe un continuum desde los primeros a los segundos, de tal modo que, existen situaciones donde dos o más personas jamás podrán ponerse de acuerdo sobre un valor, si éste es moral



o no es moral.

La estructura del valor moral depende de cuando menos de cinco variables, tal como se puede mostrar en la siguiente definición:

$$\forall x [V_m(x) \leftrightarrow \forall y \exists z \exists w \exists u ((H(y) \wedge H(z) \wedge H(w) \wedge C_s(uw) \wedge A(xyz) \wedge E(wx)) \rightarrow \exists f_2 (f_2(xyzwu) = v))] \quad (2)$$

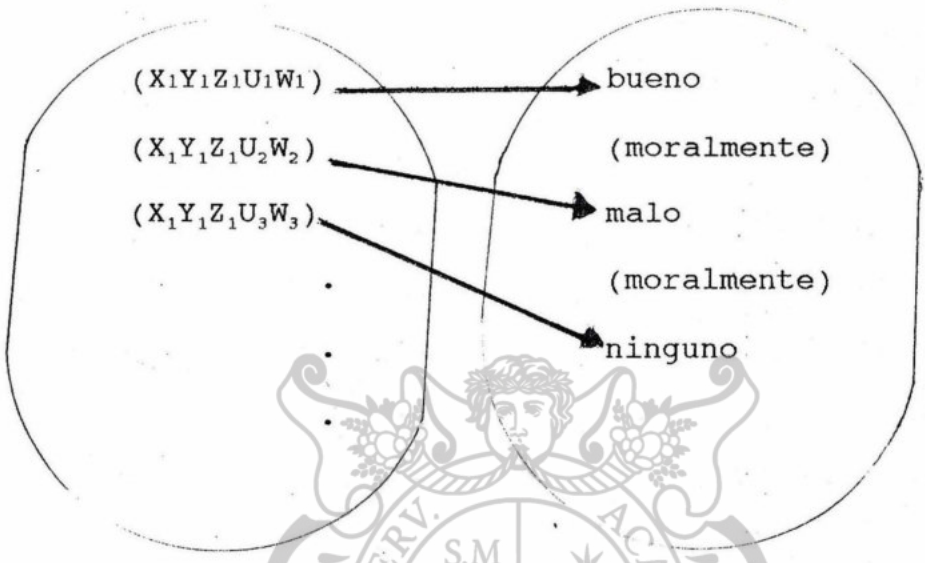
Donde:

- x = acto valorado moralmente
- V_m(x) = x es un acto moralmente valioso
- H(y) = y es un hombre (autor del acto x)
- H(z) = z es un hombre (receptor o paciente del acto x)
- H(w) = w es un hombre (observador, evaluador del acto x)
- C_s(uw) = u es cultura y condición socio-económica de w
- A(xyz) = x es un acto de y en relación o sobre z
- E(wx) = w evalúa el acto x
- f₂ = función cualitativa de cinco argumentos
- v = valor moral.

La evaluación moral también es analizable y describible como una función en el sentido matemático de



este término. Así f_2 en (2) podemos graficarlo de la siguiente manera:



Es decir, un mismo acto X_1 de Y_1 en relación o sobre una misma persona Z_1 , para un evaluador W_1 puede ser bueno, para otro evaluador puede ser malo, y para un tercer evaluador W_3 no puede ser ni bueno ni malo, sino simplemente un acto amoral, un trato social, una cuestión de gustos personales.

¿Es mensurable el valor moral?. Sí es posible medir el grado de moralidad relativa dentro de cada grupo social y cultural mediante una escala **ordinal** de medida bajo la relación binaria de "mejor que" exactamente en la misma forma que los valores estéticos.



Finalmente, ¿Porqué en este trabajo se consideran a los valores morales como valores medios?. Ya se dijo que los valores morales constituyen condiciones de posibilidad de la existencia de la sociedad humana, condición para la existencia del hombre como ente social, y el hombre no puede existir más que como ente social, y la única posibilidad de existencia de la sociedad humana es bajo la condición de que sus miembros respeten y hagan cumplir los valores morales tales como la honradez, la veracidad, la lealtad, etc., y sancionen a quienes las violen. En consecuencia, si son condiciones son medios y no fines en sí mismos; porque además, basta preguntarse: "ser veraz" ¿para qué?, ¿Porqué hay que ser honrado?, ¿Porqué guardar lealtad?. ¿Qué pasaría si todo el mundo fuera egoísta y nadie practicar el altruismo? etc.

VALORES ECONÓMICOS.

En este trabajo hemos dividido el breve estudio y análisis de los valores económicos en valores de bienes materiales y valores de servicios.

Mayormente la axiología tradicional se ha dedicado esencialmente al estudio del valor de las cosas materiales,



pero sin especificarlas como bienes económicos, tal como se verá seguidamente.

VALORES DE BIENES MATERIALES.

SU ORIGEN.

Los valores de los bienes económicos materiales -y en general, de las cosas materiales- tienen su origen en tres fuentes distintas. En consecuencia, estos valores no tienen un origen simple como se han sostenido los axiólogos tradicionales y algunos economistas.

ORIGEN PSICOLÓGICO.


Empecemos por el origen del valor de los objetos naturales. Todo el mundo sabe que hay objetos valiosos, que hay objetos que tienen valor. Pero, tales objetos me pregunto ¿siempre tuvieron valor, siempre fueron valiosos antes que el hombre apareciera, los conociera, los usara?. La respuesta es no. Los objetos no valen en sí y por sí, ni mucho menos para sí, los objetos tienen valor, los objetos valen, sólo cuando existe alguien que los valore, sólo



cuando hay algún individuo valorante. Pues bien, si no existe nadie que los valore, nadie para quien valga los objetos -en tanto objetos físicos- seguirán existiendo con sus propiedades físicas, químicas, espaciales, etc., pero no tendrán absolutamente valor alguno. Entonces, ¿Cuándo, en que momento, cómo llegan a tener valor; a ser objetos valiosos? A estas preguntas daré respuesta analizando dos tipos de valoración, que veremos enseguida.

VALORACIÓN ORIGINARIA.

Sea C una comunidad conformada por los individuos x_1, \dots, x_n . Sea P un problema de los individuos de esta comunidad relativo a una necesidad material N que requiere solución. Sea, x_i un miembro de la comunidad que resuelve el problema, donde $1 \leq i \leq n$, o sea, x_i puede ser cualquier miembro de la comunidad o inclusive puede representar a más de un miembro de la comunidad. Sean z_1, z_2, z_3, z_4 los objetos con los cuales x_i va intentar (ensayar, experimentar, probar) resolver P . Sean r_1, r_2, r_3, r_4 , respectivamente, los resultados obtenidos de tales intentos. A estos resultados x_i califica respectivamente como: malo, regular, bueno y excelente, porque como solución del problema P , r_1 es malo, r_2 es regular, r_3 es



bueno y r_4 es excelente, por cuanto, el grado de satisfacción de N por z_1 es cero, z_2 sólo satisface un poco, z_3 satisface bastante y z_4 satisface totalmente. De aquí se sigue que x_i en un tiempo t_0 establece las siguientes valoraciones originarias: z_1 no tiene ningún valor, z_2 tiene un poco de valor, z_3 es valioso y z_4 es el más valioso. Estas valoraciones son originarias con respecto al tiempo t_0 y con respecto al resto de los miembros de la comunidad, o sea, x_1, \dots, x_{n-1} , porque ellos establecerán dichas valoraciones a partir de las valoraciones de x_i recién posteriormente en los tiempos t_1, t_2, \dots , si es que las soluciones dadas por x_i al problema P fueron correctas. De esta manera, surgen originariamente los valores de todas las cosas. De ahí en adelante, x_i, x_j, x_k, \dots , desearán a z_3 porque z_3 es valioso, a z_4 porque z_4 es más valioso. "Originaria" quiere decir "primero" o "antes" en solucionar un problema que satisface una necesidad, o "primero" o "antes" (que los demás) en descubrir la propiedad de un objeto que satisface una necesidad de carácter social y asignar un valor a dicha propiedad.

Aquí resulta necesario hacer algunas aclaraciones. Primero, el objeto de las valoraciones originarias -o no- no necesariamente pueden ser objetos -naturales o artefactos hechos por el hombre- sino también pueden ser



procedimientos o métodos, o una combinación de ambos. Por ejemplo, la **asepsia** descubierta por Luis Pasteur, consistente en desinfectar el material quirúrgico hirviéndolo o lavándolo con jabón o desinfectándolo con alcohol es un ejemplo de este último. Segundo, en las sociedades antiguas, muchas veces no se conocía quien había inventado un objeto o un procedimiento, o quien había descubierto la propiedad de un objeto que resolvía un problema individual de carácter social. Por ejemplo, no se conoce quien inventó la pólvora o quien descubrió la utilidad de la rueda o las bondades de conservar alimentos mediante la deshidratación como el chuño, el charqui, etc. Tercero, en las sociedades modernas, generalmente quienes dan solución a problemas sociales con sus inventos o descubrimientos son equipos de investigadores, quienes son reconocidos por las instituciones del Estado o instituciones privadas y sus derechos son patentados y registrados en Registros Públicos.

VALORACIÓN DERIVADA.

En la vida real, el valor de los objetos es establecido como ya hemos visto, por muy pocas personas. Es muy probable que la gran mayoría de las personas se pasen



toda la vida sin establecer el valor originario de ningún objeto. Pero, sin embargo, todo el mundo desea, prefiere y elige algún objeto x en lugar de otros u otros, porque x es valioso o más valioso que otro u otros. ¿Porqué se valora así a x?. Aquí la valoración es derivada. El valor de x es un valor inducido e internalizado en todos los usuarios o consumidores de x a través de la costumbre, la moda, la propaganda, etc., y convertido en una norma o regla social.

El esquema lógico subyacente al origen del valor de los objetos desde el punto de vista psicológico es el siguiente:

$$[S(xzy) \rightarrow V(xy)] \wedge [V(xy) \rightarrow D(yx)] \quad (3)$$

O sea:

"Si x satisface la necesidad z de y entonces x es valioso para y. Si x es valioso para y entonces y desea x".

Es decir, la fuente última del origen del valor de los bienes materiales radica en la propiedad de estos para satisfacer alguna necesidad del hombre dentro del contexto social e histórico.



Las necesidades materiales -así como las no materiales- pueden ser de distintos orden, empezando por las necesidades básicas o de primer orden, que son las necesidades mínimas que el hombre debe satisfacer para su subsistencia, hasta las necesidades de orden superior que corresponden a individuos que ocupan posiciones socio-económicas y culturales más elevadas dentro de la sociedad. Estas necesidades y su diverso orden detallaremos más adelante, cuando aborde su origen histórico-social. De esta manera, si no existen necesidades, no hay valores. Pero como el hombre es un ser necesitado desde su concepción hasta su muerte, existen los valores. "Únicamente para Dios -se dice- no existen valores porque él no necesita de nada ni de nadie, es intemporal.

Un condicional parecido al condicional (3) del esquema lógico anterior es sostenido en la axiología por los **objetivistas**.

$$V(x) \rightarrow V(xy) \tag{4}$$

Es decir, lo que dice (4) se lee:

"Si x es valioso entonces x es deseado (apetecido, querido etc.) por y", porque los objetivistas argumentan

diciendo.

"¿Si no hubieran valores, previo a la valoración, que tendríamos que valorar?. La valoración no crea el valor, así como la percepción no crea lo percibido".⁴

Esta tesis objetivista es falsa, porque, en primer lugar, como ya hemos señalado, los valores no existen en los objetos como sus propiedades físicas, químicas, espaciales, etc., independientemente del hombre, del sujeto valorante; en segundo lugar, **no se valoran valores**, porque como ya hemos reiterado los valores no existen en sí, por sí, ni para sí independientemente de los objetos y del sujeto valorante, y por ende, sostener que si existen implicaría hacer hipóstasis y crear seres ficticios o fantasmales que realmente no existen en ningún sentido. En consecuencia, se valoran objetos en función de su capacidad nula, suficiente o total para satisfacer alguna necesidad. En otras palabras: se valoran cosas según su grado de utilidad para satisfacer alguna necesidad.

Este hecho no contradice ni obscurece la comprensión de la **escala de valores**, porque toda escala de valores es

⁴R. Frondizi, *¿Qué son los valores?*. México: FCE, 1968, p. 25.



siempre una escala de valores de objetos que se establecen en función de una serie de variables tales como la prioridad de satisfacción de algunas necesidades en lugar de otras, grados de satisfacción de la necesidad por el objeto valorado, circunstancias etc.

Los **subjetivistas** sostienen una tesis inversa a la tesis de los **objetivistas**, es decir:

$$D(yx) \rightarrow V(x) \tag{5}$$

O sea, lo que afirman los subjetivistas de acuerdo a (5) se interpreta de la siguiente manera:

"Si y desea x entonces es valioso". Así, Spinoza, sostiene por ejemplo:

"No nos esforzamos por nada, ni lo queremos, ni apetecemos, ni deseamos porque juzguemos que es bueno, sino por el contrario, juzgamos que algo es bueno porque nos esforzamos por ello, lo queremos, apetecemos,..."⁵

⁵B. de Spinoza, *Ética demostrada según el orden geométrico*. México: FCE, 1958. Escolio a la proposición IX. Tercera parte.



Ralph Barton Perry sostiene a su vez en el mismo sentido que Spinoza:

"Lo que es objeto de interés es **eo ipso** investido de valor. Cualquier objeto sea el que fuere, adquiere valor cuando se toma en él cualquier interés, sea el que fuere".⁶

De acuerdo al orden real -que en este caso coincide con el orden lógico- de como se establecen originariamente los valores y luego como estos valores, en un principio individuales, se hacen sociales al ser inducidos, internalizados e impuestos en el resto de las personas a través de las costumbres, la propaganda, la moda, etc., por lo tanto la tesis subjetivista es absolutamente falsa; porque la tesis verdadera de acuerdo a como se originan y se establecen los valores en la realidad se manifiesta de la siguiente forma: si una persona desea, apetece, quiere, tiene interés, etc., en un objeto, es porque este objeto es valioso para él -independientemente de que sea valioso o no para los demás- y no porque sea valioso objetivamente, independientemente del hombre, como para los objetivistas. Pero ahí no empieza ni termina todo, pues, dicho valor (inducido, socializado), antes fue descubierto y

⁶Cita tomada del párrafo traducido de *General Theory of Value* de Barton Perry, tomado de Augusto Salazar Bondy en: *Lecturas filosóficas*. Lima: Arica, 1968, p. 148.



establecido originariamente por alguien. Es decir, tanto los subjetivistas así como los objetivistas ignoran absolutamente el establecimiento originario del valor, o sea, el primer condicional de la conjunción (3):

$$S(xzy) \rightarrow V(xy)$$

Y todas sus discusiones giraron sólo en torno a un condicional parecido al segundo condicional de (3), es decir (4) y (5).

Asimismo, Mario Bunge, se hace la ilusión de haber terminado con la disyuntiva existente entre la tesis subjetivista y la tesis objetivista, con las dos definiciones siguientes:

"Las definiciones que siguen formalizan la elucidación anterior del predicado "valioso".

Definición 1. x es primariamente valioso en el respecto R para la unidad social (individuo o grupo) U con los desiderata D, en las circunstancias C y a al luz del cuerpo de conocimientos K = df. x es capaz de satisfacer en alguna medida los desiderata D de la unidad social U en el respecto R, en las circunstancias C y a la luz del cuerpo



de conocimientos K.

Un símbolo sugestivo para la relación del valor primario es: $V_1(x/RUCKD)$

definición 2. x es derivadamente valioso en el respecto R para la unidad social (individuo o grupo) U con los desiderata D, en las circunstancias C, y a la luz del cuerpo de conocimientos $K = df.$ Hay por lo menos un objeto y tal que x es capaz de satisfacer en alguna medida los desiderata D de la unidad U en el respecto R, en las circunstancias C y a la luz del cuerpo de conocimientos K.

Designaremos el valor derivado mediante el símbolo $V_2(x/y/RUCKD)$ sobrentendiéndose que y es una variable ligada.

La elucidación que precede, consistente en un par de definiciones, nos permite disolver la antigua paradoja contenida en la pregunta "¿Deseamos objetos valiosos porque son valiosos, o los consideramos valiosos porque son deseables?"⁷


⁷Cfr. Mario Bunge, Op., Cit., pp. 95-96.



Aquí, simple y llanamente todo lo que Bunge hace es primero definir el concepto "x es valioso" sin precisar porqué "primariamente" y luego definir el concepto de "x es un (valor) medio para producir u obtener el valor y". En consecuencia, no disuelve nada, mucho menos lo que él llama paradoja a la disyuntiva existente entre las tesis subjetivistas y las tesis objetivistas.

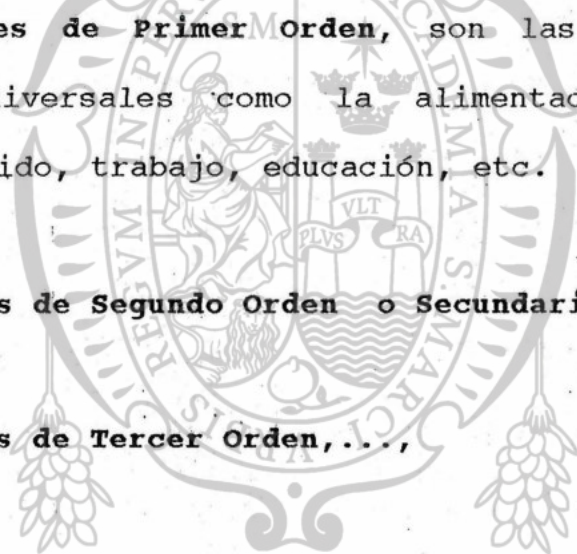
ORIGEN HISTÓRICO SOCIAL.

Si bien es cierto que los valores de la cosas tienen su fuente de origen en las necesidades, las necesidades no son ni han sido las mismas en todos los tiempos. Las necesidades de los hombres de ahora no son las mismas que las necesidades de los hombres de épocas pasadas, y viceversa. Hay necesidades que nacen y necesidades que mueren. De la mayoría de las necesidades desaparecidas ya no tenemos conocimiento, a menos que revisemos los libros de historia social, historia económica, así como las costumbres etc. Por ejemplo, las pelucas eran objeto de valor social -aunque sea para la élite- en Europa de los siglos XVI, XVII y XVIII; las carrozas fueron objetos valiosos hasta los inicios del presente siglo; el sombrero era un objeto de uso social en todas las urbes del mundo




hasta la década del cincuenta. El petróleo ya era conocido en la antigüedad, pero no tenía ningún valor, su valor recién nace en el siglo XVIII con el advenimiento de la sociedad tecnológica e industrial. El uranio no tuvo ningún valor hasta la segunda guerra mundial, desde entonces se ha convertido en un metal altamente cotizado y valioso.

Las necesidades todas, no son del mismo nivel. Las necesidades se clasifican por órdenes, donde se distinguen por el orden que ocupan:

- 
- 1.- **Necesidades de Primer Orden**, son las necesidades Básicas o Universales como la alimentación, salud, vivienda, vestido, trabajo, educación, etc.
 - 2.- **Necesidades de Segundo Orden** o Secundarias son,...
 - 3.- **Necesidades de Tercer Orden**,...,
 - 4.- **Necesidades de ...**, Etc.

Las necesidades de primer orden, tienen carácter necesario y absoluto, porque nadie puede prescindir o dejar de satisfacerlas, lo relativo está en su forma y modalidad de satisfacerlas que varían de una época a otra, de una



cultura a otra, de un medio geográfico a otro, como ya hemos visto.

a) Las necesidades de primer orden, básicas o universales, en general, son las mismas en todo el mundo, como acabamos de ver, solamente varían en la forma y modalidad de satisfacerlas.

b) El orden de las necesidades de una persona está en la relación siguiente: cuanto más elevado se encuentre el status socio-económico de una persona, sus necesidades también serán de órdenes más altas, (segundo, tercero, etc.); y cuanto más baja sea su posición socio-económica, sus necesidades también serán de órdenes más bajos, hasta reducirse a las necesidades puramente básicas o de primer orden.

¿Qué necesidades pertenecen al primer orden, qué necesidades al segundo orden, etc.?, este es un problema totalmente relativo y fluctuante. En las sociedades contemporáneas, donde cada vez más necesidades de tercer orden bajan a ser necesidades de segundo orden, y las necesidades de segundo orden pasan a ser necesidades de primer orden, por lo tanto la relatividad de las necesidades depende del grado de:





- 1) desarrollo científico, tecnológico y socio-económico.
- 2) Movilidad social vertical.
- 3) Distribución de las riquezas y de las utilidades del trabajo sobre toda la población.

así por ejemplo, la educación es ahora una necesidad básica y obligatoria hasta secundaria en muchos países del mundo. Pero en el pasado, la educación era una necesidad sólo de segundo orden, y hasta de tercer orden, accesible sólo a la élite social. El automóvil es una necesidad básica actualmente en las grandes urbes del mundo, asimismo, el teléfono, el televisor, las computadoras, etc. necesidades que nadie imaginaba como básicas por ejemplo en la sociedad medieval

Si bien es cierto que hay necesidades básicas o universales en general iguales para todo el mundo, en el sentido de que todo el mundo necesita alimentación, vivienda, vestido, salud, etc., sin embargo -como ya hicimos notar páginas antes- ni los objetos con que se satisfacen, ni el modo de satisfacerlos son iguales en todo el mundo. Así, por ejemplo, las cosas con que satisfacían sus necesidades básicas los habitantes del Imperio de los incas, fue totalmente distinto a los de los habitantes del Perú actual. Así, el hambre era satisfecha básicamente sólo



con carne (camélidos sudamericanos) y papa en forma fresca y seca, y sin embargo, pese a tener esta poca variedad de alimentos, sus habitantes eran muy saludables y de buena estatura, hecho que se demuestra en la Conquista, donde los españoles entre ellos Pizarro eran bajos, apenas medían alrededor de 1.60 m., mientras que los nativos entre ellos Atahualpa y otros medían hasta 1.80 m. y más. Sin embargo el sistema de alimentación incaica es totalmente inaplicable ahora porque corresponde a otra realidad histórica-social.


La aparición -así como la desaparición- de valores, de nuevos modos de satisfacerlas, y en consecuencia, de nuevos valores, depende sencillamente de dos factores como la aparición -desde la desaparición- de nuevas estructuras sociales y de nuevas fuerzas de producción. Esta tesis ha sido desarrollada sistemáticamente a su manera, por Carlos Marx. Pero total y exclusivamente, relacionada al valor de los bienes materiales en tanto mercancías. Esta tesis la desarrollaré en la segunda parte de este trabajo.

ORIGEN NATURAL.

¿En virtud de qué una cosa satisface más o satisface



menos una necesidad?. Supongamos, por ejemplo, que tenemos una plancha de fierro y la queremos pintar. Podemos pintarla con una pintura de agua para la pared, con un esmalte para madera, con una pintura anticorrosiva para metales, o podemos enlozarla. Si pintamos con pintura para la pared, la pintura se resecará en el metal y caerá pronto y en lugar de protegerla la oxidará peor; si pintamos con el esmalte para la madera, la pintura durará un poco más, pero después se cuarteará y se caerá; si pintamos con un anticorrosivo, la pintura durará más y protegerá mejor al metal, pero después de un buen tiempo, también se resecará y cuarteará, y será vencido por el óxido; y si finalmente enlozamos la plancha, la pintura durará indefinidamente y la protegerá muy bien del óxido. Vemos entonces, que una pintura determinada y adecuada al objeto, satisface más a una necesidad porque tiene mayor resistencia, mayor durabilidad y mayor permanencia del color original, y estas propiedades en virtud de las cuales la pintura vale más no provienen del deseo, de la preferencia ni de la elección de los individuos, ni del hecho que la pintura fue producida por un obrero explotado al servicio de un burgués del siglo XX, sino de la naturaleza, de las propiedades físicas y químicas de las diversas sustancias y compuestos que la conforman, a las cuales lo único que hace el hombre es descubrirla, mezclarla, combinarla, etc., sobre la base de



sus propias leyes intrínsecas.

En consecuencia, las cosas materiales -en especial, las mercancías- no valen, no son valiosas, sólo porque son objetos que pertenecen o están relacionados al deseo, preferencia y elección, por un lado; ni solamente porque son productos del trabajo o correspondan a las necesidades propias de una época histórica con una determinada estructura social, sino por sus propiedades naturales específicas (físicas, químicas, biológicas etc.) en virtud de las cuales satisfacen más o satisfacen menos a las necesidades, y por ende, valen más o valen menos.

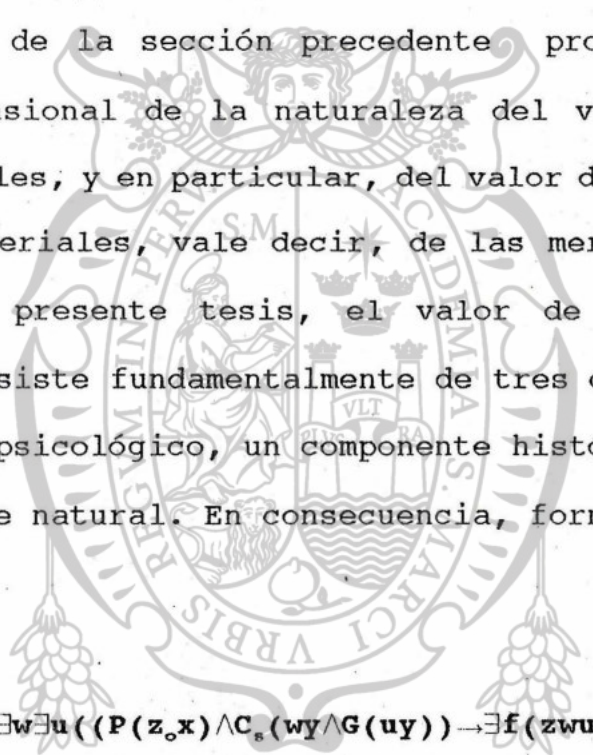
Podríamos considerar también el **valor de cambio** de una mercancía como una de las variables que determinan su valor conjuntamente con otras variables. Pero, de qué depende el valor de cambio de una mercancía? Pues de la oferta y la demanda. Y ¿de qué depende la demanda de una mercancía, es únicamente por su bajo precio? Pues no. Supongamos dos mercancías A y B iguales en oferta y precio, y ambas destinadas a satisfacer una misma necesidad, como por ejemplo las medicinas, pero ocurre que A cura la enfermedad como B, pero produce efectos secundarios dañinos para la salud, entonces el consumidor preferirá B, porque este medicamento no produce ningún efecto secundario dañino, y



por lo tanto es más valioso. ¿Y de qué depende que B sea más valioso que A?, pues de sus propiedades naturales de curar la enfermedad y no producir efectos secundarios dañinos a la salud.

SU NATURALEZA Y ESTRUCTURA.

A partir de la sección precedente proponemos una tesis tridimensional de la naturaleza del valor de los bienes materiales, y en particular, del valor de los bienes económicos materiales, vale decir, de las mercancías. De acuerdo a la presente tesis, el valor de los bienes materiales consiste fundamentalmente de tres componentes: un componente psicológico, un componente histórico-social y un componente natural. En consecuencia, formalmente, su definición es:



$$\forall x [\text{Vec}(x) \leftrightarrow \forall y \exists z \exists w \exists u ((P(z, x) \wedge C_s(w, y) \wedge G(u, y)) \rightarrow \exists f (z w u) = v)] \quad (6)$$

Donde:

x = objeto valorado

Vec (x) = x es valioso (económicamente)



y = sujeto valorante

$P(z_0x)$ = z es una propiedad natural

$C_s(wy)$ = w es cultura y condición socio-económica de y

$G(uy)$ = es gusto y preferencia de y

f = función cualitativa de tres argumentos

v = valor económico

Es decir lo que designa (6) se lee:

"Para todo objeto x, x tiene valor económico si y sólo si para todo y (sujeto valorante) existe algún z, algún w y algún u, tal que si z es una propiedad de x, w es cultura y condición socio-económica de y, y u es gusto y preferencia de y, entonces existe una función cualitativa ternaria cuyos valores son valores económicos v".

Si x es una mercancía, habría que agregar una séptima variable z_1 referente a su valor de cambio, y así su definición será:

$$\forall x[\text{Vec}(x) \leftrightarrow \forall y \exists z_0 \exists w \exists u \exists z_1 ((P(z_0x) \wedge C_s(wy) \wedge G(uy) \wedge C_s(z_1x)) \rightarrow \exists f(f(z_0wuz_1) = v)] \quad (7)$$



Donde:

$C_a(z_1, x) = z_1$ es el valor de cambio de x , y todo lo demás queda en la misma situación.

SU CARÁCTER RELATIVO.

A partir de la fórmula (6) se sigue claramente que el valor de los bienes materiales, en especial, el valor de las mercancías, es relativo desde cinco puntos de vista.

Desde el punto de vista de las propiedades naturales del objeto; un objeto vale más o menos en función de sus propiedades naturales para satisfacer más o satisfacer menos una necesidad, y esta propiedad varía de objeto a objeto. Desde el punto de vista psicológico, la valoración y la elección de un objeto, es decir, la asignación de un valor a un objeto, depende de los gustos y preferencias personales de cada individuo, y esto varía de individuo a individuo. Desde el punto de vista histórico-social, dentro de un determinado período histórico el valor de un objeto surge como una expresión de la naturaleza social y el modo de producción predominante dentro de dicho período, de tal modo que, en el período histórico-social anterior



dicho objeto pudo no haber tenido ningún valor -o quizá porque como objeto aún no existía, como en el caso de las mercancías-, como asimismo, puede no tener ningún valor o variar de valor en un período histórico futuro. Esta última variable nosotros en el presente caso la hemos asimilado a la cultura y condición socio-económica del sujeto valorante. Finalmente, si tomamos en cuenta el valor de cambio de las mercancías, el valor de los bienes materiales dependerá de seis factores.

sin embargo, el valor de las mercancías entendido como **precio**, puede interpretarse en el nivel empírico como una propiedad y en el nivel teórico como una relación precisamente como la hemos definido.

El concepto relacional del valor es un concepto teórico porque corresponde a lo que los estructuralistas llaman "la estructura profunda", la cual se pone de manifiesto sólo mediante el análisis de los presupuestos del concepto de valor. Precisamente, este tipo de análisis es lo que hizo a su manera rigurosamente Carlos Marx en *El Capital*. En cambio, el concepto de valor como propiedad en el caso del precio de las mercancías, es un concepto empírico, porque una vez fijado por la oferta y la demanda es observable y constatable directamente. O sea, es un



concepto que los estructuralistas llaman "estructura superficial".

MENSURABILIDAD.

Los valores de los bienes materiales admiten formalmente una escala de medición más alta que los demás valores, aunque no cuentan con un cero absoluto natural, porque se pueden efectuar todas las operaciones aritméticas.





SEGUNDA PARTE

EL CONCEPTO DE VALOR-TRABAJO EN CARLOS MARX

I. CUESTIONES PREVIAS.

SUS PROBLEMAS.

Toda investigación seria y genuina parte siempre de un problema o de un conjunto de problemas; toda investigación científica consiste en un intento por responder a los interrogantes del problema. Toda investigación científica tiene fines y objetivos que una vez logrados, se consideran como aportes o descubrimientos.



Marx, en el prólogo a la primera edición de *El Capital*, dice acerca de esta obra:

"...la finalidad última de esta obra es, en efecto, descubrir la ley económica que preside el movimiento de la sociedad moderna".¹

Posteriormente, en una carta a Federico Engels, el 24 de agosto de 1867, Marx afirma que sus mejores logros, aportes o descubrimientos en *El Capital* son:

- 1) La puesta en relieve desde el primer capítulo, el doble carácter del trabajo, según se exprese en valor de uso o en valor de cambio.
- 2) El análisis de la plusvalía, independientemente de sus formas particulares tales como el beneficio, el impuesto, la renta de la tierra, etc.

¿Cuáles son los problemas fundamentales, en general, que Marx se propuso investigar en *El Capital*. y obras conexas? ¿Cuáles son las hipótesis correspondientes a dichos problemas que Marx se plantea?. Los problemas fundamentales en **general**, que Marx se propuso investigar y

¹Carlos Marx, *El Capital*. México: FCE, 1975. Vol. I. Prólogo a la primera edición. p. XV.



sus respectivas hipótesis son las siguientes:

Po: ¿Cuáles son las leyes del movimiento que rigen los orígenes, el surgimiento, el desarrollo, la decadencia, y la desaparición del modo capitalista de producción?

Esta pregunta compleja resume toda la problemática en conjunto que Marx se propuso investigar en los tres volúmenes de *El Capital* y en todas sus demás obras.

P1: ¿Cuál es la ley fundamental del modo de producción capitalista?. O planteándolo de un modo más directo: ¿mediante que mecanismos se crean y se incrementan nuevos valores en las mercancías en el modo de producción capitalista?

H1: Sólo y únicamente mediante la producción de la plusvalía se crean y se incrementan nuevos valores en el modo de producción capitalista.

P2: ¿Cuál es la causa y origen de la explotación dentro del sistema capitalista de producción, del cual, la explotación es su consecuencia necesaria?

H2: La causa y origen de la explotación es el mismo sistema de producción capitalista.



¿Cuáles son los problemas fundamentales, en particular, que Marx se planteó acerca del valor? y ¿cuáles son las hipótesis correspondientes a dichos problemas?.

Po: ¿Cuál es la causa, naturaleza, forma y medida del valor?.

Esta pregunta compleja y profunda comprende toda la problemática del valor.

P1. ¿Cómo y por qué se explica y se mide el valor?

H1. El valor se explica por el trabajo y se mide por la cantidad de tiempo de trabajo socialmente necesario.

P2. ¿Cuál es la naturaleza del valor?

H2. El valor es de naturaleza social e histórica, es una relación social de producción.

P3. ¿En qué proporción se cambian las mercancías?

H3. Todas las mercancías se cambian a precios proporcionales a sus valores, o más explícitamente: una mercancía se cambia por otra mercancía cualquiera, si y sólo si la cantidad de trabajo socialmente necesario para la producción de la primera mercancía es igual a la cantidad de trabajo socialmente necesario para la producción de la otra mercancía.



SU ONTOLOGÍA.

Marx critica a los economistas clásicos -a quienes a veces los trata despectivamente como economistas "vulgares"- de "aferrarse siempre a las apariencias",² de estudiar y reconocer solamente las manifestaciones externas, inmediatas y observables del proceso de producción; de atender sólo "las conexiones externas entre las cosas, tal como aparece en la competencia, donde todo aparece trastocado y siempre se presenta en forma invertida",³ ignorando por completo las relaciones sociales internas, ocultas o subyacentes que están detrás de las apariencias fenoménicas.

De esta manera, en el modo de producción capitalista Marx reconoce dos niveles de realidad:

- **Primer nivel: Nivel de las apariencias o fenómenos**, donde la realidad es aprehensible directamente a través de la observación; es el nivel de las "cosas", donde los conceptos de economía (capital, interés, precio, dinero,

²Carlos Marx, Op., Cit., p. 243.

³Carlos Marx, Op., Cit., p. XXIII.




renta, etc.) aparecen como simples categorías materiales, y todo el proceso de producción económica aparece como una simple relación entre cosas.

- **Segundo nivel: Nivel de las esencias**, donde la realidad se oculta por detrás de los fenómenos o apariencias y es aprehensible únicamente a través del análisis teórico; es el nivel de las conexiones internas y subyacentes, de las relaciones sociales de producción entre hombres (capitalista-trabajador, capitalista industrial-capitalista financiero, capitalista-capitalista, etc.). Según Marx, desde el punto de vista científico -o podríamos decir nosotros, desde el punto de vista de un análisis social e histórico, o análisis sociológico- el nivel fundamental y más importante para la economía política, es el segundo, que constituye fundamento y génesis del primero, del cual, éste no es más que su proyección o manifestación externa y material; y en consecuencia, es el segundo nivel, en función del cual se explica el primero, y no al revés, como pretenden los economistas "vulgares" según Marx.

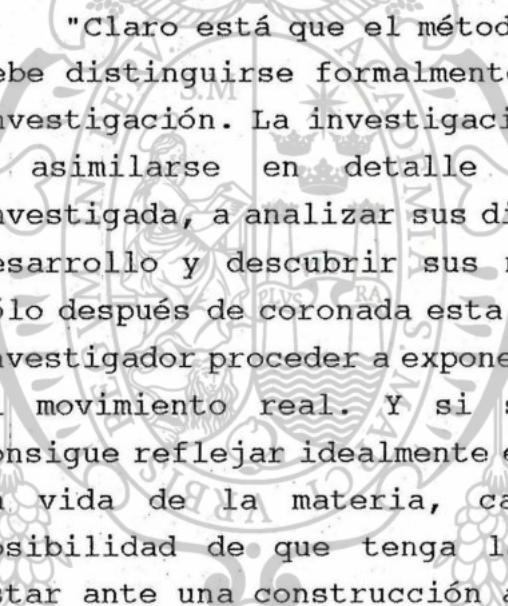
SU MÉTODO.

¿Cuál es el método o métodos de investigación que Marx



empleó en su investigación acerca del valor y otros problemas en *El Capital* y otras obras conexas?. Sobre este problema se ha dicho y escrito mucho, pero no se ha llegado nunca a ninguna solución clara y definitiva.

En primer lugar, escuchemos brevemente al mismo Marx, que afirma acerca de su método, en el Prefacio a la Segunda edición de *El Capital*, donde distingue entre el **método de investigación y el método de exposición:**



"Claro está que el método de exposición debe distinguirse formalmente del método de investigación. La investigación ha de tender a asimilarse en detalle a la materia investigada, a analizar sus diversas formas de desarrollo y descubrir sus nexos internos. Sólo después de coronada esta labor, puede el investigador proceder a exponer adecuadamente el movimiento real. Y si sabe hacerlo y consigue reflejar idealmente en la exposición la vida de la materia, cabe siempre la posibilidad de que tenga la impresión de estar ante una construcción *a priori*."⁴

Esta distinción es acertada y muy importante, y es propia únicamente de aquellos investigadores serios que tienen una clara y total conciencia **de lo que** investigan y **de cómo y en que orden** la van a exponer posteriormente.

⁴Carlos Marx, loc. cit.



Esta distinción corresponde a la moderna distinción que se ha hecho entre **el orden y estructura de lo real** (natural o histórico-social) y **el orden y la estructura lógicos de la exposición lingüística**, porque normalmente, la estructura y el orden natural de los procesos y acontecimientos reales no coincide con la estructura y el orden lógico del pensamiento y el lenguaje.

Luego Marx, nos dice que también su método es dialéctico y que es distinto y antitético al de Hegel:

"Mi método dialéctico no sólo es fundamentalmente distinto del método de Hegel, sino que es, en todo y por todo, la antítesis de él. Para Hegel, el proceso de pensamiento, al que él convierte incluso, bajo el nombre de idea, en sujeto con vida propia es el demiurgo real, y esto, la simple forma externa en que toma cuerpo. Para mí, lo ideal no es, por el contrario, más que lo material traducido y traspuesto a la cabeza del hombre."⁵

Así es precisamente como han creído también algunos investigadores serios -y obviamente, todos sus epígonos ideológicos- de que el método de Marx es dialéctico, así por citar algunos, por ejm., E. Mandel afirma:

⁵Carlos Marx, loc. cit.



"El propósito de *El Capital* es en sí mismo un recordatorio claro del método del conocimiento que aplicó Marx a su obra principal: el método dialéctico materialista"⁶

Jindrich Zeleny, nos dice todavía algo más específico, que en *El Capital*, junto a la deducción lógico-formal, existe una "derivación" dialéctica (o sea, una inferencia dialéctica) y que ésta además, tiene una función dominante y principal, mientras que la función de la primera es simplemente subordinada y auxiliar:

"Además del método deductivo tradicional Marx, utiliza un método específico de derivación al que se suele llamar dialéctico (materialista dialéctico). Esta derivación dialéctica en el desarrollo de las ideas, tiene en el sistema de Marx, la función dominante, mientras que la deducción tradicional tiene una función subordinada y auxiliar"⁷

E. Ilienkov, nos dice en su *Dialéctica de lo abstracto y lo concreto*:

⁶ Ernest Mandel, *El Capital. Cien años de controversias en torno a las obras de Karl Marx*. México: Siglo Veinte, 1985, p. 15.

⁷ Jindrich Seleny, *La estructura lógica de El Capital de Marx*. Barcelona: Grijalbo, 1974, p. 77.



"Así, podemos resumir: es en el *Capital* de Marx y en el análisis de su estructura donde hace falta buscar el verdadero fundamento concreto del método que se eleva de lo abstracto a lo concreto como único método de desarrollo lógico científicamente concreto y correspondiente a la dialéctica objetiva".⁸

Ahora bien, ¿Es verdad que existe un **método de investigación dialéctico** en Marx distinto de su **método de exposición** tal cual como aparece en *El Capital* y en sus demás obras?. Para verificar si esto es cierto habría que confrontar y comparar el orden que aparecen en sus borradores, apuntes y bosquejos con el orden de exposición que aparecen en *El Capital* y otras obras, aunque E. Ilienkov, dice que:

"Si probamos a reconstruir el método de investigación de Marx, no de acuerdo con *El Capital*, si no examinando las masas de borradores y bosquejos que se han conservado en los archivos, estos sólo servirían para complicar el trabajo"⁹

Louis Althusser, todavía da una opinión aún más pesimista y negativa:

⁸E., Ilienkov, *La dialéctica de lo abstracto y lo concreto en El Capital de Marx*. Moscú: Ediciones Progreso, 1970, p. 28.

⁹E., Ilienkov, Op. cit., p. 33.



"Esta distinción toca de cerca, evidentemente, una de las cuestiones más debatidas de *El Capital*; la de saber si hay identidad entre el orden llamado "lógico" y el orden "histórico" real. La mayoría de los interpretes no logran "salir" verdaderamente de este problema, porque no quieren plantearlo en sus términos adecuados, es decir, en el campo de la problemática requerida para este problema,... para concluir que se trata de un problema imaginario".¹⁰

Pues bien, para concluir sobre este punto, simplemente diremos dos cosas:

1. ¿En definitiva, existe o no existe el "método dialéctico" -como método científico- en las obras de Marx, y en particular, en *El Capital*?
2. ¿En general existe o no existe el llamado "método dialéctico" como método científico? ¿Si existe, en qué consiste su metodología y en que áreas de la ciencia se aplica?.


Trataremos de responder estas interrogantes

¹⁰Louis Althusser y E. Balibar, *Para leer El Capital*. México: Siglo XXI, 1969, p. 52.



brevemente, de la siguiente manera:

1. La dialéctica fue tomada por Marx y también -por Engels exactamente tal como está en Hegel- ni borrón más ni borrón menos. Si alguien duda, que se tome el trabajo de confrontar la *Ciencia de la Lógica y Lógica* ("pequeña lógica) de Hegel, con lo que afirma Marx en *El capital* y lo que dice explícitamente Engels en *El Antidhuring* y *Dialéctica de la Naturaleza*, o los autores soviéticos como Kopnin, Rosenthal, Sprikin, etc., y llegarán a las conclusiones de que las llamadas leyes, principios y categorías de la dialéctica marxista son exactamente las mismas que se hallan en las obras de Hegel. La única diferencia radica en el **modelo de interpretación**, donde Marx le dio una **interpretación materialista** a un aparato conceptual que Hegel había concebido expresamente para darle una **interpretación idealista** y usarla en sus investigaciones metafísicas y ontológicas. En consecuencia, la dialéctica no fue concebida originariamente por su creador como método científico, sino como método filosófico, más aún, como método metafísico. Esta es la razón por la que solamente ha dado como consecuencia un mar de confusiones, vaguedades, y resultados negativos cuando alguien a intentado aplicar a la ciencia. Así, por ejemplo en un coloquio de *Rayomont*, sobre la dialéctica, por el año



sesenta, los participantes no pudieron ponerse de acuerdo sobre nada y tuvieron que cancelar el evento.

2. Los que aún siguen creyendo que la dialéctica es un método válido para todas las ciencias deberían saber que:

a) Según cuenta H. Lefèvre¹¹ en su *Lógica formal y lógica dialéctica*, que el Ejército Soviético tuvo que imponer por la fuerza en 1954 la enseñanza de la *Lógica Formal* en las Universidades Soviéticas, en vista de que las llamadas "dialéctica" y "lógica dialéctica" no les había conducido a nada positivo, sino más bien sólo les había ocasionado atraso.

b) Revisando cualquier obra soviética sobre ciencias naturales y matemáticas, tomando en cuenta los más de 70 años de existencia de la URSS, no se encuentra absolutamente ningún aporte a la dialéctica; más aún, no aparece ni siquiera la palabra dialéctica, a menos que sea en una nota en la contratapa de la obra para evitar la censura del gobierno.

c) Asimismo, los que aún siguen creyendo en la supuesta

¹¹Henry Lefebvre, *Lógica dialéctica y lógica formal*. Buenos Aires: Pléyade, 1972, p. 35.



validez universal de la dialéctica como método científico, que lean *La escolástica soviética* de Tomás J. Blakeley,¹² para convencerse de como semejante dogmatismo hizo tanto daño al desarrollo libre de las ciencias y las ideas en la Unión Soviética.

3) La dialéctica como método científico, es un método sintético, un método hermenéutico, cuyo campo de aplicación en las ciencias sociales se restringe únicamente a la interpretación de la evolución de las sociedades humanas en estado de crisis.

En la ciencias naturales más bien funciona como un método filosófico que permite comprender el desarrollo y evolución de la naturaleza como un todo, tanto al nivel local, así como al nivel cósmico.

Pues bien, ¿Qué dicen otros investigadores acerca del método empleado por Marx en *El Capital* y en otras obras conexas?

Para Isaac Illich Rubin, en *Ensayos sobre la teoría marxista del valor*, sostiene que el método que Marx empleó

¹²Cfr. Tomás Blakeley, *La escolástica soviética*. Madrid: Alianza, 1969.



en *El Capital*, es un método sociológico, pues afirma:

"... fue Marx, quien introdujo el método sociológico en la economía política. Este método trata de las categorías materiales como reflejos de las relaciones de producción entre los hombres. Es en esta naturaleza social de las categorías materiales donde Marx veía sus "conexiones internas".¹³

Para Joan Robinson, el método de Marx más bien consistió en una especie de modelo conceptual pues sostiene:

"Marx había aprendido de Ricardo el truco de construir lo que ahora llamamos un modelo, enunciando sus supuestos y sacando conclusiones. Apoyó su dogma sobre el valor de la fuerza-trabajo con una argumentación de carácter analítico".¹⁴

Para otro importante estudioso del método que Marx empleó en *El capital* como es Paul M Sweezy, afirma que Marx usó el método de la abstracción para:

¹³Isaac Illich Rubin, *Ensayo sobre la teoría marxista del valor*. México: Pasado y Presente, 1974, p. 75.

¹⁴Joan Robinson, *Filosofía económica*. Madrid: Gredos, 1966 p. 44



"... poner de relieve lo esencial y hacer posible su análisis: esa es la tarea específica de la abstracción. Pero, ¿Por donde empezar?, ¿Cómo distinguir lo esencial de lo no esencial?"¹⁵

Finalmente, para terminar con estas citas sobre el método de Marx J. Fetchter sostiene:

"El método que sigue Marx es, en su esencia, el mismo que el de cualquier sabio "burgués". La dialéctica no le sirvió a Marx en el epílogo a la segunda edición de El Capital, más que como un procedimiento de exposición"¹⁶

En lo referente a Fetchter comparto esencialmente su posición, pero creo conveniente, sin embargo, fijar la conclusión sobre el método de Marx en los siguientes términos:

1. La dialéctica, **en general**, aparte de algunas aplicaciones aisladas antes mencionadas, es simplemente un **bluff**, que más bien ha ocasionado mucho daño creando falsas expectativas en mucha gente que creyó erróneamente en sus

¹⁵Paul M. Sweesi, *Teoría del desarrollo capitalista*. México: FCE, 1974, p.22.

¹⁶J. Fetcher, citado por Illienkov en la obra, *La dialéctica de lo abstracto y lo concreto en el Capital* p.29.



presuntas virtudes y ventajas pregonadas fundamentalmente por los escritores de la ideología oficial soviética. Las falsas expectativas en las supuestas virtudes y validez de la dialéctica como método científico nacieron fundamentalmente a partir del anuncio que hizo Engels de la **Lógica Dialéctica** en sus obras *La dialéctica de la naturaleza* y en el *Anti-duhring*, donde presentaba a la lógica dialéctica como una lógica superior y más amplia que la lógica formal. Lo que hizo engels fue simplemente anunciar un nombre de algo que aún no existía ni tampoco existe hasta ahora desde su anuncio, aunque algunas veces también usó ambiguamente **dialéctica** como sinónimo de **lógica dialéctica**. Creer descubrir y establecer una nueva lógica distinta a la lógica formal llamada "lógica dialéctica" es pretender algo imposible debido a la misma naturaleza de la dialéctica y la lógica. Desde Engels, se sostiene que la dialéctica es una disciplina que estudia el movimiento, cambio, y desarrollo en la naturaleza, historia, sociedad y pensamiento. En consecuencia, se trata de una **disciplina fáctica** que estudia la realidad. En cambio, la lógica propiamente dicha, la lógica formal, es una **disciplina analítica y apriorística**, no estudia la realidad. En consecuencia, tampoco existe "derivación" o "inferencia dialéctica" alguna. La inferencia propiamente dicha o es deductiva, probabilística, inductiva o analógica, o no es

inferencia; no existe otra forma de inferencia. Y si por "derivación dialéctica" no se entiende una derivación inferencial, entonces no tiene ningún sentido absolutamente de contraponer la supuesta "lógica dialéctica" a la lógica formal. Lo que es posible es intentar **formalizar** la dialéctica dentro de la lógica de primer orden tal como intentaron Newton da Costa del Brazil,¹⁷ Richard Routley en Australia,¹⁸ Bogdan Sesic en la antigua Yugoslavia,¹⁹ y Athanase Joja, en Rumania, etc.²⁰

2. El método empleado por Marx en *El Capital* consiste esencialmente en un análisis **deductivo, presuposicional y genético**, previa operación de abstracción en cada caso. Un detalle, que al parecer nadie ha notado -ni el mismo Marx- es el uso del **análisis presuposicional**, que es un análisis inverso al deductivo. Por ejemplo, el valor de cambio presupone el valor, de esta manera, el cambio de una mercancía M1 por una mercancía M2 **presupone** (no implica)

¹⁷Newton da Costa, "On the Teory of inconsistent Formal Systems" en: *Notre Dame Journal of Formal Logic*. Vol., XV, No 4, 1974.

¹⁸Richard Routley, "Dialectic Logic, Classical Logic, and the Consistency of the World"

¹⁹Bogdan Sesic, "Foundations of the Logic of Change and Development". En: *International Logic Review*. No 10. Bologne, 1974.

²⁰Athanase Joja, *La dialéctica y las Ciencias*. Caracas: Herrero Hnos., 1979.




que M1 y M2 contienen la misma cantidad de valor-trabajo. En cambio, la afirmación "La mercancía M1 y la mercancía M2 tienen el mismo valor-trabajo" **implica** "M1 y M2 pueden intercambiarse". En un sentido amplio, el análisis presuposicional es aquel que va del consecuente al antecedente, del efecto a la causa, del hecho dado a su condición o hecho condicionante, etc., en este sentido se complementa totalmente con el análisis genético.

II. EL VALOR DE USO.

El propósito fundamental de Marx con respecto al valor, es investigar y explicar cuál es el origen, su evolución y naturaleza del valor de las mercancías. La hipótesis básica de Marx consiste en sostener que el trabajo es el origen y causa del valor y que su naturaleza es social e histórica. El distingue tres tipos de valor: el valor de cambio, el valor de uso y el valor. Esta parte versará sobre el valor de uso.

Una cosa tiene valor de uso si es útil, y una cosa es útil si satisface una necesidad. El valor de uso de una cosa puede provenir directamente de la naturaleza, o sea, únicamente de las propiedades naturales de la cosa -"el



aire, los pastizales naturales, el suelo virgen", por ejemplo, como afirma Marx²¹-, o del trabajo del hombre. Lo que enfatiza Marx, es que ninguna cosa puede tener valor de uso si no es un objeto útil, y su utilidad radica, como ya se ha dicho, en su capacidad para satisfacer alguna necesidad. Así Marx dice enfáticamente que

"Objeto alguno puede ser valor de uso si no es una cosa útil. Así por ejemplo dice: "El traje es un valor de uso que satisface una necesidad especial. Proviene de una particular actividad productiva determinada por su objetivo, por su modo de operar, su objeto, medios y resultado".²²

Pues bien ¿qué más dice Marx acerca del valor de uso?. Pues ninguna otra cosa importante, porque según él, la investigación sobre el valor de uso no corresponde a la economía, pues afirma: "El valor de uso como tal, queda fuera del campo de investigación de la economía política"²³ Es aquí donde se nota un claro contraste y diferencia entre el concepto y definición de lo que es y de lo que estudia la economía política según Marx y los economistas modernos,

²¹Carlos Marx, *El Capital*. Vol I Buenos Aires: Cartago, 1973, p. 60.

²²Carlos Marx, *Loc. cit.*

²³Carlos Marx, *op. cit.* p. 36.



por ejemplo Lionel Robbins, para quien la economía es una ciencia que estudia las "relaciones interdependientes aunque conceptualmente discretas entre hombres y bienes económicos",²⁴ o sea, es una ciencia que estudia la **relación entre hombres y cosas**; en cambio para Marx, la economía es una ciencia que estudia la **relación social de producción entre los hombres**. Por eso, toda la obra de Marx está dedicado únicamente al estudio del valor y valor de cambio, a través de su origen y evolución histórica, a través de sus distintas formas como capital, renta, salario, interés, ganancia, etc., y particularmente en su forma de plusvalía.

III. TRABAJO, VALOR DE CAMBIO Y VALOR

Una técnica metodológica que ha mostrado sus ventajas y virtudes en la construcción de teorías científicas o en exposiciones con pretensiones de claridad y exactitud sobre cualquier tema, consiste en distinguir entre conceptos primitivos y conceptos definidos y dar definiciones de los conceptos más importantes o conceptos claves. En este sentido; en esta exposición, a fin de conseguir mayor

²⁴Lionel Robbins, *Ensayo sobre la Naturaleza y Significación de la Ciencia Económica*. México: FCE, 1980, p. 101.



claridad y exactitud posible explicitaremos los conceptos primitivos más usados en la teoría del valor de Marx y daremos algunas definiciones de los conceptos más importantes exactamente en los sentidos en que los usa Marx.

En síntesis, en esta sección de la exposición de lo que se trata es de explicar:

1. ¿Cómo el trabajo produce mercancías?
2. ¿Cómo estas mercancías son confrontadas y comparadas, luego, con otras mercancías en el cambio (o sea, en el mercado), de donde surge el valor de cambio?
3. ¿Cómo el valor de cambio presupone el valor de uso?
4. ¿Cómo el valor de cambio presupone, además -como condición- al valor?
5. ¿Cómo, a partir de un análisis conceptual surge el concepto de trabajo abstracto?
6. ¿Cuál es la medida que permite el cambio?

Para Marx, el trabajo es la fuente del valor, y a su vez, es consecuencia de ciertas relaciones sociales de producción: relaciones del capitalista con el trabajador, del capitalista industrial con el capitalista financiero,



de los capitalistas entre sí, etc. El trabajo crea valor a través de las (o en) mercancías o en forma de mercancías. Pero no todo trabajo crea mercancías, así como tampoco, no todo producto del trabajo es mercancía. Marx, distingue muchos tipos de trabajo. Algunos de esos trabajos en orden de mayor a menor importancia son el trabajo socialmente necesario, abstracto, social, igualado, concreto, privado, etc.

Para su mayor comprensión y posterior desarrollo presentamos el esquema 1 sobre el trabajo, en la siguiente página, y ofrecemos las siguientes definiciones:

DEFINICIÓN 1. OBJETO ÚTIL.

Un objeto es útil si y sólo si satisface alguna necesidad.

DEFINICIÓN 2. TRABAJO (concreto).

Existe trabajo (concreto) si y sólo si existe:

- 1) Un objeto S
- 2) Un objeto material O (material, físico)
- 3) un conjunto T de actos de S sobre O consistentes en

desgaste de energía fisiológica, muscular, nerviosa, mental, etc., tal que, como consecuencia de los actos de S sobre O se obtiene un objeto O' como producto o resultado.

En símbolos, el trabajo es una función u operación de T sobre O que da como resultado O':

$$f(T, O) = O'$$

Aquí los términos primitivos son: S, O, acto, desgaste fisiológico, mental, etc. Esta definición no es otra cosa que la explicación de lo que dice Marx acerca de actos (T) de trabajo:

"...Por variados que puedan ser los trabajos útiles o las acciones productivas, la verdad fisiológica es que en primer lugar son funciones del organismo humano y que toda función semejante, sean cuales fueren su contenido y su forma, es en esencia un desgaste del cerebro, los nervios, músculos, órganos, sentidos, etc, del hombre."²⁵

Por otra parte Marx habla del producto del trabajo a cada paso, por ejemplo cuando afirma:

²⁵Carlos Marx, Op., Cit., p. 87.



"Ahora bien, si prescindimos del valor del uso de las mercancías éstas sólo conservan una cualidad: la de ser productos del trabajo."²⁶



²⁶Carlos Marx, Op. cit., p. 2.

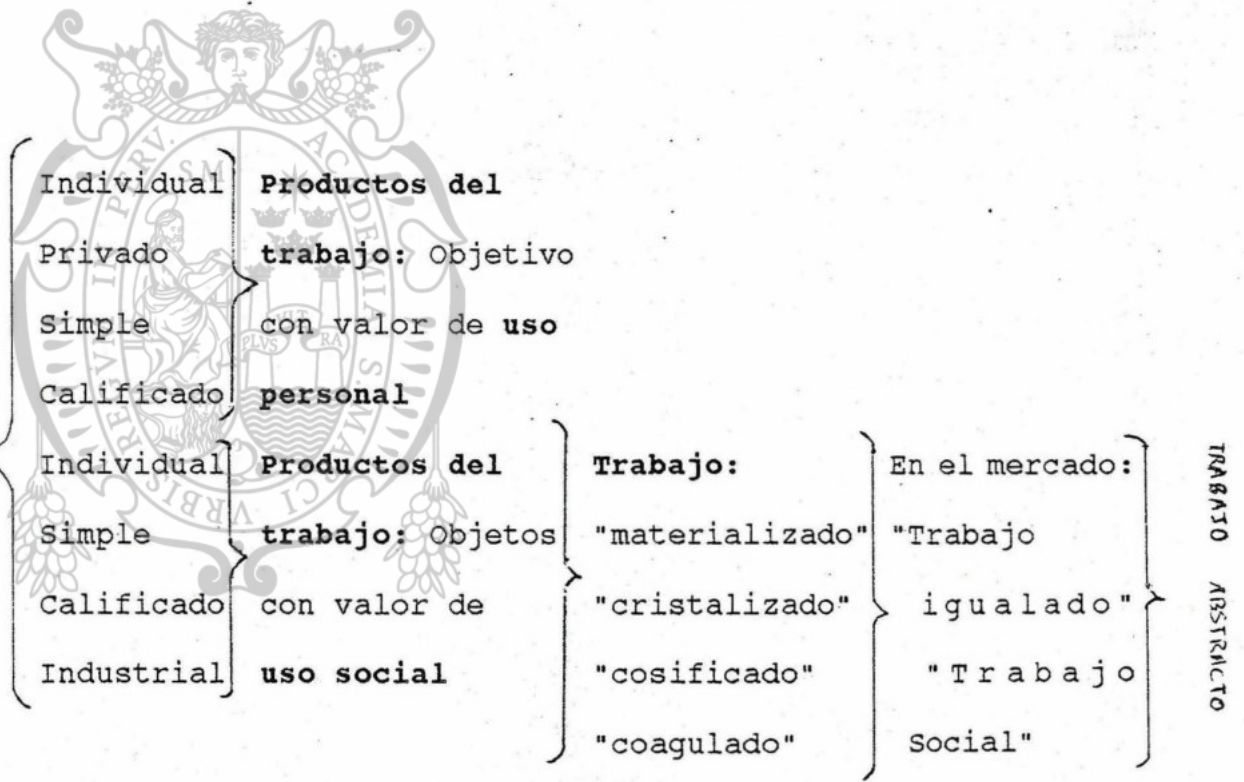


TRABAJO INÚTIL

Cuadro No 1

TRABAJO
CONCRETO

TRABAJO ÚTIL





DEFINICIÓN 3. OBJETO CON VALOR DE USO.

Un objeto tiene valor de uso si y sólo si es un objeto útil, ya provenga de la naturaleza o del trabajo del hombre.

Esta definición se sigue claramente a partir de los siguientes pasajes:

"Una cosa puede ser valor de uso sin ser valor. Para ello basta con que resulte útil al hombre sin provenir de su trabajo, tales como son el aire, los pastizales naturales, el suelo virgen, etc. Una cosa puede ser útil y ser producto del trabajo humano, sin ser mercancía.²⁷

Y seguidamente dos citas más pequeñas en el mismo sentido que ilustra lo que voy afirmando: "Objeto alguno puede ser valor de uso si no es una cosa útil"²⁸ y "La utilidad de una cosa hace de ella un valor de uso"²⁹

DEFINICIÓN 4. TRABAJO ÚTIL.

El trabajo es útil si y sólo si, si produce objetos

²⁷Carlos Marx, op., Cit., p. 60.

²⁸Loc., Cit.

²⁹Carlos Marx Op., Cit., p. 56.



con valor de uso.

Esto es lo que dice claramente Marx cuando afirma:

"Al trabajo que se manifiesta en la utilidad o el valor de uso de su producto lo llamo sencillamente trabajo útil."³⁰ Y, a la inversa, el trabajo es inútil si produce objetos sin valor de uso, o simplemente, sin valor, como dice Marx: "Objeto alguno puede ser valor de uso si no es una cosa útil. Si es inútil, el trabajo que encierra se ha invertido inutilmente, y por tanto, no crea valor."³¹

DEFINICIÓN 5. OBJETO CON VALOR DE USO SOCIAL.

Un objeto tiene valor de uso social si y sólo si es un objeto útil para todos o una parte de la sociedad.

DEFINICIÓN 6. OBJETO CON VALOR DE USO PERSONAL.

Un objeto tiene valor de uso personal si y sólo si es

³⁰Carlos Marx, Op., Cit., p. 60.

³¹Loc. cit.



un objeto útil sólo para la persona que lo produce o lo posee.

Estas dos definiciones se siguen claramente del siguiente pasaje:

"Quien por medio de su trabajo satisface sus propias necesidades, sólo crea un valor de uso personal. Para producir mercancías no sólo debe producir valores de uso, sino además, valores de uso para otros, valores de uso sociales."³²

DEFINICIÓN 7. MERCANCÍA.

una cosa m es una mercancía si y sólo si satisface las siguientes condiciones:

m es trabajo de un producto útil, y m tiene valor de uso social.

Esta definición se sigue de las definiciones anteriores y además se apoya en los siguiente pasajes:

"la utilidad de una cosa hace ella un valor de uso... Determinada por las propiedades del cuerpo de la mercancía,

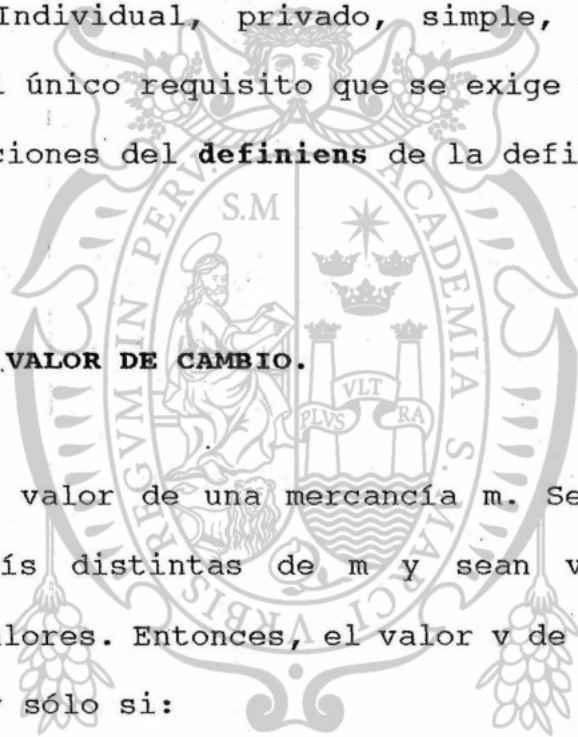
³²Loc. cit.



no existe sin él."³³

"Para producir mercancías, no basta producir valores de uso sino que es necesario producir valores de uso para otros. valores de uso sociales"³⁴

Desde el punto de vista del cuadro No 1, las mercancías pueden ser producidas por distintas modalidades de trabajo: Individual, privado, simple, calificado e industrial; el único requisito que se exige es que cumpla con las condiciones del **definiens** de la definición 7.



DEFINICIÓN 8. VALOR DE CAMBIO.

Sea v el valor de una mercancía m . Sean m_1, \dots, m_n otras mercancías distintas de m y sean v_1, \dots, v_n sus respectivos valores. Entonces, el valor v de m es un valor de cambio si y sólo si:

- 1) v es comparado con cada uno de los v_i ,

³³Carlos Marx, Op., Cit., p. 56.

³⁴Carlos Marx, op., Cit., p. 18.



2) v es igual a un, a algunos, o a todos los v_i , y

3) m se puede cambiar por m_i , o por cualesquiera de algunos v_i , o por cualquier v_i .

¿Cómo aparece este valor de cambio de la mercancía?.

Marx nos dice:

"El valor de cambio aparece primero como la relación cuantitativa, como la proporción en que los valores de uso de distintos tipos se intercambian."³⁵

¿Y cuándo aparece el valor de cambio de las mercancías?. Según Marx, el valor de cambio de las mercancías aparece, existe y se realiza únicamente en el intercambio, o sea, en el mercado, fuera de esa situación no existe: "Resulta evidente que esa realidad social puede manifestarse nada más que en las transacciones sociales, en las relaciones de las mercancías entre sí."³⁶

Lo que a Marx le interesa no es el aspecto externo del valor de cambio de las mercancías que en gran parte refleja sólo eso la definición 7, sino lo que a él le interesa esencialmente es demostrar que el valor de cambio es una

³⁵Carlos Marx, Op., Cit., p. 56.

³⁶Carlos Marx, Op., Cit., p. 66.



categoría social, que no es una propiedad natural, que detrás de las relaciones de intercambio entre otras cosas se ocultan relaciones sociales entre los hombres, como claramente se puede constatar en las siguientes citas: "Hasta ahora químico alguno descubrió valor de cambio en una perla o diamante."³⁷

y seguidamente:

"Dado que la forma relativa expresa el valor de una mercancía, por ejemplo, de la tela, como algo en todo sentido distinto de su cuerpo mismo y de sus propiedades, como algo que se parece a un traje, por ejemplo, deja entender que bajo esa expresión se oculta una relación social."³⁸

Isaac Illch Rubin es aún más enfático y expresivo al respecto:

"Si el producto del trabajo sólo adquiere valor en determinada forma social de organización del trabajo, entonces el valor no representa una propiedad del producto del trabajo, sino una determinada forma social"³⁹

O también "función social" que el producto del trabajo desempeña como vínculo entre productores de mercancías

³⁷Carlos Marx, Op., Cit., p. 96.

³⁸Carlos Marx, Op., Cit., p. 77.

³⁹I. Rubin, Op., Cit., p. 121.



disociados, como "intermediario" o "portador" de relaciones de producción entre personas. Y prosigue I. Rubin:

"Cuando decimos: "una mesa redonda de roble, pintada cuesta 25 rublos, o tiene el valor de 25 rublos", puede mostrarse que esta oración brinda información sobre cuatro propiedades de la mesa. Pero si pensamos en ella, nos convencemos de que las primeras tres propiedades de la mesa son radicalmente distintas de la cuarta", y continúa: "Estas palabras muestran que la mesa es una mercancía, que ha sido producida para el mercado, que su productor se relaciona con otros miembros de la sociedad mediante relaciones de producción entre propietarios de mercancías, que la economía tiene determinada forma social, o sea, la forma de una economía mercantil."⁴⁰

¿Porqué entonces, las relaciones de intercambio de mercancías aparece sólo como una simple relación entre cosas, y no como una relación social entre hombres? El mismo autor nos dice:

"Las relaciones de trabajo entre productores de mercancías o el trabajo social se "materializan" y "cristalizan" en el valor del producto del trabajo."⁴¹

Los productos del trabajo con valores de uso sociales

⁴⁰I. Rubin, Op., Cit., p. 122.

⁴¹Loc. cit.



diferentes, provenientes de distintos productores privados independientes, en el mercado pierden todas esas diferencias y características específicas propias al ser **igualados**. Y al ser igualados los distintos productos del trabajo, también son igualados sus respectivos trabajos que los produjeron, y así, el **trabajo privado** se convierte en **trabajo social**, como dice I. I. Rubin:

"El trabajo de todo productor de mercancías se hace social porque su producto es igualado con los productos de todos los otros productores. Así el trabajo del individuo en cuestión es igualado al trabajo de otros miembros de la sociedad y otras formas de trabajo".⁴²

La igualación del trabajo se lleva a cabo sólo" mediante la igualación de los productos del trabajo".⁴³

"Marx no analiza todo intercambio de cosas, sino sólo la igualación de mercancías a través del cual se realiza la igualación social del trabajo en una economía mercantil. Analizamos el valor de las mercancías como una manifestación de la "igualdad social del trabajo."⁴⁴

Y Marx nos dice con respecto a la igualdad del trabajo

⁴²I. Rubin, op. cit. p. 149.

⁴³I. Rubin, op. cit. P. 177.

⁴⁴I. Rubin, op. cit. 154.



a partir de la igualdad de sus productos: "Al considerar iguales en el intercambio sus productos diferentes, establecen que sus distintos trabajos son iguales."⁴⁵ Todo esto podemos sintetizar en las siguientes definiciones:

DEFINICIÓN 9. TRABAJO IGUALADO.

Sea T un trabajo y m un producto de T . Sean T_1, \dots, T_n otras formas de producto y trabajo, y m_1, \dots, m_n sus respectivos productos. Entonces T es un trabajo socialmente igualado con todos los demás trabajos T_1, \dots, T_n si y sólo si m es igualado (en valor) con todos los demás productos del trabajo m_1, \dots, m_n .




DEFINICIÓN 10. TRABAJO SOCIAL.

Si un trabajo es un trabajo socialmente igualado es un trabajo social.

DEFINICIÓN 11, IGUALDAD DE TRABAJOS.

sean T_i y T_j dos trabajos distintos cualesquiera y m_i

⁴⁵Carlos Marx, Op., Cit., p. 88.



y m_j sus respectivos productos, entonces si $m_i = m_j$ (o sea, tienen valores iguales) entonces $T_i = T_j$.

De aquí surgen dos interrogantes fundamentales:

- 1.- ¿En qué son sociales T_i y T_j ? O sea ¿En qué son iguales dos trabajos distintos cualesquiera como T_i y T_j ?
- 2.- ¿Cuándo son iguales m_i y m_j ?, es decir, ¿cuándo son iguales dos mercancías distintas cualesquiera m_i y m_j ?

Marx responde estas preguntas recurriendo a tres conceptos centrales de su teoría del valor: "trabajo abstracto", "valor" "trabajo socialmente necesario".

Marx llega al concepto de trabajo abstracto de dos maneras; vía igualación de trabajos socialmente y vía una derivación analítica puramente conceptual. La primera forma está implícita o sugerida en las tres citas que respaldan a las tres últimas definiciones, como asimismo Marx afirma:

"Para encontrar la igualdad de **toto coelo** (por completo) entre sí tiene que ser una abstracción de su igualdad real, mediante la reducción a su carácter común de inversión de fuerza humana, de trabajo humano en general (trabajo abstracto) y sólo el intercambio provoca esa reducción al enfrentar entre sí, en pie de igualdad, los productos de los trabajos más diversos".⁴⁶

⁴⁶Carlos Marx, op. cit. p. 88.



Lo cual es explicitado de una manera más directa y precisa por I. I. Rubin:

"Para que el trabajo socialmente igualado adopte la forma específica de trabajo abstracto, característica de la economía mercantil, son necesarias dos condiciones como mostró Marx. Es necesario que:

1) La igualdad de diferentes tipos de trabajos y de individuos expresa el carácter social específico del trabajo privado realizado independientemente, es decir, que el trabajo se convierte en el trabajo social sólo como trabajo igual.

2) Que esta igualación del trabajo se realice en una forma material, o sea, "asume en el producto la forma de valor".

En ausencia de estas condiciones, el trabajo es fisiológicamente homogéneo. También puede ser socialmente igualado, pero no es trabajo abstracto universal"⁴⁷

Es decir, asumiendo las definiciones anteriores Def. 8. y Def. 11. como premisas, podemos dar la siguiente definición:

⁴⁷I. I. Rubin, Op., cit., p. 193.



DEFINICIÓN 12. TRABAJO ABSTRACTO.

Si T es un trabajo cualquiera socialmente igualado a trabajos distintos cualesquiera T_1, \dots, T_n , entonces, T es un trabajo abstracto.

Entonces, ahora podemos responder la primera pregunta fundamental antes planteada: ¿En qué son iguales dos trabajos distintos T_i y T_j cualesquiera?: en ser trabajos humanos abstractos.

pero la vía más conocida y famosa de Marx es establecer el concepto de trabajo abstracto, que al mismo tiempo constituye una de las tres formas de establecer el concepto de valor mediante su método de abstracción cuando dice:

"Ahora bien, si prescindimos del valor de uso de las mercancías, estas sólo conservan su cualidad: la de ser productos del trabajo. Pero no productos de un trabajo real y concreto. Al prescindir de su valor de uso, prescindimos también de los elementos materiales y de las formas que las convierten en tal valor de uso. Dejarán de ser una mesa, una madeja de hilo o un objeto útil cualquiera. Todas sus propiedades materiales se habrán evaporado. Dejarán de ser también



productos del trabajo del ebanista, del carpintero, del tejedor o de otro trabajo productivo concreto cualquiera. Con el carácter útil de los productos del trabajo, desaparecerá el carácter útil de los trabajos que representan y desaparecerán también, por tanto, las diversas formas concretas de estos trabajos, que dejarán de distinguirse unos de otros para reducirse al mismo trabajo humano, al trabajo humano abstracto."⁴⁸

Hasta aquí, Marx nos indica claramente cómo se llega al trabajo abstracto a través de una serie de abstracciones y a partir de las mercancías. Pero él prosigue.

"¿Cuál es el residuo de los productos así considerados?. Es la misma materialidad espectral, un simple coágulo de trabajo humano indistinto, es decir, de empleo de fuerza humana de trabajo, sin atender para nada a la forma en que esta fuerza se emplee. Estos objetos sólo nos dicen que en su producción se ha invertido fuerza humana de trabajo, se ha acumulado trabajo humano. Pues bien, considerados como cristalización de esta sustancia social común a todos ellos, estos objetos son valores, valores-mercancías".⁴⁹

⁴⁸Carlos Marx, *El Capital*. Vol. I. México: FCE, p. 6.

⁴⁹Carlos Marx, *Op.*, Cit., P. 5.



O sea, en esta segunda parte, Marx nos dice que:

$$\text{trabajo abstracto} = \text{valor} \quad (1)$$

O trabajo abstracto igual a valor-mercancía, porque dice; "son valores, valores-mercancía" ¿A qué se refiere?. ¿Qué son valores o valores-mercancía?: el residuo final que queda de las mercancías después de ser sometido a un proceso de abstracción. Si (1) no es verdad, entonces, dicho proceso de abstracción tendrá dos residuos distintos: trabajo abstracto por un lado, y valor por otro.

Todo lo anterior, referente a la abstracción del trabajo abstracto y valor se podría reducir a la siguiente definición, en forma de una derivación:

DEFINICIÓN TRABAJO ABSTRACTO (y/o valor)

Sean m_1, \dots, m_n mercancías cualesquiera, sean u_1, \dots, u_n sus valores de uso respectivos, p_1, \dots, p_n sean sus respectivas propiedades materiales y sean t_1, \dots, t_n respectivamente las formas específicas de trabajo que las produjeron. Si a m_1, \dots, m_n les quitamos (o sea si



abstraemos):

1. sus valores de uso $u_1, \dots, u_n,$
2. todas sus propiedades materiales $P_1, \dots, P_n,$
3. todas las formas concretas y específicas de trabajos que las produjeron $t_1, \dots, t_n,$

Entonces de m_1, \dots, m_n queda únicamente una propiedad común a todas las mercancías, la de ser:

- 1ro trabajo humano abstracto,
- 2do valor o valor-mercancía.

Pero como se preguntó I.I. Rubin:

"¿Porqué Marx, no limitó su análisis al valor de cambio del producto y particularmente a las proporciones cuantitativas del cambio de un producto por otro?. ¿Porqué consideró necesario construir el concepto de valor paralelamente al concepto de valor de cambio y como diferente a él?." ⁵⁰

Precisamente ya en la época de Marx habían economistas que pensaban que bastaba el valor de cambio para explicar

⁵⁰I. I. Rubin, Op., Cit., p. 159.



y comprender el valor de las mercancías, entre ellos, por ejemplo Samuel Bailey. Pero Marx -como dice I. I. Rubin-,

"Con el fin de refutar a Bailey, consideró necesario desarrollar la concepción según la cual, el valor de cambio no puede ser comprendido si no es reducido a algún factor común, o sea, al valor".⁵¹

Y esto es justamente, lo que hace Marx en su famosa derivación analítica puramente conceptual del valor a partir de la relación de cambio de dos mercancías:

"Tomemos ahora dos mercancías, digamos trigo y hierro. Sea cual fuere su relación de cambio, siempre se le puede representar por una ecuación en la cual determinada cantidad de trigo se considera igual a una determinada cantidad de hierro, por ejemplo: 1 quarter de trigo = a kilogramos de hierro. ¿Qué significa esta ecuación?. Que en dos objetos distintos, en 1 quarter de trigo y en a kilogramos de hierro hay algo común de magnitud igual. Ambas cosas son, por lo tanto, iguales a una tercera, que por sí misma no es la una ni la otra. Cada una de ellas debe por consiguiente, en cuanto valor de cambio, poder reducirse a este término".⁵²

Y este pasaje es concordante con otro donde Marx nos

⁵¹I. I. Rubin, op., cit., P. 160-1.

⁵²Carlos Marx, op. cit., p. 57.



dice cómo en el cambio dos mercancías distintas con respecto a su valor de uso son iguales con respecto a su valor:

"Como valor de uso la tela es un objeto sensiblemente diferente del traje; como valor es una cosa igual a éste, y tiene su aspecto, como lo prueba con claridad la equivalencia de la tela con el traje".⁵³

Esta segunda manera de establecer el valor, podemos definirla como sigue:

DEFINICIÓN 14. VALOR.

Sean m_i y m_j dos mercancías distintas cualesquiera con distintos valores de uso. Si podemos intercambiar m_i por m_j entonces $m_i = m_j$. Si m_i y m_j son dos mercancías distintas, entonces es porque hay algo en común entre ellas, respecto al cual son iguales; ese algo en común, es el valor.

Marx también tiene una tercera concepción de lo que es el valor: **como relación social de producción entre personas**. Esto no lo dice explícitamente, pero se infiere

⁵³Carlos Marx, *El Capital*. México: FCE, p. 57.



a partir de lo que expone acerca del capital y del **valor total**:

"Pero el capital no es una cosa material, sino una determinada relación social de producción que corresponde a una determinada formación histórica de la sociedad que toma cuerpo en una cosa material y le infunde un carácter social específico".⁵⁴

Y seguidamente:

"El capital es una relación social de producción. Es una relación de producción histórica".⁵⁵

$$\text{VALOR TOTAL} = C + V + P$$

En consecuencia, como el capital es valor, y como la plusvalía P también normalmente se revierte al capital, entonces el valor también es una relación social de producción entre personas.

Esta posición queda reforzada por el mismo Marx, cuando afirma que "el valor de las mercancías tienen un

⁵⁴Carlos Marx, Op., Cit., (vol. III) p.754.

⁵⁵Cita tomada de *Theorien Uber den Mehrwert*. III. p. 325, por I. I. Rubin, en: Op., Cit., p. 84.



valor puramente social":

"Se puede, pues, dar vueltas y más vueltas, tanto como se quiera, a una mercancía aislada, como objeto de valor siempre es inhaprensible. Pero si se recuerda que los valores de las mercancías tienen una realidad puramente social, que sólo adquieren en la medida en que son expresiones de la misma unidad social, el trabajo humano"⁵⁶

Ahora ya podemos responder a la segunda interrogante fundamental que nos habíamos planteado anteriormente: ¿Cuándo son iguales dos mercancías distintas cualesquiera m_i y m_j ? Para Marx, esta interrogante tiene dos respuestas:

a) Dos mercancías distintas cualesquiera m_i y m_j son iguales cuando contienen la misma cantidad de trabajo.

b) Dos mercancías cualesquiera distintas m_i y m_j son iguales cuando hay algo común a m_i y m_j , respecto al cual ambas son iguales, y ese algo común es el valor.

Pues bien, falta precisar qué se entiende por "la misma cantidad de trabajo". Obviamente esta expresión se refiere a la medida de la duración del trabajo en el

⁵⁶Carlos Marx, *El Capital*. BBAA: Cartago, p. 66.



tiempo, como dice Marx.

"¿Cómo medir, entonces la magnitud de su valor?. Por la cantidad de "sustancia creadora del valor" que contiene, por el trabajo. La propia cantidad de trabajo tiene como medida su duración en el tiempo y el tiempo de trabajo posee a su vez su medida en partes del tiempo tales como la hora, el día, etc."⁵⁷

Pero no se trata de tomar el reloj y hacer el cómputo de la duración física del trabajo, así de una manera simple y directa, sino se trata de medir el tiempo de duración del trabajo socialmente determinado al cual Marx denomina "trabajo socialmente necesario", como efectivamente precisa:

"¿Pero qué es el valor?. La forma objetiva del trabajo socialmente invertido en la producción de una mercancía. ¿Y cómo se mide la magnitud del valor de una mercancía? Por la cantidad de trabajo que contiene. ¿Cómo determinar entonces, por ejemplo, el valor de una jornada de trabajo de doce horas?. Por las doce horas de trabajo contenidas en la jornada de doce, lo cual es una burda tautología".⁵⁸

y, ¿a qué llama "trabajo totalmente necesario" Marx?

⁵⁷Carlos Marx, Op., cit., p. 58.

⁵⁸Carlos Marx, Op., Cit. p. 511.



Marx denomina así al promedio de tiempo que emplean los trabajadores de distintos centros de producción para producir la unidad de una clase de mercancía en condiciones sociales normales. Es esto lo que Marx da a entender cuando dice:

"Cada fuerza de trabajo individual es igual a cualquier otra, en la medida en que posee el carácter de una fuerza social promedio y funciona como tal, es decir, que en la producción de una mercancía sólo se emplea el tiempo de trabajo socialmente necesario"⁵⁹

Y, ¿cuál es ese "tiempo de trabajo socialmente necesario"? Marx nos afirma:

"El tiempo socialmente necesario para la producción de las mercancías es el que exige todo trabajo ejecutado con el grado promedio de la habilidad, el grado medio de intensidad en condiciones normales respecto del medio social dado".⁶⁰

Y, en consecuencia: "...Lo que determina la magnitud del valor de un objeto no es más que la cantidad de trabajo

⁵⁹Carlos Marx, Op., Cit., p. 58

⁶⁰loc, cit.



socialmente necesario. O sea, el tiempo de trabajo socialmente necesario para su producción."⁶¹

Para mayor precisión y análisis de sus consecuencias, este concepto puede ser definido como sigue:

DEFINICIÓN 15. TIEMPO DE TRABAJO SOCIALMENTE NECESARIO

Sea M una clase específica de mercancías y sea m_i una unidad de M. Sean h_1, \dots, h_n las habilidades con que los trabajadores producen m_i en las fábricas F_1, \dots, F_n , respectivamente. Sean i_1, \dots, i_n las intensidades con que los trabajadores producen m_i en dichas fábricas respectivamente. Sean t_1, \dots, t_n los tiempos que los trabajadores emplean para producir m_i en las fábricas F_1, \dots, F_n empleando las habilidades h_1, \dots, h_n e intensidades i_1, \dots, i_n , respectivamente. Entonces, el tiempo de trabajo socialmente necesario para producir m_i para un mercado S en condiciones sociales normales es:

$$\sum_{i=1}^n t_i = \theta$$

⁶¹Carlos Marx, *El Capital*. Vol I. México: FCE, p. 7.



Es decir, si para cada mercancía m_i de una clase M pudiéramos conocer su θ , entonces podríamos conocer exactamente el valor de m_i , y así, resultaría que m_i vale θ , 2θ , 3θ , etc.

Pero, ¿realmente se puede determinar θ para la producción de alguna m_i específica?. O sea, ¿es posible determinar técnicamente "la cantidad de tiempo de trabajo socialmente necesario" para la producción de una unidad m_i de mercancías de una clase dada para algún período de la sociedad?. ¿Algún economista lo ha hecho alguna vez?, ¿o es algo que no corresponde a la realidad económica tal como es, sino sólo al **deber ser**, algo no realizado?.

Por otra parte, según Marx, θ no tiene un valor constante, sino variable; consecuentemente el valor de las mercancías es variable. La cantidad de tiempo de trabajo socialmente necesario para la producción de mercancías depende de la productividad del trabajo, varía en relación inversa a la variación de ésta, y ésta varía en función de la variación de una serie de factores como dice Marx:

"Es evidente que la cantidad de valor de una mercancía se mantendría constante si lo mismo ocurriese con el tiempo



necesario para su producción. Pero este último varía con cada modificación de la fuerza productiva del trabajo, que por su parte, depende de distintas circunstancias, entre otros:

- (1) De la habilidad media de los trabajadores,
- (2) del desarrollo de la ciencia,
- (3) del grado de aplicación tecnológica de la ciencia,
- (4) de las combinaciones sociales de la producción,
- (5) de la amplitud y eficacia de los medios de producción,
- (6) de las condiciones puramente naturales."⁶² *

"En general cuanto mayor es la fuerza productiva del trabajo, más breve es el tiempo necesario para la producción de un artículo, menor la masa de trabajo cristalizado en él y más reducido su valor. A la inversa, cuanto más pequeña es la fuerza productiva del trabajo, mayor es el tiempo necesario para la producción de un artículo y mayor su valor. El valor de una mercancía varía, entonces, en proporción directa de la cantidad y en proporción inversa de la fuerza productiva del trabajo que se realiza en ella."⁶³

Ahora ya podemos decir, cuando dos mercancías tienen

⁶²Carlos Marx, *El Capital*. Vol. BBAA: Cartago, p. 59.

*Este ordenamiento es arbitrario y está relacionado a mi investigación.

⁶³loc. cit.



el mismo valor, o cuando dos mercancías se pueden intercambiar la una por la otra:

DEFINICIÓN 16. IGUALDAD DE MERCANCÍAS.

Dos mercancías distintas cualesquiera m_i y m_j son iguales si y sólo si la cantidad de tiempo de trabajo socialmente necesario invertido para producir m_i es igual a la cantidad de tiempo de trabajo socialmente necesario invertido para producir m_j .

En consecuencia:

Dos mercancías m_i y m_j se intercambian la una por la otra indistintamente si y sólo si $m_i = m_j$.

Así Marx sostiene:

"Las mercancías que contienen iguales cantidades de trabajo o que se puede producir en el mismo tiempo, tienen por consiguiente, el mismo valor."⁶⁴

⁶⁴loc. cit.



Así, como también Paul M. Sweezy, para mayor precisión afirma en uno de sus textos:

"... Marx supone que existe una correspondencia exacta entre las proporciones del cambio y las proporciones del tiempo de trabajo, o sea, en otras palabras, que las mercancías cuya producción requieren un tiempo igual se cambian sobre las bases de uno por uno."⁶⁵

A modo de resumen, hasta este momento sabemos que:

1. El valor de uso proviene del trabajo útil o de la naturaleza.
2. El valor de cambio proviene del trabajo útil que produce objetos con valor de uso social.
3. El valor de una mercancía se mide por la cantidad de tiempo socialmente necesario para su producción.

Y, ¿de dónde proviene el valor de las mercancías, qué es lo que lo produce?. Para Marx el creador del valor es el trabajo abstracto. A esta conclusión llega deductivamente

⁶⁵Paul M., Sweezy, Op., Cit., p. 53.



a partir de los siguientes pasajes:

"¿Cómo se mide el valor?. Por la cantidad de la sustancia creadora del valor, es decir, del trabajo que encierra"⁶⁶

¿Pero qué es la sustancia o contenido -como también a veces dice Marx- del valor?. Es el trabajo abstracto, al que también a veces denomina "trabajo igual", "trabajo indistinto", "trabajo humano en general", etc.

"Pero el trabajo que forma la sustancia del valor de las mercancías es trabajo igual o indistinto, una inversión de la misma fuerza".⁶⁷

"Ellas (las mercancías) se relacionan con el trabajo humano **abstracto** como **sustancia** social general".⁶⁸

"Todo trabajo es, de una parte, gasto de la fuerza humana de trabajo en el sentido fisiológico y, como tal, como trabajo humano igual o trabajo humano abstracto forma

⁶⁶Carlos Marx, *El Capital*. Vol I. México: FCE, p. 6.

⁶⁷Carlos Marx, *El Capital*. Vol. I. BBAA; Cartago, P. 58.

⁶⁸Carlos Marx, *El Capital*, Vol. I. México: FCE, P. 28.



el valor de la mercancía".⁶⁹

I.I. Rubín y Ernest Mandel, respectivamente, dan una opinión análoga: "...el trabajo abstracto no sólo es el creador del valor, sino también es sustancia y contenido del valor".⁷⁰

"Desde un punto de vista cualitativo, el valor de la mercancía está determinado por el trabajo humano abstracto".⁷¹

Sin embargo, Marx también afirma lo siguiente:

"La fuerza de trabajo del hombre en estado fluido o el trabajo humano, crea, en efecto, el valor, pero no es el valor. Sólo se convierte en tal estado coagulado, en forma de objeto".⁷²

Aquí, Marx nos está diciendo que el trabajo "fluido", el trabajo vivo, real y concreto que ejecuta el hombre de

⁶⁹Carlos Marx, op. cit. P. 13.

⁷⁰I.I. Rubin, Op. cit. P.170.

⁷¹I. I. Rubin, op. cit. P. 36.

⁷²Carlos Marx, Op. Cit., P.18.



carne y hueso, crea el valor, y no está hablando ni del valor de uso ni del valor de cambio, sino del valor. ¿Total, que pasó con Marx? Daremos algún comentario en la tercera parte de este trabajo.

La pregunta anterior que acabamos de contestar también tiene otro sentido -obviamente, íntimamente ligado al anterior- y este sentido es el más importante para los fines que persigue Marx en *El Capital* y otras obras conexas, respecto al cual, el primero simplemente sirve de fundamento o premisa, pregunta que, para mayor claridad y precisión debemos reformularla, descomponiéndola en tres subpreguntas:

1. ¿Qué tipo de trabajos crean valores?
2. ¿Cómo y cuándo se produce el incremento de valores?
3. ¿Quién produce el incremento progresivo y permanente de valores -y consecuentemente, el incremento de la riqueza material- en el modo de producción capitalista?

PRIMERO.- Para Marx, el único trabajo que crea valores es el trabajo útil que produce objetos -cosas materiales- con



valor de uso social.

SEGUNDO.- El incremento de valores se produce únicamente cuando el trabajador después de producir mercancías por un valor equivalente al valor de su fuerza de trabajo (salario) produce gratuitamente otra cantidad extra de mercancías para el capitalista, y de esta manera, de acuerdo con la fórmula de generación de capital, D-M-D' o mejor, D-M-D+a, a través de una operación continua y sucesiva de producción, el capitalista obtendrá un incremento $a_1 + a_2 + \dots + a_n \dots$, indefinidamente, partiendo de una inversión inicial $M_{c_0} + v$, donde v (salario) normalmente se mantendrá constante o más bien disminuirá de valor, revirtiéndose continuamente parte de cada incremento al capital constante C , y de esa manera, obteniéndose una cantidad cada vez mayor de capital, C_1, C_2, \dots , donde $C_0 < C_1, C_2 < \dots$, y todo eso sólo a expensas del trabajo excedente, "trabajo no remunerado" o plus-trabajo, a cuyo valor Marx denomina **plusvalía**. Para Marx, absolutamente ninguna otra forma de trabajo o actividad produce valor y mucho menos, incremento alguno de valor; la única actividad que produce valor es el trabajo útil que produce bienes materiales con valores de uso social. En consecuencia, para Marx no producen ningún valor absolutamente ni el comercio, ni el capital, ni el interés, etc. Esto es lo que podemos



entender cuando Marx sostiene en las siguientes citas:

"Por muchas vueltas que le demos, el resultado será siempre el mismo. Si se cambian equivalentes, no se produce plusvalía, ni se produce tampoco aunque se cambien valores no equivalentes".⁷³

"Déseles todas las vueltas que se quiera, las cosas siguen en el mismo punto. ¿Se intercambian equivalentes?. Pues no se produce plusvalía. Tampoco se produce si se intercambian no equivalentes. La circulación o el intercambio de mercancías no crea valor".⁷⁴

"El poseedor de mercancías puede, con su trabajo, crear valores, pero no valores que engendren nuevos valores. Puede aumentar el valor de una mercancía, añadiendo al valor existente nuevo valor mediante un nuevo trabajo, v.gr. convirtiendo cuero en botas".⁷⁵

"D-M-D' es pues, en suma, la fórmula genérica del capital, tal como se nos presenta directamente en la órbita

⁷³Carlos Marx, *El Capital*, Vol. I. BBAA: Cartago, P.118.

⁷⁴Carlos Marx, po. cit. P. 171.

⁷⁵Carlos Marx, op. cit. 125.



de la circulación".⁷⁶

"Antes hubimos de estudiar cómo brota la plusvalía del capital; ahora investiguemos cómo nace el capital de la plusvalía. Inversión de la plusvalía se llama acumulación del capital".⁷⁷

"Por tanto, la transformación en capital **se desarrolla en la más completa armonía con las leyes económicas de la producción de mercancías** y con los títulos de propiedad derivados de ella. No obstante esta operación da por resultado:

1. Que el producto pertenezca al capitalista, y no al obrero,
2. Que el valor de este producto encierre, además del valor del capital desembolsado, una plusvalía, **plusvalía que al obrero le ha costado trabajo y al capitalista no le ha costado nada** que, sin embargo, es legítima propiedad del segundo.
3. Que el obrero alimente y mantenga en pie su fuerza de trabajo, pudiendo volver a venderla, si encuentra

⁷⁶Carlos Marx, Op. Cit., P.111.

⁷⁷Carlos Marx, *El Capital*. Vo; . I. México: FCE, P. 488.

comprador".⁷⁸

En consecuencia, el único valor que produce otro valor, y más aún, un valor superior a su propio valor es el valor de fuerza de trabajo, como dice Ernest Mandel:

"Existe una mercancía, a saber la fuerza de trabajo, cuyo valor de uso para el capitalista consiste en su capacidad para producir un nuevo valor mayor que su propio valor de cambio".⁷⁹

Para Marx, el único agente que produce valor en el modo de producción capitalista es el trabajador a través del plus-trabajo, del trabajo excedente no remunerado. El empresario utiliza la fuerza del trabajador para producir mercancías por más valor del que le cuesta pagar al trabajador. Sin embargo, según Marx, el empresario no le está robando, tampoco le está estafando al trabajador, porque simplemente está cambiando una mercancía (fuerza de trabajo) por otra (mercancías para la manutención y reproducción del trabajador) del mismo valor, ya que según Marx: toda mercancía se cambia por otra exactamente del mismo valor. Inclusive, cabe hacer el siguiente

⁷⁸Carlos Marx, op. cit. P. 493.

⁷⁹Ernest Mandel, Op. Cit., P. 31.



razonamiento a modo de énfasis:

Todas las mercancías se cambian a precios proporcionales a sus valores. La fuerza de trabajo es una mercancía. La fuerza de trabajo se cambia a un precio proporcional a su valor.

Así, como dice Joan Robinson:

"Marx no acusó al capitalismo a la manera del idealismo ingenuo que considera a la explotación como un robo. Por el contrario, con un sarcasmo lógico defiende al capitalismo. No hay estafa, todo se cambia a su valor, tal como es correcto y justo. No es el valor que produce, sino el que cuesta, lo que se debe al trabajador".⁸⁰

Consecuentemente, con Marx, entonces resulta también totalmente lógico usar la definición aristotélica de justicia para legitimar la posición del capitalista, ya que si Justicia es darle a cada quien lo que le corresponde, por lo tanto el capitalista obra con justicia al cambiar la fuerza del trabajador por un precio que le corresponde.

⁸⁰Joan Robinson, Op. Cit., P. 44.



Mucho más aún, como dice Paul M. Sweezy:


"Cada quien aparece ante todo cómo un simple propietario de mercancías con algo que vender: esto es verdad ya se trate del terrateniente, de capitalistas o de trabajadores. Como propietarios de mercancías, todos ellos están en un plano de igualdad perfecta. Sus relaciones mutuas no son las de relaciones entre amo y siervo de un régimen de status personal, sino las relaciones contractuales entre seres humanos libres e iguales".⁸¹

Como corololario de todo esto, Marx planteó la hipótesis de que en el capitalismo no pueden subir los salarios reales.

IV. LA FORMA DEL VALOR

Según Marx, el valor tiene aspectos muy importantes: sustancias, magnitud y forma. En la sección III de la segunda parte de este trabajo hemos visto que la sustancia del valor es el trabajo abstracto y la magnitud del valor se determina por el tiempo de trabajo socialmente necesario para la producción de la mercancía que porta el valor. En

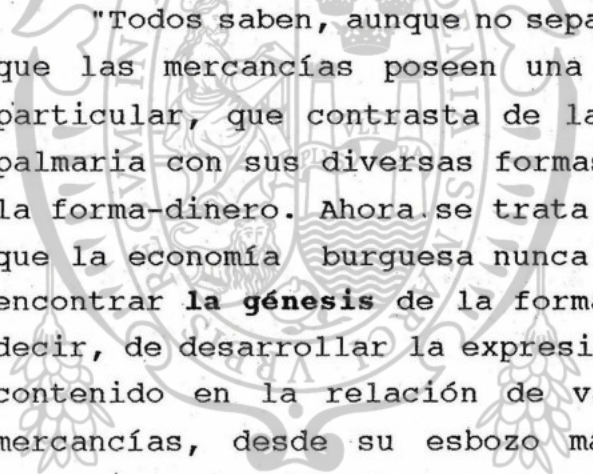
⁸¹Paul M. Sweezy, Op. Cit., P. 49.



esta sección expondremos brevemente qué entiende Marx por forma de valor.

Por forma de valor Marx entiende las distintas formas que adoptó el intercambio de mercancías a través de la historia desde la forma simple o accidental hasta llegar a la forma actual del dinero.

El objetivo fundamental de Marx es ofrecer una explicación genética e histórica de la causa y origen de la forma-dinero del valor:



"Todos saben, aunque no sepan otra cosa, que las mercancías poseen una forma-valor particular, que contrasta de la manera más palmaria con sus diversas formas naturales: la forma-dinero. Ahora se trata de hacer lo que la economía burguesa nunca intentó: de encontrar **la génesis** de la forma dinero, es decir, de desarrollar la expresión del valor contenido en la relación de valor de las mercancías, desde su esbozo más simple y menos ostentoso hasta esa forma-dinero que salta a la vista de todo el mundo. Al mismo tiempo se solucionará y desaparecerá el enigma del dinero".⁸²

De esta manera, según Marx, la forma del valor

⁸²Carlos Marx, *El Capital*, Vol. I. BBAA: Cartago, P. 66.



proviene de la naturaleza del valor de las mercancías; es decir, de su naturaleza social e histórica:

"De nuestro análisis surge que de la naturaleza del valor de las mercancías proviene su forma, y no, al revés, que el valor y la magnitud deriven de la manera de expresarlos por una relación de cambio. Y sin embargo ese es el error de los mercantilistas y sus defensores modernos".⁸³

En síntesis, las formas que adoptó el valor en su evolución a través de la historia hasta llegar a la forma actual de dinero son las siguientes:

DEFINICIÓN 17. FORMA SIMPLE O ACCIDENTAL DEL VALOR.

Una mercancía m_2 es una forma simple o accidental del valor de mercancía m_1 si y sólo si:

- (1) m_1 y m_2 tienen valores de uso distintos.
- (2) m_1 y m_2 han sido producidos por productores independientes y distintos,

⁸³Carlos Marx, op. cit. P. 77.



(3) m_1 y m_2 son productos de inversión de cantidades distintas de tiempo de trabajo socialmente necesario, y

(4) el valor de x cantidad de m_1 se mide en función únicamente del valor de una y cantidad de m_2 ; es decir, $xm_1 = ym_2$, x cantidad de m_1 vale y cantidad de m_2 .

En parte, esto es lo que expresa Marx, cuando afirma:

"La forma simple del valor de una mercancía está contenida en su relación de valor o de cambio con una única mercancía distinta, sea cual fuere".⁸⁴

"X mercancía A = y mercancía B, o x mercancía A vale y mercancía B. (20 metros de tela = 1 traje, o 20 metros de tela valen un traje)".⁸⁵

Según Marx en la ecuación $xm_1 = ym_2$, o en su ejemplo: 20 metros de tela = 1 traje, el primer miembro de la igualdad desempeña el papel de **valor relativo** y el segundo miembro el papel de **valor equivalente**:

⁸⁴Carlos Marx, op. cit. p. 76.

⁸⁵Carlos Marx, op. cit. p. 66.



"Es evidente que aquí hay dos mercancías distintas A y B, y en el ejemplo que elegimos, la tela y el traje, que representan dos papeles distintos. La tela expresa su valor en el traje y éste sirve de materia a dicha expresión. La primera mercancía desempeña un papel activo, la segunda uno pasivo. El valor de la primera se expone como valor relativo, la segunda funciona como equivalente"⁸⁶

Una consecuencia fundamental de la definición de la forma simple del valor es el siguiente: toda mercancía vale en función de otra. En consecuencia:

1. Ninguna mercancía vale en función de si misma,
2. No existen mercancías de valor absoluto,
3. Todo valor de las mercancías es relativo. O sea, el valor eminentemente relativo del valor de las mercancías es como asevera el mismo Marx:

"... el valor de la tela no se puede expresar más que en otra mercancía, es decir, en términos relativos ello supone que esta otra mercancía se encuentra frente a ella en forma de equivalente"⁸⁷

⁸⁶Carlos Marx, op. cit. p. 67.

⁸⁷Ibidem.



"Considerado por si mismo el traje, por ejemplo, no es más que un objeto de utilidad, un valor de uso, tal como la tela; su forma es la natural de un tipo particular de mercancía. Pero dado que ninguna mercancía puede referirse a si misma como equivalente, ni hacer de su forma natural la de su propio valor, por fuerza tiene que tomar como equivalente otra mercancía cuyo valor de uso le sirve a si de forma-valor"⁸⁸

Lo que a Marx le importa más, por la naturaleza y objetivo de su investigación, es mostrar que, aún por detrás de la forma más elemental del cambio, que da lugar a la forma simple del valor están ocultas relaciones sociales entre hombres, como causa u origen de la relación de cambio entre cosas:

"Dado que la forma relativa expresa el valor de una mercancía, por ejemplo, de la tela, como algo en todo sentido distinto de su cuerpo mismo y de sus propiedades, como algo que se parece a un traje, por ejemplo, deja entender que bajo esa expresión se oculta una relación social".⁸⁹

Finalmente, según Marx:

⁸⁸Carlos Marx, op. cit. p. 73.

⁸⁹Carlos Marx, op. cit. P. 76.



"El misterio de todas las formas de valor se encuentra oculto en esta forma simple. La dificultad, pues, consiste en su análisis".⁹⁰

DEFINICIÓN 18. FORMA TOTAL O DESARROLLADA DEL VALOR

Sean m y m_1, \dots, m_k, \dots mercancías para las cuales son válidas las condiciones (1) - (3) de la Def. 17. Entonces, la forma del valor de una mercancía m es total o desarrollada si y sólo si el valor de m se mide en función del valor de m_1 o m_2 o, \dots , o m_k o, \dots .

O sea,



⁹⁰Carlos Marx, op. cit. P.67.



Esto es lo que Marx da a entender cuando sostiene:

"z mercancía A = u mercancía B, o bien = v mercancía C, o bien = x mercancía E, o bien = etcétera. 20 metros de tela = 1 traje, o bien = 10 libras de té, o bien 40 libras de café, o bien = 2 onzas de oro, o bien = 1/2 tonelada de hierro, o bien = etcétera".⁹¹

Y, así, continúa: "La forma total del valor relativo pone a una mercancía en relación social con todos".⁹² Pero, según Marx, "la forma-valor total o desarrollada" tiene varios defectos, siendo las más importante dos: primero, la serie de valores equivalentes jamás se cierra, puede prolongarse indefinidamente; segundo, pueden haber tantas series como mercancías hay.

DEFINICIÓN 19. FORMA GENERAL DEL VALOR

Sean m_1, \dots, m_k, \dots y m mercancías, para las cuales son válidas las condiciones (1) - (3) de la Def. 17. Entonces, m tiene la forma de valor general de las mercancías m_1, \dots, m_k, \dots si y sólo si el valor de cada mercancía m_i se mide

⁹¹Carlos Marx op. cit. P. 78.

⁹²Carlos Marx, op. cit. P.66.



en función del valor de una **única** mercancía m que sirve de valor general. Es decir:

$$\left. \begin{array}{l} m_1 = \\ m_2 = \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \\ m_k = \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \end{array} \right\} = m$$

Esta definición subyacente en Marx, es ejemplificado con la siguiente cita:

"1 traje	=	} = 20metros de tela". ⁹³
10 libras de té	=	
40 libras de café	=	
2 onzas de oro	=	
1/2 tonelada de hierro	=	
x mercancía A	=	
etcétera	=	

⁹³Carlos Marx, op. cit. P. 80.



Antes de pasar a la forma-dinero del valor, aquí cabe una reflexión: ¿Qué objeto tiene toda esta exposición sobre las formas simple o accidental, forma total o desarrollada y la forma general del valor?. ¿Cuándo y dónde tuvieron lugar en la realidad estas formas de valor?. ¿De dónde extrajo Marx toda la información sobre estas formas del valor?.

Toda la exposición de Marx sobre todas estas formas de valor, constituye una reconstrucción lógica, conceptual y especulativa, **de cómo habría evolucionado el valor**, empezando por la forma más elemental y simple que es el intercambio accidental de una mercancía por otra, o sea, el trueque, que tuvo lugar originariamente hace miles de años antes de la aparición de la moneda, pasando luego por las otras dos formas imaginarias hasta llegar a la época de Marx, donde el valor ya tenía la forma-dinero -forma que ya tenía hace varios miles años-, siendo la única novedad, la transición de la forma-dinero a la forma-capital, que si constituye un fenómeno estrictamente propio del modo de producción capitalista.

El propósito fundamental de Marx con la exposición sobre las formas del valor es explicar a través de esas

formas el origen histórico y social del dinero, y poner de manifiesto que no se trata de una cosa dada y natural.

LA FORMA DINERO DEL VALOR

¿Cómo fue la transición de la forma general del valor a la forma-dinero?. Sostiene Marx:

"El progreso consiste sencillamente en que la forma de intercambiabilidad inmediata y universal, o la forma de equivalente general, se ha incorporado de manera definitiva a la forma natural y específica del oro".⁹⁴

En consecuencia, la relación de cambio en la forma-dinero es exactamente igual que en la forma general, la única diferencia está que en lugar de m figura x unidades del sistema monetario válido para un país; es decir:

$$\left. \begin{array}{l} m_1 = \\ m_2 = \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \\ m_x = \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \end{array} \right\} x \text{ unidades del sistema monetario vigente.}$$

⁹⁴Carlos Marx, op. cit. P. 84.



Esto es lo que ilustra Marx, cuando dice:

"20 metros de tela	=	}	2 onzas de oro". ⁹⁵
1 traje	=		
10 libras de té	=		
40 libras de café	=		
1/2 tonelada de hierro	=		
x mercancía A	=		
etcétera	=		

Y, el oro dice: "Cuando conquista el monopolio de esa posición en la expresión del valor del mundo de las mercancías, se convierte en mercancía-dinero".⁹⁶

Y, así,

"La forma-precio de la tela es, pues: 20 metros de tela = 2 onzas de oro, o si 2 esterlinas son el nombre monetario de dos onzas de oro, 20 metros de tela = 2 esterlinas".⁹⁷

⁹⁵Carlos Marx, op. cit. p. 85.

⁹⁶Ibidem. P. 85.

⁹⁷Loc. Cit.



V. CRÍTICA AL CONCEPTO DEL VALOR-TRABAJO DE MARX

En esta parte del trabajo se presenta sumariamente un cierto conjunto de objeciones al concepto de valor de Marx a partir de las dos primeras partes.


1. SOBRE SU CONCEPCIÓN DEL VALOR.

1.1 USO POLISÉMICO DEL CONCEPTO DE VALOR

Marx usa el concepto de valor en cuatro sentidos distintos, como trataremos de establecer seguidamente.

- (1) Trabajo abstracto,
- (2) Relación social de producción,
- (3) Una entidad hipostasiada, reificada,
- (4) Propiedad. Aunque él rechaza tajantemente que el valor sea una propiedad.

Ya el simple hecho de usar polisémicamente el concepto de valor, le quita al trabajo de Marx -al menos en este respecto- su carácter científico, ya que la **univocidad semántica** es uno de los requisitos fundamentales para que



el lenguaje sea científico. Veamos ahora, porqué, cada uno de estos sentidos está mal desde el punto de vista científico.

(1) Marx usa las expresiones "trabajo abstracto", "trabajo humano en general", "trabajo indistinto", etc., como sinónimos. En la filosofía a estos conceptos abstractos y generales se les conoce con el nombre de **universales**, tales como "El hombre", "La belleza", "La verdad", etc., cuyo estudio corresponde a una rama de la metafísica, como **la ontología**. ¿Porqué el problema de los universales es un problema metafísico?. Para darse cuenta de este hecho fácilmente, basta con reflexionar en las siguientes interrogaciones:

"¿Existe "El hombre", o más bien, los que existen son individuos concretos de carne y hueso, como Alberto, Pedro, Juan, etc.? Pues, "El hombre" no existe, a menos que exista en el mundo de las ideas de Platón. Lo mismo, ¿Existe "La belleza", o más bien, existen individuos y objetos concretos de los cuales decimos que son bellos, como "Marylin Monroe fue bella", "Madona es bella", "la Gioconda es una pintura bella", etc.? Lo mismo, no existe "La Verdad"; existen proposiciones individuales concretas de las que decimos que son verdaderas, etc. De esta manera, Marx al usar el concepto de valor como trabajo abstracto no



aclara nada, más bien obscurece, porque hace metafísica y no ciencia.

(2) Marx al considerar al valor como una relación social **confunde el efecto con su causa**, porque las relaciones sociales de producción constituyen una condición, un origen, una causa para una consecuencia, un efecto, que no es más que la producción del valor.

(3) Marx, mediante una derivación analítica puramente conceptual establece el tercer sentido del valor, cuya versión poco analítica y más bien literal se ha dado en la Def. 14 de la segunda parte de este trabajo. Ahora bien, lo que vamos a mostrar aquí es que en dicha derivación Marx hipostasia, reifica al valor, sustantiva a algo que es meramente adjetivo. Esto se deduce de una manera clara, rigurosa y necesaria de la siguiente manera cuando Marx dice:

"1 quarter de trigo = a kilogramos de hierro. ¿Qué significa esta ecuación?. Que en dos objetos distintos, en 1 quarter de trigo y en a kilogramos de hierro, hay algo en común de magnitud igual. **Ambas cosas son, por lo tanto, iguales a una tercera**, que por sí misma no es ni la una ni la otra".⁹⁸

El quid del asunto radica en la parte subrayada (por

⁹⁸Carlos Marx, *El Capital*, Vol. I. BBAA: Cartago, P. 57.



el autor de este trabajo) cuya forma lógica explicitada nos dice:

"1 quarter de trigo es una cosa, a kilogramos de hierro es una cosa, ambas cosas son iguales a una tercera (¿tercera qué?. Pues , tercera) **cosa**".

Conclusión: el valor es una cosa.

Posiblemente dirán que esta interpretación no es válida, porque analizando el pasaje citado fuera de su contexto pensarán que se ha realizado una interpretación y un análisis literal y mecánico, y que Marx no quiso decir eso. Si, nosotros también estamos casi seguros que Marx no quiso decir eso, pero el lenguaje tal como él lo ha usado conduce necesariamente a esa conclusión, porque una vez empleado el lenguaje, éste se atiene únicamente a sus propias leyes objetivas que ya no dependen ni del autor ni del intérprete.

Pero, sin embargo, este no es el único caso donde Marx sienta las premisas para una interpretación y una conclusión necesaria de este tipo, también hay otro pasaje -y posiblemente existan otros más- donde clara y



necesariamente se llega a una conclusión similar:

"Las mercancías vienen al mundo en forma de valores de uso o materias mercantiles, tales como el hierro, la tela, la lana, etc. Esa es lisa y llanamente su forma natural. Pero sólo son mercancías porque son dos cosas a la vez: objetos de utilidad y portadores de valor. En consecuencia, **sólo pueden entrar en circulación en la medida en que se presentan con una doble forma: la natural y la de valor**".⁹⁹

Aquí el detalle del asunto gravita sobre la parte subrayada para el análisis, donde Marx está planteando algo física y realmente imposible:

- (a) Que pueden existir objetos que tienen utilidad, o sea, valor de uso, pero carecen de valor y valor de cambio. Bien, esto es posible.
- (b) Que pueden haber objetos que sólo son valores, o sea, sólo poseen valor, pero no son objetos de utilidad, o sea, no tienen valor de uso; y peor aún: no están hechas de ninguna forma de materia, de ninguna sustancia natural, y esto obviamente, es un ente

⁹⁹Carlos Marx, op. cit. P. 65.



metafísico -metafísico en el mal sentido de este término-!.


(4) Marx, reiteradamente y en forma categórica en *El capital* niega que el valor sea una propiedad. Para él, el valor es eminentemente una relación, una categoría social. Sin embargo -posiblemente también se deba al mal uso del lenguaje que tiene- hay cuando menos un pasaje donde claramente usa el valor como propiedad:

"Su propiedad de valor aparece en su igualdad con el traje, tal como la naturaleza rebañiega del cristiano surge en su semejanza con el Cordero Divino".¹⁰⁰

1.2. DEFINICIÓN UNILATERAL DEL VALOR

En la primera parte de este trabajo hemos visto que ontológicamente, el valor de un bien económico material es una entidad cuyo ser está compuesto de tres ingredientes distintos como el natural, psicológico e histórico-social. En consecuencia, la definición completa y correcta del valor económico tiene que ser conjuntamente desde estos

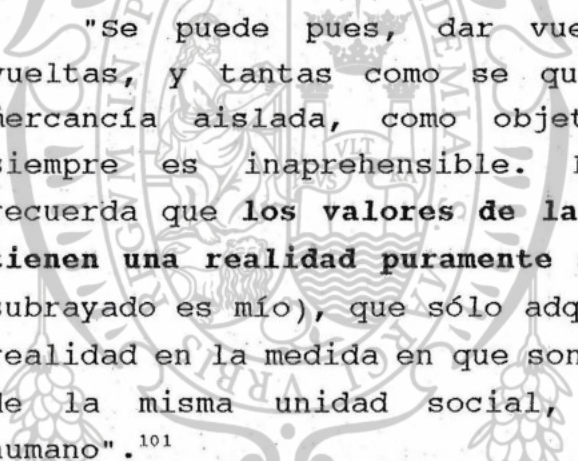
¹⁰⁰Carlos Marx, op. cit. P. 69.



tres puntos de vista, porque el valor no es una entidad natural (propiedad física, química, espacial, etc.), ni un hecho psicológico (deseo, preferencia, elección) ni tampoco un hecho histórico-social (relaciones sociales de producción).

Marx, al definir el valor sólo desde el punto de vista histórico-social, al insistir en su carácter de categoría social únicamente, cae en un **sociologismo**.

Así, afirma por ejemplo:



"Se puede pues, dar vueltas y más vueltas, y tantas como se quiera, a una mercancía aislada, como objeto de valor siempre es inaprehensible. Pero si se recuerda que **los valores de las mercancías tienen una realidad puramente social** (Este subrayado es mío), que sólo adquieren en la realidad en la medida en que son expresiones de la misma unidad social, el trabajo humano".¹⁰¹

De esta manera, es como Marx hace decir falsedades a sus intérpretes como I.I. Rubin, quien sostiene lo

¹⁰¹Ibidem. P.66.



siguiente:

"La cosa adquiere la propiedad de valor (¡Nótese de paso, que también dice "propiedad"!) ...no por sus propiedades naturales, sino por las de aquellas relaciones sociales de producción, con las cuales se vincula en la economía mercantil. Así, las relaciones sociales de producción no están sólo "simbolizadas" por las cosas que se realizan a través de las cosas".¹⁰²

Pero es el caso que el mismo Marx es responsable de estas falsedades, porque tiene afirmaciones como esta por ejemplo:

"Hasta ahora químico alguno descubrió valor de cambio en una perla o un diamante. Los economistas que descubrieron o inventaron sustancias químicas de esa clase, y que se revisten de cierta presunción de profundidad, encuentran por su parte, que **el valor útil de las cosas les pertenece con independencia de sus propiedades materiales** (El subrayado es mío), en tanto que su valor les pertenece como cosas".¹⁰³

Pero precisamente, la verdad es al revés: el valor

¹⁰²Carlos Marx, op. cit. P. 60.

¹⁰³Carlos Marx, op. cit. P. 96.



útil de las cosas depende de sus propiedades materiales para satisfacer necesidades, como se ha demostrado en la primera parte de este trabajo.

2. SOBRE SU DEFINICIÓN DE MERCANCÍA

De acuerdo con la Def. 7 de la segunda parte de este trabajo, una cosa es mercancía sólo y únicamente si:

- (1) Es producto de un trabajo útil, y
- (2) Tiene un valor de uso social.

Esta es una definición estrecha e inadecuada del concepto de mercancía, que da como consecuencia, que existan cosas naturales -o sea, que no provengan de ningún trabajo- con valor de uso pero sin valor y sin valor de cambio. Por ejemplo, las pastizales naturales, el suelo virgen, etc., como afirma Marx:

"Una cosa puede ser valor de uso sin ser valor. Para ello basta con que resulte útil al hombre sin provenir de su trabajo. (Tales como el aire, los pastizales, un suelo



virgen, etc.)".¹⁰⁴

Pero en la realidad sucede otra cosa, los pastizales naturales, los suelos vírgenes, etc., si tienen valor y valor de cambio, porque son enajenables. Para que un objeto sea mercancía es condición necesaria y suficiente que sea enajenable.

3. CONSECUENCIAS ABSURDAS DE SU DEFINICION DE TRABAJO Y VALOR.

- a) Los bienes de la naturaleza no tienen ningún valor de cambio, como ya se ha visto.
- b) Los servicios no son considerados trabajo, mucho menos trabajo útil, porque no producen plusvalía. Por lo tanto, las actividades propias de sus especialidades que realizan los profesionales liberales no constituyen trabajo.

En consecuencia, de aquí se sigue un corolario obligado y un poco duro para la inteligencia de Marx:

¹⁰⁴Carlos Marx, op. cit. P. 60.



Carlos Marx mismo habría sido en toda su vida un simple parásito social, porque en toda su vida él no produjo ningún bien material útil para él mismo ni para la sociedad. Lo cual es absurdo.

c. La circulación o el cambio de mercancías, que hoy día con el mundo globalizado, es imposible concebir que un país se encuentre aislado comercialmente del resto, donde esta actividad es tan importante para los países, crea Marx, que el comercio no crea valor, hablando en términos de la economía moderna, no genera utilidades. Lo cual es absolutamente falso y absurdo, porque, por ejemplo, actualmente todo el mundo sabe que el país que exporta más e importa menos es un país rico, un país que genera más utilidades. En cambio, para Marx esto no es así:

"Por muchas vueltas que le demos, el resultado será siempre el mismo. Si se cambian equivalentes, no se produce plusvalía, ni se produce tampoco aunque se cambian valores no equivalentes".¹⁰⁵

Y, análogamente:

d) El capital, la inversión de capitales no crea valor, no

¹⁰⁵Carlos Marx, op. cit. p. 118.



genera ninguna utilidad. En consecuencia, el capital inicial no puede incrementarse con el producto de su inversión. Pues, como sostiene Marx:

"El poseedor de mercancías, puede, con su trabajo crear valores, **pero no valores que engendren nuevo valor**. Puede aumentar el valor de una mercancía, añadiendo al valor existente nuevo valor mediante un nuevo trabajo, v.gr. convirtiendo cuero en botas".¹⁰⁶

Sobre estos dos últimos puntos, se podría demostrar que la argumentación de Marx es lógicamente impecable, que sus premisas implican necesariamente a su conclusión. Pero toda esa argumentación formalmente exacta, sin embargo, es semánticamente falsa y pragmáticamente inútil, porque parte de premisas de falsas, y por lo tanto, sus conclusiones son falsas. Tales premisas falsas están dadas por las definiciones incorrectas de:

- Trabajo Útil
- Mercancía
- Valor
- Etc.

¹⁰⁶Carlos Marx, op. cit. P.119. (El subrayado es mío)



Que en la realidad, resultan ser falsas; como así mismo, por las proposiciones falsas:

"Toda mercancía siempre se cambia sólo por otra mercancía equivalente". "Sólo y únicamente el trabajo excedente o plus-trabajo genera valores, nuevos valores", o "La única forma de generar, crear nuevos valores es en forma de plusvalía". etc.

De esta manera, la argumentación de Marx es exactamente de la misma clase que la argumentación de Zenón en sus paradojas -pseudoparadojas- lógicamente correctas pero realmente falsas.

Por otra parte, parece que la argumentación de Marx obedeciera a una confusión del **ser** con el **deber ser**, confusión del cual al parecer él era plenamente consciente, pero, sin embargo, quería que las cosas fueran como debieran ser, como él creía que era correcto, y no como eran o tenían que ser; por ejemplo, que el dinero no se convirtiera en capital, y que éste no se usara luego en forma usurera y especulativa, convirtiéndose en un valor que genera otros valores, desnaturalizando completamente su función originaria y verdadera.



e) La investigación sobre el valor de uso corresponde a la economía. Como dice Paul M. Sweezy:

"La economía política, por otra parte, es una ciencia social de las relaciones entre las gentes. Se sigue de aquí que el "valor de uso como tal queda fuera de campo de investigación de la economía política". ..."Marx excluía el valor de uso -o como ahora se llamaría la "utilidad"- de la esfera de la investigación de la economía en virtud de que no da cuerpo directamente a una relación social".¹⁰⁷


Pero este mismo autor, luego acota:

"Es importante advertir que esta tesis contrasta fuertemente con el punto de vista de la teoría económica moderna. Como se ha observado ya, Lionel Robbins dice- y con ello está simplemente formulado la práctica de todas las escuelas no marxista-: "Consideremos (el sistema económico) como una serie de relaciones interdependientes aunque conceptualmente discretas entre hombres y bienes económicos".¹⁰⁸

Esta tesis de Marx, en la realidad económica- como sistema social concreto y como teorías- es igualmente

¹⁰⁷Paul M. Sweezy, Op. Cit., P.36.

¹⁰⁸Loc. Cit.



falsa, pues no obedece a otra cosa que a su punto de vista sociologista de pretender reducir todos los conceptos y problemas económicos a conceptos y problemas puramente sociales. Además, es inconsistente con sus tesis de que "toda la historia de la humanidad es una historia de lucha de clases" y "todos los hechos históricos y sociales en última instancia están determinados por causales económicos". ¿Porqué luchan las clases: por principios, ideas, conceptos? Pues, no. Luchan por cosas, por bienes materiales, por cosas útiles, como el oro, petróleo, campos fértiles, no por guijarros, desagüe o desiertos. Entonces, el estudio de las cosas por su valor de uso si les corresponde a la economía. Por ejemplo, cuanto más escaso sea un objeto y cuánto más valor de uso social tenga, será de más preocupación su estudio para los economistas.

4. SOBRE SU TEORÍA DE VALOR TRABAJO Y SU TEORÍA DE PRECIOS DE PRODUCCIÓN.

Marx, en el volumen I de *El capital* sostiene:

Toda mercancía m_1 se cambia siempre por otra mercancía m_2 si y sólo si m_1 y m_2 contienen la misma cantidad de trabajo socialmente necesario.



En el volumen III de *El Capital* Marx dice que eso no es así, sino:

Las mercancías se cambian por su precio de producción, cayendo en una flagrante contradicción.

Esta objeción es muy antigua, ya en la época de la primera edición del volumen III de *El Capital* se conocía. Así, Bohm-Bawerk, ya en esa época escribía:

"Es imposible desconocer que estas concesiones y constataciones del tercer volumen están en contradicción absoluta con los principios del primer volumen. En el primer volumen se explica al lector que es lógico, necesario y conforme a la naturaleza del cambio, que dos mercancías, consideradas como iguales, deben tener fuera del cambio, un elemento común del mismo tamaño, y que este elemento común es el trabajo. En el tercer volumen se nos dice, que las mercancías consideradas como iguales en el cambio encierran y deben encerrar, de hecho y regularmente, cantidades desiguales de trabajo... No creo que la introducción de un sistema ha estado jamás en contradicción más flagrante con su fin".¹⁰⁹

Y seguidamente sostenía:

¹⁰⁹Bohm Bawerk, Citado por Prados y Arrarte J. en: *Filosofía de la Economía*. Edit. Americanas. Buenos Aires. 1942. P.166.



"Si la relación entre el tiempo de trabajo socialmente necesario y los precios no pueden ser explicados, la teoría del valor-trabajo debe ser abandonado. Y si este fuera el caso, la gigantesca construcción de Marx se vendría al suelo".¹¹⁰



¹¹⁰Carlos Marx, op. cit. P. 169.



TERCERA PARTE

LA TEORÍA DEL VALOR DE LA UTILIDAD MARGINAL

I.- ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y PRECURSORES DE LA TEORÍA DE LA UTILIDAD MARGINAL.

¿Cómo veían los economistas clásicos a la economía antes de la teoría de la utilidad marginal?. M. Blaug sostiene:

"Tanto Smith como Ricardo o John Stuart Mill ven el problema económico como ante todo, un constrate entre la tierra que no puede aumentar y el trabajo que si puede hacerlo, con el capital subsumido en este último factor, a manera de riqueza



almacenada"¹,
y seguidamente continúa:

"se dirigía la máxima atención a la acumulación del capital y al crecimiento económico,... se consideraba conveniente a la libre competencia ya que tendía a aumentar la zona de mercado al promover una mejor división del trabajo; el bienestar económico se consideraba en términos físicos, como aproximadamente proporcional a la cantidad del producto".²

Sin embargo, "a partir de 1870, los economistas empezaron a proponer, de manera típica, una oferta dada de factores productivos, determinada independientemente por elementos ajenos al análisis".³ De esta manera, desde este nuevo punto de vista, prosigue Blaug:

"La esencia del problema económico consistía, en intentar descubrir las condiciones que hacían posible distribuir unos servicios productivos dados entre usos competitivos con resultados óptimos, en el sentido de maximizar las satisfacciones de los consumidores".⁴

¹M. Blaug. *La Teoría Económica Actual*. Barcelona: Edit. Luis Miracle, 1968. P. 409.

²M., Blaug, op. cit. p. 409.

³M., Blaug, Loc. Cit.

⁴M., Blaug, Loc. Cit.



De esta manera, "Por primera vez, la economía se convirtió, realmente en la ciencia que estudia las relaciones entre fines dados y medios escasos dados que poseen usos alternativos" y, "La teoría clásica del desarrollo económico fue sustituida por el concepto de equilibrio general dentro de un marco esencialmente estático".⁵

En este sentido, como dice Eric Roll:

"La teoría moderna se interesa principalmente por el consumo, la demanda y la utilidad. El concepto de la utilidad marginal fue introducido para efectuar este cambio de los puntos considerados importantes, y desde entonces domina el pensamiento académico con autoridad casi indiscutible".⁶

"Los elementos esenciales de la técnica moderna -como dice Roll- la importancia que se le da a la demanda y la utilidad y el reconocimiento de la utilidad decreciente- fueron expuestos por diversos autores del principio del

⁵M., Blaug, op. cit. P. 410.

⁶Eric Roll. *Historia de las Doctrinas Económicas*. México: FCE, 1985. P. 362.



siglo XIX".⁷ En efecto, como dice Blaug "El descubrimiento del concepto de la utilidad marginal se remonta a los escritos de Nassau Senior, W. F. Lloyd y Mountifort Longfield en la década de 1830".⁸ Posteriormente, en 1838 Augustin Cournot traza por primera vez la función de demanda y Jules Dupuit en 1854 y Richard Jennings en 1855.⁹

El descubrimiento de la teoría de valor de la utilidad marginal recién fue anunciada públicamente —o sea, el suyo— por William Stanley Jevons 1862.

Según M. Blaug, "Ninguna de las cuestiones técnicas de la teoría de la utilidad fue aclarada antes de la década de 1890 y algunos de ellos no llegaron a solucionarse del todo hasta bien entrado nuestro siglo".¹⁰

¿Qué reacciones suscitó el nuevo concepto de valor en economía frente a las otras doctrinas económicas?. Según Blaug, en 1927, Nicolás Bujarin en *Economic Theory of the Leisure Class*, "Explicaba la revolución marginal es "la ideología de la burguesía que ya ha sido eliminada de

⁷E., Roll, Loc. Cit.

⁸M. Blaug. Op. Cit., P. 487.

⁹M. Blaug, loc. cit.

¹⁰E. Blaug, op. cit. P. 410.

producción".¹¹

Es decir, lo que Bujarin quiere sostener es que "la teoría de la utilidad marginal no fue más que la respuesta burguesa al marxismo".

Los argumentos de Bujarin son totalmente falsos, porque: en primer lugar, históricamente, como ya hemos visto, la teoría del valor de la utilidad marginal surge ya por el año 1830 y oficialmente se anuncia en el libro "Noticia" de W.S. Jevons en 1862, publicándose al año siguiente, mientras que el primer volumen de *El Capital* recién aparece en 1867 y al Inglés recién se traduce en 1887.

En segundo lugar, la teoría del valor de la utilidad marginal es intrínsecamente neutra ideológicamente "Por cuanto surgió, sin referencia directa alguna a las cuestiones prácticas y es perfectamente compatible con cualquier posición respecto a problemas sociales o políticas".¹²

Cosa distinta pasó con Bohm-Bawerk, quien "Es

¹¹E. Blaug, op. cit. P. 421.

¹²M. Blaug, op. cit. P. 522.



conocido por su teoría del *Capital y el interés*, en la cual sigue los lineamientos de Jevons. Esta última teoría estuvo diseñada expresamente para contestar a la teoría de la plusvalía de MARX"; "Junto con W. Parreto podría muy bien llamárselos los apologistas conscientes del sistema existente, y por cierto que Shumpeter bautizó a Bohm-Bawerk con el apodo de "Marx de la Burguesía"". ¹³

Por supuesto que, los más objetivos y serios "no pretendieron que los tres pioneros del valor subjetivo (Jevons, Menger y Walras) hayan actuado movidos por el siniestro designio de acudir en defensa del capitalismo, sino que la teoría de la utilidad marginal defiende, de manera natural, una fe en las cosas tal cual son, siendo fácilmente empleable para defender el status quo". ¹⁴

Además, la teoría del valor de la utilidad marginal surgió como consecuencia de la influencia de la axiología y ética hedonista de Jeremías Bentham en la economía, como dice Blaug:

"Los años cincuenta habían visto un renacimiento de

¹³M. Dobb. *Teorías del Valor y de la Distribución desde Adam Smith*. Méxio: Siglo Veintiuno. 1983. P. 212.

¹⁴M. Blaug, op. cit., P. 422.



interés por los escritos de Bentham; siguiendo las huellas de dicho autor, R. Jennings fórmula en 1855 el principio de utilidad marginal decreciente en forma de una "Ley de variación de sensaciones".¹⁵

Por otra parte, como dice este mismo autor, la teoría subjetiva del valor también surgió como "Producto de la cultura católica, mientras que la teoría del valor-trabajo constituye la emanación natural de una visión calvinista del mundo".¹⁶



II. TEORÍA DEL VALOR DE LA UTILIDAD MARGINAL

2.1. LA UTILIDAD MARGINAL

Los individuos tienen necesidades. Las necesidades se dan en diversos grados de intensidad. Las necesidades se satisfacen con bienes. Si un bien satisface alguna necesidad es útil. Los bienes o son abundantes o son escasos. Bajo estas condiciones, la interrogante fundamental que la teoría del valor de la utilidad marginal

¹⁵M. Blaug, op. cit. P. 417.

¹⁶M. Blaug, op. cit. P. 419.



se plantea con respecto al concepto de la utilidad marginal es la siguiente:

¿Qué propiedad invariante tiene la utilidad de un bien al satisfacer una necesidad en relación a su cantidad?

La propiedad invariante de la utilidad de todo bien al satisfacer una necesidad es la siguiente: Disminuye conforme aumenta la cantidad consumida (o poseída) de dicho bien.

A modo de ilustración y para mayor precisión veamos al respecto la versión de dos economistas. Antonio Pesenti sostiene:

"Si dividimos el bien en muchas dosis y consideramos cada dosis individualmente, separada de las demás, es claro que la primera dosis, satisface el primer grado de la necesidad, que es muy intenso. La segunda dosis satisfará el segundo grado de necesidad que es menos intenso, y así, sucesivamente. El ejemplo más elemental que se emplea es el de la relación entre la necesidad de alimento y cantidad de éste a disposición. Si tengo hambre y me sirven un plato de sopa, es evidente que la primera cucharada que ingiera no logrará colmar mi necesidad; esta primera dosis tendrá para mí una utilidad elevadísima, un gran valor; la segunda cucharada, ... a medida que como se extingue el hambre, la utilidad de la sopa disminuye, por lo que la dosis número 15 ó 16 tendrá sin duda una utilidad menor que la primera o



segunda. Es decir, con el aumento de la cantidad de un bien disponible para la satisfacción de una necesidad, la utilidad de cada unidad que se agrega se hace inferior a la que precede". Es decir, "La intensidad de la necesidad decrece... a medida que la necesidad es satisfecha hasta su extinción completa. Así, pues, la satisfacción más o menos completa depende de la cantidad del bien disponible".¹⁷

De esta manera, "La utilidad de un bien es decreciente en función de la cantidad".¹⁸ Pesenti define los conceptos de **Utilidad marginal** como sigue: Utilidad Total es la suma de las utilidades de las dosis individuales". "Utilidad Marginal o final es la utilidad de la última dosis disponible del bien".¹⁹

Veamos ahora una versión más técnica y más completa de José Castañeda usando un ejemplo de una cantidad discreta de un bien. Supongamos, que se trata de manzanas, y que la utilidad examinada es la que directamente obtiene el sujeto por su consumo en un día, pues se excluye toda posibilidad de cambio por otro bien, y tampoco se admite la posibilidad de almacenar las manzanas para su consumo

¹⁷A. Pesenti. *Lecciones de Economía Política*. Madrid: Aguilar 1966. P. 90.

¹⁸A. Pesenti, op. cit. P. 8.

¹⁹A. Pesenti, op. cit. P. 91.



posterior. En el supuesto, además, de que podemos obtener, unas cifras que nos indiquen la intensidad de cada una de las diferentes utilidades, llegaremos a establecer un cuadro como el siguiente:

Núm. de manzanas poseídas	Util.Total	Util. Media	Util.Marginal
0	0	-	-
1	55	55	55
2	100	50	45
3	136	45.33	36
4	164	41	28
5	185	37	21
6	200	33.33	15
7	210	30	10
8	216	27	6
9	219	24.33	3
10	220	22	1
11	220	20	0

"La utilidad que proporcionan las manzanas crece a medida que aumenta el número de ellas, hasta llegar a diez, pasado el cual ya no incrementa la utilidad, por haberse alcanzado la saturación".²⁰

Por ejemplo, "Si la posesión de cuatro manzanas nos

²⁰J. Castañeda, *Lecciones de la teoría Económica*. Madrid: Aguilar, 1968, p. 107.



proporcionan una utilidad de 164, la utilidad relativa, unitaria o media será $164/4 = 41$. "Al aumentar a cinco manzanas, la **utilidad total** crece, hasta 185, pero la **utilidad media** decrece porque $185/5 = 37$ ". "No todas las manzanas producen la misma utilidad". Por ejemplo: "Si una manzana proporciona una utilidad de 55 y dos manzanas una utilidad de 100, eso quiere decir que la primera manzana reporta una utilidad de 55, y la segunda, una utilidad de 45. Análogamente, la tercera manzana produce una utilidad de 36, igual a la total de tres manzanas menos la total de dos; y así se determina la utilidad que proporciona cada una de las manzanas poseídas según aparece en el cuadro anterior".²¹

¿Y qué es la *Utilidad Marginal*? Castañeda afirma:

"La utilidad de la última de las unidades se denomina utilidad marginal. Por ejemplo: cuando se poseen seis manzanas, su utilidad marginal es 15, porque ésta es la utilidad de la sexta manzana, última que se posee, igual a la total de seis manzanas menos la total de cinco manzanas".²²

¿Es verdad que la utilidad marginal de una cantidad de

²¹José Castañeda, *ibidem*.

²²J. Castañeda, *loc. Cit.*



unidades de un determinado bien es la **última unidad** de dicho bien, como dice, por ejemplo A. Pesenti, como ya hemos visto?. Pues, no.

Como dice Milton Friedman:

"Hay que subrayar que la utilidad marginal no como algunas veces, se supone, la última unidad; si así fuera, aparecería la siguiente paradoja. Supongamos que X representa naranjas y que todas las naranjas son idénticas, la utilidad de cada una de ellas tiene que ser la misma; si la utilidad marginal fuese la utilidad de la última naranja, tendría que ser también la utilidad de cualquier otra naranja; por lo tanto, la utilidad total sería igual al producto de la utilidad marginal por el número de naranjas".²³

Por lo tanto, explicitando un poco más, la definición del concepto de la utilidad marginal de un bien X, que da Friedman, diremos que: La utilidad marginal de un bien X es el grado de variación de la utilidad total de X cuando aumenta la cantidad de X mientras se mantiene constante la utilidad de los otros bienes.

Por lo tanto:

La utilidad marginal de X es el grado de variación de la utilidad total de X cuando X varía en una unidad, para

²³M. Friedman. *Teoría de los Precios*. Madrid: Alianza Universidad, 1976. P. 51.



valores constantes de otros bienes Y, Z, etc.

O bien:

La utilidad marginal de un bien X es el grado de variación de la utilidad total de X para un cambio de una unidad en la cantidad de X, y no es la utilidad de la unidad marginal (o última unidad) de X.

En consecuencia, aplicando el ejemplo de las naranjas: la utilidad marginal de las naranjas consistirá en "La utilidad de la última naranja más la variación sufrida por la utilidad de las naranjas precedentes cuando se añade una a ellas".²⁴

Mark Blaug, también hace la misma corrección y precisión a la idea equívoca de algunos manuales:

"Los libros de texto actuales aún hablan, en ocasiones, de la utilidad marginal como si se tratara de la utilidad de una unidad marginal, esto puede dar lugar a errores: la utilidad marginal de la última unidad es la utilidad de cada unidad, **puesto que cualquiera de ellas puede ser la última.**"²⁵

"... la utilidad marginal no es la derivada de la utilidad con respecto a la cantidad, sino el incremento

²⁴M. Friedman, Loc. Cit.

²⁵M. Blaug. Op. Cit., P. 426.



diferencial de la utilidad".²⁶ O mejor aún: "La utilidad marginal es la utilidad de la última unidad menos la variación en la utilidad de la unidad precedente, y así sucesivamente para cada unidad, cuando se añade la última. De este modo, tendremos: .

$$\text{Utilidad Marginal} = (du/dx) \text{ } \zeta x, y$$

$$\text{Utilidad Total} = \int_0^x (du/dx) \zeta x \text{ } ^{27}$$

Así mismo, José Castañeda también contribuye a la comprensión y claridad formal, como sigue:²⁸

La Utilidad total que proporciona la cantidad X del bien puede, pues, representarse por

$$u = F(x)$$

La Utilidad media o unitaria se designa por

$$u = F(x)/x$$

La Utilidad marginal puede expresarse por

$$u' = (du/dx) = F' (x)$$

Ahora ya podemos responder a la interrogante fundamental que se plantea la teoría de valor de la utilidad marginal con respecto al concepto del valor

²⁶M. blaug, Loc. Cit.

²⁷M. Blaug, op. cit. P. 426.

²⁸Jose Castañeda. Op. Cit., P. 108.



marginal, mediante.

LA LEY DE LA UTILIDAD MARGINAL DECRECIENTE:

La utilidad marginal de un bien disminuye conforme aumenta la cantidad consumida de dicho bien.

Esta ley fue formulada por primera vez por Jevons tal como lo afirma M. Blaug y tuvo un origen fisiológico:

"Jevons formula la ley de utilidad marginal decreciente. Apela a una ley fisiológica, citando a Jennings en su ayuda, según la cual la respuesta al estímulo disminuye con cada repetición de ese estímulo en un determinado período de tiempo. A esta ley se le dió el nombre de Ley de Weber-Fechner".²⁹

PRINCIPALES PROPIEDADES DE LA UTILIDAD TOTAL

Según José Castañeda³⁰ las principales propiedades de la utilidad total son:

1. Es **positiva**, porque expresa únicamente utilidades y no

²⁹M. Blaug. Op. Cit. P. 426.

³⁰Cfr. José Castañeda. Op. Cit. P. 109.



- las penalidades o fatigas.
2. Es **creciente**, porque si aumenta la cantidad poseída del bien, aumenta así mismo la utilidad que reporta.
 3. La curva representativa es **cóncava** hacia abajo, lo que se comprueba experimentalmente.
 4. La curva representativa **pasa por el origen** de las coordenadas, es decir, que la utilidad del bien es nula cuando no posee ninguna cantidad del mismo.
 5. La utilidad representa un máximo para la cantidad del que proporciona la sociedad.

PRINCIPALES PROPIEDADES DE LA FUNCIÓN DE LA UTILIDAD MARGINAL.

Según el autor antes citado³¹ las principales propiedades de la función de utilidad marginal son:

1. Es **positiva**, lo que resulta como consecuencia necesaria de ser la derivada de la utilidad total, que es creciente.
2. Es **decreciente**, característica que se debe a que la curva de la utilidad total sea cóncava hacia abajo, o, lo que es lo mismo, que la utilidad total crece cada

³¹J. Castañeda, Loc. Cit.



vez menos.

3. Se anula para el **punto de saturación** en que la utilidad total es máxima.

2.2. MAXIMIZACIÓN DE LA UTILIDAD MARGINAL

Toda persona maximiza la utilidad marginal de los bienes que consume o adquiere, con mayor o menor racionalidad y eficacia, en función de dos variables: su ingreso (renta o presupuesto) y los precios de los bienes determinados por el mercado, para lo cual, previamente deberá ordenar (ordinal o cardinalmente) todos los bienes que va consumir o adquirir por orden de preferencia.

Teóricamente, el consumidor ideal que maximiza su utilidad marginal en forma sistemática y con la mayor precisión posible, es pues, el HOMO ECONOMICUS, un individuo de quien se supone, como dice Jerome Rothemberg que:

1. Es capaz de evaluar todas las opciones totales, todas las alternativas de intercambio de su poder adquisitivo disponible por mercancías de manera que puede ordenar con arreglo a sus preferencias.
2. Esta ordenación es completa (transitiva).
3. Opta efectivamente por adquirir mercancías de

conformidad con sus preferencias.

4. Elige aquella combinación que es preferida a todas las combinaciones posibles.

Así pues, según Rothenberg, la maximización de la utilidad "afirma que si un individuo tiene preferencias estructuradas de tal manera que puede ordenar de forma completa (transitiva) sus preferencias, sus elecciones pueden describirse como si el individuo estuviera asignando diferentes niveles de preferencia (utilidad) a esas alternativas y seleccionando la alternativa disponible que tiene el nivel de preferencia más elevado de todos ellos".³²

La maximización de la utilidad se rige según la **ley o principio de la igualdad de las utilidades marginales**, como dice M. Blaug

"... el principio en discusión es el de la igualación de valores marginales: al dividir una cantidad de cualquier cosa entre cierto número de usos competitivos, la distribución "eficiente" requiere que cada cantidad del dividendo sea repartida de tal manera que la ganancia obtenida al destinarse a un uso sea igual a la pérdida causada por hecho de retirarla de otro."³³

Esta ley es formulada por Francisco Mochón Morcillo

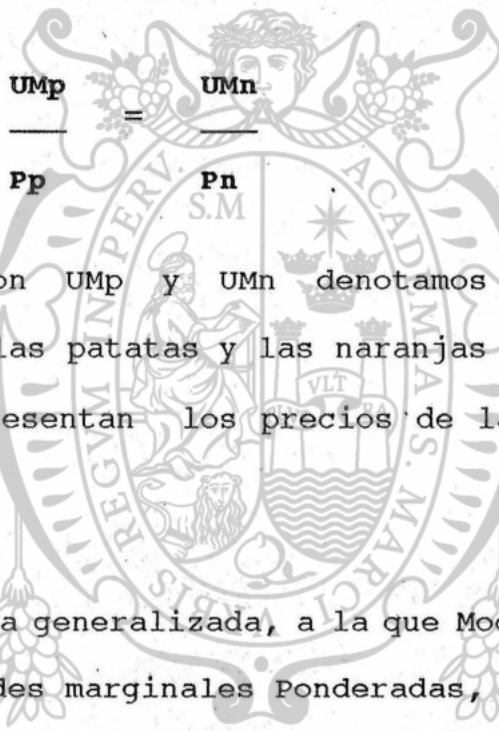
³²J. Rothenberg. "Los Valores y la Teoría del Valor en la Economía". En *La estructura de la ciencia económica*, de S.R. KRUPP (Compilador), Aguilar. Madrid, 1973. P. 285.

³³M. Blaug, op. cit. P. 412.



como sigue: "Cada bien se demanda hasta el punto en que la utilidad marginal de la última peseta gastada en él sea exactamente igual a la utilidad marginal de la última peseta gastada en cualquier otro bien".³⁴

Entonces, por ejemplo, si una persona consumiera sólo dos productos: patatas y naranjas, esta ley, según Mochón, se formularía como:



$$\frac{UMp}{Pp} = \frac{UMn}{Pn}$$

"Donde con UMp y UMn denotamos las utilidades marginales de las patatas y las naranjas respectivamente, y Pp y Pn representan los precios de las patatas y las naranjas".³⁵

Y, en forma generalizada, a la que Mochón denomina Ley de las Utilidades marginales Ponderadas, la formula como:

$$\frac{UMp}{Pp} = \frac{UMn}{Pn} \dots = UM \text{ por peseta de renta.}$$

³⁴M. Mochón, *Economía. Teoría y Política*. Madrid Macgraw-Hill, 1994, p. 103.

³⁵M. Mochón, loc. cit.



Entonces, ¿qué deberá hacer el consumidor si quiere maximizar la satisfacción o utilidad de sus bienes?, "Deberá distribuir su consumo de manera que cada bien le proporcione una utilidad marginal proporcional a su precio".³⁶

De esta manera, según Antonio Pesenti: "La relación de igualdad entre dos bienes es igual a la relación entre sus utilidades marginales",³⁷ que no es otra cosa que una formulación más de la **ley de la igualdad de utilidades marginales**.

La ley de la igualdad de utilidades marginales también permite comprender el equilibrio del consumidor, como dice Pesenti:

"En el proceso de satisfacción de sus necesidades el individuo comienza por destinar primero los bienes disponibles a las necesidades más urgentes y sucesivamente a los menos urgentes, procediendo en modo tal que al final las utilidades marginales de los bienes empleados resulten iguales sean idénticas, por la existencia del dinero, las

³⁶M, Mochón, Loc. Cit.

³⁷A. Pesenti Op. cit. p. 95.



utilidades marginales ponderadas".³⁸

2.3. CURVA DE INDIFERENCIA

Si conociéramos acerca de un consumidor X:

- (1) Su ingreso (renta o presupuesto),
- (2) Un conjunto de bienes de consumo de X con respecto a los cuales X es indifente, y
- (3) Los precios de dichos bienes,

¿Podríamos predecir:

- a. qué cantidad de dichos bienes podrá comprar X,y
- b. qué combinación de dichos bienes podrán comprar X?

Si. Esto es posible, mediante una técnica gráfica que introdujo Francis Y. Edgeworth en su obra *Mathematical Psychics*, a la que denominó "curva de indeferencia", como dice Gary S. Becker:

"Una vez que conocemos las curvas de indiferencia (el sistema de preferencia) de un consumidor, no se necesita ninguna otra información sobre sus actividades o personalidad. Basta conocer sus preferencias, sus ingresos y los precios de mercado para determinar cómo va elegir".³⁹

³⁸A. Presenti. loc. cit.

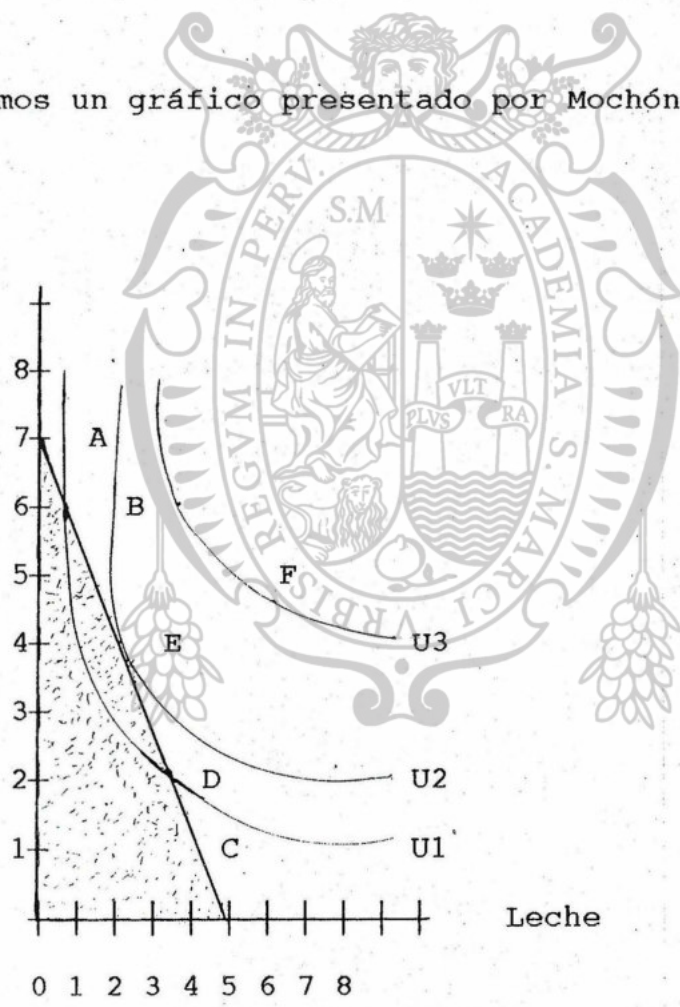
³⁹S. G. Becker, *Teoría Económica*. México: FCE, 1977. p. 43.



O como dice J. R. Hicks: "Supongamos que tenemos un consumidor con un determinado ingreso en dinero, que lo gasta íntegro en dos mercancías X e Y, sin que entren otras en el cuadro. Supongamos que el mercado determina el precio de ambas mercancías". Bajo estas condiciones "Podemos saber las cantidades que comprará, examinado el diagrama de sus curvas de indiferencia, sin necesidad de tener ningún dato sobre la utilidad que deriva de las mercancías".⁴⁰

Veamos un gráfico presentado por Mochón:

Carne



Leche

⁴⁰J. R. Hicks, *Valor y Capital*. México: FCE, 1975, p. 9.



Supongamos que un individuo solamente consume dos productos: carne y leche. Entonces Mochón nos dice: "El individuo estará interesado, en consumir toda su renta, por lo que buscará una combinación de leche y carne que esté sobre la recta de balance y que a la vez le facilite la máxima satisfacción. Esto se conseguirá cuando ese punto corresponda a la curva de indiferencia que esté más arriba y a la derecha de todas las que puede alcanzar. Esto ocurrirá en el punto E, pues en puntos tales como B o D el consumidor se encontrará en una curva de indiferencia más baja y en el punto F no puede situarse, porque la renta de que dispone no se lo permite".⁴¹

En el gráfico anterior, la línea AC es la línea del presupuesto. Teóricamente por cada punto de AC pasa una curva de indiferencia. El aumento de X disminuye su utilidad marginal. Las relaciones más importantes entre la curva de indiferencia y la línea AC de presupuesto o renta son las siguientes:

- (1) Si esta línea corta a la curva de indiferencia el punto de que se trata no puede ser de equilibrio, pues el consumidor podrá siempre llegar a una curva de indiferencia superior que le proporcione una utilidad

⁴¹M. Mochón, op. cit. p. 115.



mayor moviéndose sobre la línea AC en un sentido o en otro. Por lo tanto, en ese punto, no estará obteniendo el máximo de utilidad.

- (2) El máximo de utilidad se alcanzará sólo cuando la línea AC toque (sea tangente a) una curva de indiferencia.
- (3) Si el consumidor se mueve en cualquier dirección a ambos lados del punto de tangencia se trasladará a una curva de indiferencia inferior. Finalmente, ¿Para qué se usan las curvas de indiferencia?.

Según Gary S. Becker se usan para:

1. Analizar las reacciones a cambios en los precios relativos o/en oportunidades.
2. Predecir algo significativo acerca de la sustitución y la complementariedad. Por ejemplo, que otros bienes, como un todo son sustitutos para cualquier bien, X.
3. Proveer de un marco analítico para la descripción de relaciones de sustitución y complementariedad.

2.4. TEORÍA DEL CONSUMIDOR

La teoría del consumidor es una rama de la



microeconomía, que sobre la base de fundamentos psicológicos, partiendo de ciertas variables como la renta, los precios del mercado y otras trata de describir, explicar y hasta predecir la conducta de los individuos con respecto a su preferencia, elección y toma de decisión en sus consumos, como nos dice M. Bruce Jonhson:

"...pretendemos ligar ciertas variables por medio de un conjunto (manejable) de relaciones de comportamiento (lo que se conoce por modelo) con el fin de explicar, y si es posible predecir, los cambios en los valores de las variables, mediante el estudio de las diferentes unidades familiares tanto en un instante concreto como a lo largo de un intervalo de tiempo".⁴²

Según G. S. Becker⁴³ "La teoría de la utilidad -como parte de la teoría del consumidor- estudia:

- (1) Porqué los consumidores prefieren más bienes a menos bienes.
- (2) Porqué los consumidores se van hasta el límite de sus opciones.
- (3) Porqué compran a precios más bajos.

⁴²J. M. Bruce. *El Comportamiento del Consumidor*. Madrid. Alianza Universidad, 1974. P. 15.

⁴³G.S.Becker. Op. Cit., P.51.

(4) La propensión de la gente "De negociar, transportar, e intercambiar una cosa por otra" (A. Smith.).

Históricamente, la teoría del consumidor tiene su origen en los trabajos de John Maynard Keynes, de quien simplemente citemos su definición de propensión a consumir: "La propensión a consumir es "La relación fundamental X entre Y_s , un nivel de ingreso dado, medido en unidades de salario, y C_s , el gasto que para el consumo se toma de dicho nivel de ingreso, de manera que

$$C_s = X(Y_s), \quad \text{o} \quad G = Y_s \cdot X(Y_s) \text{ "44}$$

Y su ley psicológica (que rige al consumo):

"Cuando el ingreso real de la comunidad suba o baje, su consumo crecerá o disminuirá, pero no tan de prisa." ⁴⁵

Posteriormente, los economistas neoclásicos contemporáneos han seguido perfeccionando la teoría del consumidor, así, P. A. Samuelson ⁴⁶ dio el siguiente Teorema Fundamental del Consumidor:

⁴⁴J. M. Keynes, *Teoría General*. México: FCE. 1963, p. 94.

⁴⁵J.M.Keynes. op. cit. p. 30.

⁴⁶P. Samuelson, *Tratado de Economía Política*. México: FCE, 1966, p. 35.



- (1) La demanda de un bien varía siempre en la misma dirección del ingreso del consumidor.
- (2) Las curvas de la pendiente positiva del ingreso implican siempre curvas de la demanda inclinadas negativamente.

Como ya se dijo antes, la teoría del consumidor es una teoría esencialmente psicológica, de aquí que, mejor sería llamarla como la teoría de la psicología del consumidor. Esta teoría descansa sobre tres supuestos fundamentales:

1. Los gustos de los consumidores son estables.
2. Los gustos de los consumidores son independientes de los precios.
3. Los consumidores actúan "Como si" estuvieran maximizando sus utilidades. Este supuesto es conocido como: Principio fundamental de la teoría de la utilidad, que según M. Blaug⁴⁷ puede ser formulada como el "Postulado de Consistencia":

Si un individuo prefiere A a B, en una ocasión, no hay razón alguna para que, en otra ocasión elija B con preferencia a A.

⁴⁷M.Blaug. Op. Cit., P. 494.



Porque, Blaug afirma:

"Si fuera realmente cierto que los gustos están siempre en un proceso de flujo, la conducta del consumidor sería totalmente imprevisible -al menos mientras no existe la amplia teoría del consumo que los críticos piden- y ninguna de las proposiciones familiares de la teoría de la demanda resistiría un examen científico".⁴⁸

Mario Bunge, presenta los siguientes diez enunciados psicológicos a los que ha denominado como el "Decálogo Psicoeconómico Neoclásico"⁴⁹ :

- (I) Todas las personas tienen necesidades y deseos.
- (II) El hombre es insaciable en lo que respecta a sus deseos.
- (III) El hombre es adquisitivo.
- (IV) Todas las personas tienen preferencias y pueden ordenarlas coherentemente.
- (V) Todas las personas están dispuestas a hacer algo para satisfacer sus necesidades y deseos.
- (VI) El hombre es competitivo (o agresivo) antes que cooperativo.

⁴⁸M. Blaug, loc. cit.

⁴⁹Mario Bunge, *Economía y Filosofía*. Madrid: Tecnos, 1982. p. 78



(VII) El hombre trata de minimizar el esfuerzo que pone en satisfacer sus necesidades y deseos. (Más brevemente y en gitano: El hombre le tiene asco al trabajo, ¡Ay leré, leré, leré, leré!)

(VIII) Cuánto más uno tiene menos valora cualquier incremento de ello (Ley de la Utilidad Marginal Decreciente).

(IX) El hombre se enfrenta constantemente con elecciones, y por tanto se ve forzado a tomar decisiones.

(X) El hombre es un maximizador: toma las decisiones que más probablemente maximicen su utilidad (placer o ganancias).

Según Bunge, algunas de estas hipótesis parecen ser verdaderas, como (I) y (V). Otras, como la (IV) deberían ser replanteadas porque "...suelen tratar las preferencias de manera irrealista, por guiarse por consideraciones de precio (o valor de cambio) antes que de necesidad (o valor de uso)".⁵⁰

Finalmente, Bunge, con respecto a la Ley de la Utilidad Marginal Decreciente, o sea, la hipótesis (VIII), hace tres observaciones, de las cuales, las tres primeras

⁵⁰M. Bunge. *Economía y Filosofía*. Madrid: Tecnos, 1982. P. 80.



son graves:

- a. Esta hipótesis es lógicamente contradictoria con la hipótesis (II).⁵¹
- b. Aunque parece intuitivamente verdadera, pero sin embargo, es difícil de poner a prueba porque, por definición, las utilidades (valores subjetivos) no son objetivas, y por tanto, no son fáciles de estimar.
- c. Sería deseable deducir esa ley de leyes concernientes a necesidades y deseos objetivos.



⁵¹Mario Bunge, op. cit. P. 81.



III. ALGUNAS OBSERVACIONES CRÍTICAS.

3. 1. A LA TEORÍA DE LA UTILIDAD MARGINAL.

3.1.1. FUNDAMENTO PSICOLÓGICO Y FUNDAMENTO ÉTICO.

La validez de la teoría de la teoría de la utilidad marginal así como la validez de la teoría del consumidor y la teoría clásica y neoclásica de la economía se apoya en la validez de la psicología y la ética.

La ética puede entenderse en tres sentidos principales:

1. Ética como sinónimo de moral. En este sentido la ética es un conjunto de normas, principios y reglas de conducta moral. Por lo tanto en este sentido, la ética es normativa.



2. Ética com una rama de la filosofía, que tiene por objeto a la moral -o sea, a la ética en el primer sentido-, de aquí que a este segundo sentido de ética también se le denomine "Metaética", "Ética filosófica", ética teórica", etc. En este sentido, la "ética" es ética y axiológicamente neutra.

3. Ética como estudio científico multidisciplinario de la conducta moral del hombre, que apoyándose en los resultados e investigaciones de la psicología, biología, antropología, sociología, psiquiatría, etc. trata de describir, explicar y si fuera posible predecir la conducta moral del hombre, dentro de un sistema moral de una sociedad y una época dada.

¿En cuál de estas "éticas" se supone que se basa la teoría de la utilidad marginal?. Obviamente no se basaría en el primer sentido de la ética, porque metodológicamente y epistemológicamente la economía -positiva- por definición como ciencia, tiene que ser ética y axiológicamente neutra, otra cosa es que como una cuestión de hecho sea imposible evitar del todo los valores en la economía así como en todas las ciencias sociales. Tampoco se basaría en el segundo sentido de ética, porque en este segundo sentido la ética es filosofía, y la filosofía, en general, no es un



cuerpo de conocimiento, porque como decía L. Wittgenstein "En la filosofía no se sientan tesis", o como decía Kant: "Yo no enseñé filosofía, yo sólo enseñé a filosofar", la filosofía es esencialmente un estudio y un análisis conceptual de problemas cuya solución está fuera del alcance de la ciencia, en primer lugar; y el cuestionamiento y problematización desde el punto de vista de los fundamentos filosóficos a cualquier tema, en segundo lugar. Si a pesar de esto, la filosofía se usa como un sistema de proposiciones verdaderas para la acción o para fundamentar alguna teoría científica -a modo de una teoría más general-, la filosofía se convierte en un dogma y negación de sí misma.

Históricamente, la teoría de la utilidad marginal y la economía clásica se apoyaron en la **ética hedonista**. Así, W. S. Jevons decía: "En esta obra he intentado tratar a la economía como un cálculo de placer y el dolor",⁵² "El placer y la pena son sin duda alguna los objetivos últimos del cálculo de la economía",⁵³ "Satisfacer nuestras necesidades al máximo, con el mínimo de esfuerzo... o en otras palabras, lograr la máxima satisfacción y placer, es el

⁵²Citado en: M. Dobb. Op. Cit., P. 187.

⁵³M. Dobb, op. cit. P. 203.



problema de la economía".⁵⁴ En estas declaraciones Jevons se apoyó directa y totalmente en la ética hedonista de Jeremías Bentham (1748-1832), quien decía "Los placeres y el evitar los dolores son los fines que el legislador tiene en mira; le incumbe por consiguiente comprender su valor. Los placeres y los dolores son los instrumentos con los que tiene que trabajar: le incumbe por consiguiente comprender su fuerza, lo que es, a su vez, en otras palabras, su valor".⁵⁵ Y en la de su seguidor John Stuar Mill, quien decía: "Por felicidad se entiende el placer y la ausencia del dolor; por infelicidad el dolor y la falta de placer",⁵⁶ "El placer y la exención del sufrimiento son las únicas cosas deseables... son deseables ya bien por el placer inherente a ellas mismas, o como medios para la promoción del placer y la evitación del dolor".⁵⁷

¿Y cuál es el fundamento psicológico de la ética hedonista?. ¿En qué psicología se basaron Bentham y Mill? Obviamente en la Psicología precientífica, en la prehistoria de la psicología científica, porque de acuerdo

⁵⁴M. Dobb, Loc. Cit.

⁵⁵M. Dobb, op. cit. P. 198.

⁵⁶J. S. Mill. *El Utilitarismo*. Madrid: Alianza universidad, 1984. P. 46.

⁵⁷J. S. Mill, Loc. cit.



a Edna Hidebreder, la psicología científica recién nace con la fundación del primer laboratorio de psicología en Leipzig en 1879 por Wilhelm Wundt, (1832-1920), como ella dice: "El primer laboratorio de psicología fue fundado en 1879 por Wilhelm Wundt, en Leipzig. Esta frase figura casi inevitablemente en toda exposición acerca del desarrollo de la psicología como ciencia".⁵⁸


¿Y, qué dice la psicología contemporánea acerca del dolor y el placer como fundamento de la ética hedonista?. ¿Cuántas clases de placer existen: dolor físico, psicológico, moral, estético,...?. ¿Es el dolor una negación lógica del placer, y recíprocamente?. Según José A. Russo Delgado:

"El problema del dolor en general no toca propiamente a la psicología sino a la filosofía y a la religión, las concepciones acerca del dolor y del placer varían según las posiciones religiosas y filosóficas, en cambio si es problema psicológico el de la naturaleza del dolor físico".⁵⁹

Lo mismo, sólo el estudio del **placer físico**

⁵⁸E. Hidebreder. *Psicologías del Siglo XX*. Buenos Aires: Paidós, 1970. P. 61.

⁵⁹D.J.A.Russo. *Lecciones de Psicología General*. UNMSM. Lima.1965. P.168.



corresponde a la psicología, y aún esto se ha estudiado menos: "El placer (en griego "hedone" de **Hedys** que significa suave) se ha estudiado menos que el dolor por ser más difícil de provocar experimentalmente su aparición; en general, se acepta que la excitación que lo produce debe ser de intensidad media, moderación a la que haría referencia la etimología de la palabra griega para placer".⁶⁰ Los psicólogos experimentales más notables como W. B. Cannon, R. S. Woodworth y C. S. Sherrington y otros han trabajado sobre las bases físicas, fisiológicas y neurológicas de las emociones como el miedo, la cólera, la sorpresa, el reflejo psicogalvánico, etc., pero no sobre el dolor ni el placer.⁶¹

Finalmente, veamos dos detalles importantes acerca del dolor y el placer que muestran por un lado la falsedad de la ética hedonista y de la psicología subyacente a ella, y por otro lado, lo difícil que es estudiar científicamente el dolor. En primer lugar, los hedonistas consideran el dolor como una negación lógica del placer, y recíprocamente, presentando una falsa descripción de la conducta del hombre. Es decir, si X es un individuo

⁶⁰J. A. Russo, op. cit. P. 170.

⁶¹W. B. Cannon, R. S. Woodworth y Otros. *Las Grandes Realizaciones de la Psicología Experimental*. México: FCE, 1962.



cualquiera:

-Si X no está en estado de placer entonces X está en estado de dolor,

-Si X no está en estado de dolor entonces X está en estado de placer,

De tal modo que,

-X está en estado de placer si y sólo si X no está en estado de dolor.

O, más aún, para todos los estados o experiencias posible E_1, E_2, \dots de X, de los cuales E_i es estado de dolor y E_j es estado de placer: o X está en el estado E_i o X está en el estado E_j , rehuendo en todo momento de todos los demás estados y sobre todo del estado E_i , y en todo momento buscando únicamente al estado E_j , o sea al estado de placer. Es decir, el estado ideal para el hedonista sería un estado de placer en todo momento y sin límites. Esto es pues, una descripción falsa y caricaturesca de la conducta real del hombre.

Falsa, porque:

1. Se olvida de un estado intermedio entre el placer y el dolor: **la serenidad**, un estado de paz, de sosiego, de



tranquilidad, que muchos individuos buscan antes que al placer.

2. Contradice a la ley de la utilidad marginal decreciente, que ya se expuso en el capítulo III.

En segundo lugar, no existe una relación de causa-efecto único e invariante entre el estímulo y la sensación de dolor (o de placer). Es decir, un estímulo produce una sensación de dolor (o de placer) en un individuo. Este mismo estímulo en otro individuo produce placer, y en un tercer individuo no produce ni lo uno ni lo otro o produce cualquier otra sensación distinta. Esto es lo que dan a entender J. O. Whittaker y S. J. Whittaker cuando dicen: "Las experiencias dolorosas son en apariencia, y en alto grado, subjetivas, ya que los estímulos que algunos sujetos encuentran intolerables ni siquiera son desagradables para otros".⁶² De esta manera, "...las investigaciones sugieren que aparentemente no existe una relación uno a uno entre un estímulo doloroso y la sensación resultante".⁶³

⁶²J. M. Whittaker y S. Whittaker. *Psicología. Interamericana*. México. 1985. P. 433.

⁶³ibidem.



3.1.2. EL SUPUESTO DE LA ESTABILIDAD DE GUSTOS Y PREFERENCIAS.

La teoría de la utilidad marginal, la teoría de la demanda, el marketing, etc., para su validez presuponen como condición necesaria la estabilidad de gustos y preferencias de los consumidores. Porque, como dice M. Blaug: "Si fuere realmente cierto que los gustos están siempre en un proceso de flujo, la conducta del consumidor sería totalmente imprevisible al menos mientras no existe la amplia teoría del consumo que los críticos piden y ninguna de las proposiciones familiares de la teoría de la demanda resistiría un examen científico".⁶⁴ Confiados en este hecho, según Blaug, los economistas han formulado el siguiente postulado que ya se expuso en el capítulo anterior (Postulado de Consistencia):

Si un individuo prefiere A a B, en una ocasión, no hay razón alguna para que, en otra ocasión elija con preferencia a A.

Y, así, de acuerdo a este postulado, "Los consumidores actúan "como si" estuvieran maximizando sus utilidades".⁶⁵

⁶⁴M.Blaug. Op. Cit., P.494.

⁶⁵ibidem.



Aquí, cabe hacer dos observaciones:

1. Lo que el postulado de consistencia dice desde el punto de vista lógico es, que la relación de preferencia es una relación asimétrica. O sea, esquemáticamente:

$$P(ab) t_n \rightarrow P(ba) t_{n+k}$$

y, por tanto:

$$P(ab) t_n \rightarrow P(ab) t_{n+k}$$

Pero, ¿Es realmente siempre asimétrica en el tiempo la relación de preferencia?. No, porque son posibles los siguientes casos:

a. Si S prefiere A en vez de B en t_n y en t_{n+k} llega a tener conocimiento de que B es mejor que A (por ejemplo, por sus consecuencias), y por tanto, S prefiere B en vez de A en t_{n+k} .

b. Si S prefiere A en vez de B en t_n , y en t_{n+k} toma conocimiento de que A se ha vuelto de una calidad inferior que B, entonces S prefiere B en vez de A en t_{n+k} .

O sea, la relación de preferencia es simétrica en algunos casos,



$$P(ab) t_n \rightarrow P(ba) t_{n+k}$$

2. Es un hecho que los gustos y las preferencias varían de:

- Individuo a individuo
- Una sociedad a otra
- Una época a otra
- Una cultura a otra
- Etc.

¿Entonces cómo se puede entender o interpretar el supuesto de la estabilidad de gustos y preferencias?. Aquí no caben más que dos maneras de entenderla e interpretarla. En primer lugar, sean $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ todos los individuos (consumidores) que conforman una sociedad y sean $P_1, P_2, P_3, \dots, P_n$ los gustos de todos los gustos y preferencias de esos individuos, respectivamente, en una época dada. Estos conjuntos no son disyuntos, o sea, $P_1 \cap P_2 \cap P_3 \dots \cap P_n \neq \emptyset$, por lo tanto existe un conjunto C de gustos y preferencias comunes que comparten todos los X_1, X_2, \dots, X_n . Sobre este conjunto de gustos y preferencias comunes a todos los miembros de una sociedad en una época dada, es donde se fundan la teoría de la utilidad marginal, la teoría de la demanda, las investigaciones de marketing, etc. En consecuencia, no todos los gustos y preferencias varían en forma continua y permanente de individuo a individuo (o aún, en un mismo individuo de un momento a otro), de



sociedad a sociedad, de época a época, etc., sino, hay un conjunto de gustos y preferencias que se mantienen estables e invariantes dentro de una sociedad durante un período o varios períodos.

Ahora bien, una vez hecha estas aclaraciones conceptuales y formales acerca de la preferencia e indiferencia, ¿Cómo incorporarlas operacionalmente a la ciencia económica, por cuanto, los gustos, la preferencia, la indiferencia, etc., en principio, no son más que estados mentales de los individuos, aspectos subjetivos de las conductas de los individuos?. Como dice Blaug:

"No hay duda de que, a menudo nuestra preferencia por A, comparado con B, es mucho más fuerte que nuestra preferencia por B, comparado con C. Sin embargo, estas sensaciones introspectivas no tienen consecuencias operativas. Hubiéramos escogido A antes que B, y B antes que C, incluso si la primera preferencia ha sido mucho más intensa que la segunda. Al nivel de observación la idea de intensidad de preferencia carece de significado".⁶⁶

Entonces, ¿qué alternativa queda si queremos asignar **objetividad** y operacionalizar a los conceptos de preferencia e indeferencia?. La única alternativa que queda

⁶⁶M. Blaug, op. cit. P. 484.



es medirlas estadísticamente a partir de ciertos indicadores, como dice Blaug: "A menos que dar a la indiferencia un significado estadístico -el individuo no escoge B, antes que A, con más preferencia de la que escoge A, antes que B, en un elevado número de observaciones- tenemos que rechazar el concepto de indiferencia, usando el mismo razonamiento conductista, que hemos empleado contra la noción de intensidad de preferencia".⁶⁷

3.1.3. LA LEY DE LA UTILIDAD MARGINAL.

La explicitación de sus presupuestos para una formulación correcta, las dificultades en su establecimiento, y su contradicción con otras leyes, es lo que trataremos seguidamente.

Un economista como Francisco Mochón Morcillo -y todos los demás- formula la Ley de la Utilidad Marginal Decreciente como: "La utilidad marginal de un bien disminuye conforme aumenta la cantidad consumida de dicho bien".⁶⁸

⁶⁷M. Blaug, Loc. Cit.

⁶⁸M.F.Mochon. Op. Cit., P.101.



Mochón cree que ésta no es una ley determinista porque tiene excepciones: "Aunque las preferencias de los individuos por la mayoría de los bienes parecen coherentes con el principio de la utilidad marginal decreciente, puede ocurrir que, en ocasiones, esto no sea así. Por ejemplo, en el caso de un coleccionista cabe esperar que al aumentar la cantidad de un determinado bien aumente su utilidad marginal. Estos casos, sin embargo, se consideran como anormales".⁶⁹

A Mochón y otros economistas les parece que la Ley anterior no es determinista, que tiene excepciones, que hay casos "anormales", simplemente porque no han explicitado los presupuestos sobre los cuales descansa la validez y el carácter determinista de dicha ley.

La formulación correcta de la Ley de la utilidad marginal decreciente descansa sobre los siguientes presupuestos:

Una clase $B = \{b_1, b_2, \dots, b_n\}$, donde los bienes b_1, b_2, \dots, b_n son todos iguales, equivalentes, o cuando menos homogéneos, tal que una subclase $B = \{b_1, b_2, \dots, b_k\}$, (para $k \leq n$) satisface una necesidad N en un tiempo finito t .

⁶⁹M. Mochón, Loc. Cit.



Pues bien, esta clase de bienes, pues son únicamente los **bienes consumibles**, fungibles y perecibles, y no bienes de otra clase. Bajo estas condiciones, la ley de la utilidad marginal decreciente resulta ser claramente una ley determinista y en consecuencia, no tiene excepciones. Por tanto, no se aplica al caso de **coleccionistas**, de avaros que atesoran riqueza monetaria, como algo valioso intrínsecamente, etc..

Una segunda observación sobre la ley de la utilidad marginal decreciente constituye la dificultad que ofrece el ponerla a prueba, por cuanto las utilidades son subjetivas, y en consecuencia, difíciles de estimar, como dice Bunge:

"...la "ley" de la utilidad marginal decreciente es intuitivamente verdadera, sin embargo, obsérvese que ...es difícil de poner a prueba porque por definición, las utilidades (valores subjetivos) no son objetivos, y por tanto, no son fáciles de estimar".⁷⁰

Frente a tal dificultad, como una forma indirecta de probarla, Bunge piensa que "sería deseable deducir esa ley de leyes concernientes a necesidades y deseos objetivos".⁷¹

⁷⁰M.Bunge. Op. Cit., P.81.

⁷¹ibidem.



Una tercera observación a la ley de la utilidad marginal decreciente constituye la contradicción de ésta con la segunda del llamado "Decálogo del psicoeconomista neoclásico, denunciado así mismo por Bunge. (loc. cit.) Es decir, explícitamente, se trata de la contradicción que existe entre los siguientes enunciados:

"El hombre es insaciable en lo que respecta a sus deseos".Y
"Cuánto más uno tiene tanto menos valora uno cualquier incremento de ello". (Forma de la ley de la utilidad marginal decreciente dada por Bunge).⁷²

Aquí, la aparente contradicción denunciada por Bunge se desvanece, por un lado, interpretando la ley de la utilidad marginal decreciente bajo los presupuestos explicitados en la primera observación, y por otro lado, aclarando, que precisamente, la ley: "El hombre es insaciable en lo que respecta a sus deseos" a la inversa de la ley de la utilidad marginal decreciente, o como un complemento de éste, tiene alcance válido únicamente sobre la clase de **bienes no consumibles** como los objetos del deseo, por ejemplo, bienes inmuebles, muebles, dinero, etc..

⁷²Mario Bunge, Loc. Cit.



3.1.4. LA TEORÍA DE LA UTILIDAD MARGINAL NO EXPLICA -ASÍ COMO TAMPOCO NO PUEDE PREDECIR NADA SISTEMÁTICAMENTE- SI NO, SÓLO DESCRIBE.

Así, según M. Blaug, la utilidad no puede explicar la conducta del consumidor:

1. Porque la psicología en que se basa esta teoría (la teoría subjetiva del valor) es mala, o al menos discutible.
2. Porque los aspectos psicológicos de la conducta del consumidor carecen de importancia en relación con los hechos objetivos del proceso económico el cual sigue su curso independientemente de los sentimientos individuales.⁷³

Así mismo, "Una función de utilidad no es más que una manera de describir las preferencias de un individuo entre varias alternativas, reales o hipotéticas". En consecuencia, "Una función de esta clase no explica las elecciones del individuo...".⁷⁴

⁷³M. Blaug. Op. Cit., P.492.

⁷⁴M. Blaug, Loc. Cit.



Tampoco, la utilidad puede explicar el valor de cambio, sino únicamente el valor de uso. Este hecho ya se sabía desde la época de Smith, como dice José Castañeda:

"Para explicitar el concepto de valor, se ha tratado de basarlo en la utilidad de bienes, pero fácilmente pudo apreciarse la antinomia subrayada por Smith, de que si bien la utilidad podía explicar el valor de uso, no lograba hacerlo con el valor de cambio, porque había bienes como el agua, cuyo valor de uso es enorme, puesto que son indispensables para la vida, y que carecen de valor de cambio, mientras que otros bienes, como los diamantes, alcanzan un valor de cambio muy elevado y poseen un valor de uso muy reducido".⁷⁵

El problema del valor, se discutirá directamente, en otro párrafo más adelante.

De acuerdo a los partidarios de la utilidad marginal, los gustos, preferencias y elecciones de los consumidores, determinan libremente, conforme a la Ley de la oferta y la demanda, la jerarquía de los valores de los bienes en el mercado, y permiten así, emitir juicios de valor antes de la constitución de la estructura de precios en el mercado. Según A. Pesenti aquí se comete la falacia de Petición de

⁷⁵Jose Castañeda. Op.cit, P.95.



Principio: "Esta orientación contiene, desde el punto de vista filosófico, una trillada petición de principio", porque "La elección, el juicio de valor y el de la utilidad son, pues, imposibles antes de existir una estructura económica y de precios",⁷⁶ porque "El juicio sobre la utilidad de una mercancía presupone en el consumidor el conocimiento del precio...",⁷⁷ porque "Antes de que exista una estructura económica, una estructura de precios, no es posible un juicio de utilidad".⁷⁸ Entiéndase aquí "utilidad como valor de cambio" o simplemente como "valor", para comprender mejor a Pesenti; y así, lo que él sostiene en otras palabras, es que, la teoría de la utilidad marginal no explica la génesis del valor de cambio y la estructura de precios en el mercado. ¿Por qué?, ¿Por que es falaz la posición de los marginalistas?. Es falsa porque como dice A. Pesenti:

1. "Los teóricos de la utilidad marginal parten del examen del consumidor abstracto, lejano del mundo real, que debería emitir juicios de utilidad formando una jerarquía de bienes cuyo valor en realidad no

⁷⁶Antonio Pesenti. Op. Cit., P.21.

⁷⁷A. Pesenti, op. cit. P. 95.

⁷⁸A. Pesenti, P. 96.



puede el formar porque el mercado lo ha hecho".⁷⁹

2. "El consumidor jamás es libre en el capitalismo y menos en el capitalismo de prevaeciente monopolio". Porque "La iniciativa siempre la ha tenido el productor capitalista que ofrece la mercancía. Es él quien **crea, estimula** las mercancías, **se impone** y **obsesiona** a la gente con la propaganda de sus productos".⁸⁰

Y, como dice Mario Bunge sostiene:

3. Es falso el postulado clásico y neoclásico, de acuerdo al cual: "En el mercado libre los precios no los fijan los productores ni los consumidores ni ningún otro: resulta del libre juego de la oferta y la demanda", ya que "El mercado libre, objeto de las teorías clásicas y neoclásicas, ya no existe, de modo que esas teorías sólo tienen un interés histórico",⁸¹ "Ya no quedan mercados libres o competitivos en los países industriales, al menos al nivel de las grandes corporaciones privadas o estatales que están reguladas por una pesada maquinaria legal y burocrática, y controlada por poderosos sindicatos de trabajadores" (Loc. Cit.), de modo que, "Salvo algunos economistas,

⁷⁹Antonio Pesenti, op. cit, p. 95.

⁸⁰A. Pesenti, op. cit. P. 97.

⁸¹M.Bunge. Op. Cit., P.86.



ignoran el mecanismo de fijación de precios por las grandes corporaciones en las naciones industrializadas y por las transacciones en el tercer mundo".⁸² En consecuencia, según Bunge, el postulado, "Según el cual el precio de equilibrio es fijado por el libre juego de la oferta y la demanda, fue a pasar al mismo "basurero de la historia".⁸³

3.2. ¿Y LOS VALORES? ¿QUÉ SON LOS VALORES?

3.2.1. SU DEFINICIÓN Y SUS SENTIDOS.

Los economistas a partir de Marx muy poco han intentado hablar directamente del concepto de valor en economía. Los que lo han hecho, generalmente han hablado del valor como costo de producción, utilidad, precio, etc., y no del concepto del valor en sí mismo, como un concepto general y abstracto:

probablemente, porque un concepto general y abstracto es más propio de la filosofía que de la ciencia. Por esta

⁸²M. Bunge, loc. cit.

⁸³Mario Bunge, op. cit. p. 87.



razón, los conceptos de valor dados por los economistas son generalmente bastante fragmentarios y pobres analíticamente.

El problema científico principal en relación al concepto de valor en economía, es una vez dada cualquier definición de dicho concepto, es cómo operacionalizarla e incorporarla a la teoría económica, a fin de que conjuntamente con otros conceptos y leyes de la economía, permita describir, predecir y explicar fenómenos económicos. Porque, de no ser posible, simplemente queda como un concepto decorativo.

Como ya hemos visto, según José Castañeda, la utilidad sólo permite definir el **valor de uso**, pero no es suficiente para definir el **valor de cambio**, y lo que importa a la economía es definir este segundo concepto. Históricamente, como ya había advertido Smith, si se pretende definir el valor meramente en función de la utilidad surgen ciertas "paradojas" o "antinomias" como la del agua y el diamante, porque como dice Castañeda:

"Había bienes como el agua, cuyo valor de uso es enorme, puesto que son indispensables para la vida, y que carecen de valor de cambio, mientras que otros bienes como los diamantes, alcanzan un valor de



cambio muy elevado y poseen un valor de uso muy reducido".⁸⁴

¿Cómo se resolvió esta antinomia?. Según Castañeda

"La antinomia fue resuelta con la consideración de que el valor no podría explicarse por una sola cualidad de los bienes, como es la utilidad, sino que, al igual que otros tantos elementos de la economía, que se forman por la conjugación entre dos fuerzas opuestas, también el valor de los bienes resultaba del juego de dos cualidades, **la utilidad y la rareza** según puso de relieve Walras. Así quedaba justificado que el agua carezca de valor, pues bien posee gran utilidad, se encuentra en abundancia y por ello no reúne el requisito de la rareza; por el contrario, los diamantes alcanzan valor elevado, pues aunque su utilidad es pequeña, se encuentra en cantidades muy escasas; es decir, son objetos raros".⁸⁵

De esta manera, según Castañeda, el concepto de la utilidad marginal por sí solo explica los dos conceptos de valor: "La utilidad marginal es un concepto que por sí solo permite explicar el valor, pues reúne los dos elementos de utilidad y rareza. El valor de un bien no se determina por la utilidad total del mismo, sino exclusivamente por su

⁸⁴José Castañeda. Op. Cit., P.111.

⁸⁵J. Castañeda, Loc. Cit.



utilidad marginal, que es la que proporciona la última unidad del bien que se posee o se consume. Como el agua se encuentra en abundancia y el sujeto la emplea hasta la saciedad, en tales condiciones sabemos que la utilidad marginal es nula. Respecto a los diamantes, la utilidad marginal es grande, porque las disponibilidades de los mismos son escasos y el sujeto los apetece o desea en cantidades muy superiores a las que se posee".⁸⁶

De aquí, entonces podemos sintetizar la definición del valor como sigue:

VI. X vale si y sólo si X es útil y X es escaso.

Esta definición responde a las siguientes interrogantes:

(1) ¿Cuándo X tiene un valor de cambio?

¿Cuándo X vale?. ¿Cuándo X no vale?

¿Porqué X vale?. ¿Porqué X no vale?

Pero, no responde a las siguientes interrogantes sobre el valor:

(2) Dados dos bienes cuales fuera X y X':

¿Cuándo un bien X tiene a la vez más valor de uso y más valor de cambio que un bien X'? ¿Cuándo X vale

⁸⁶José Castañeda, Loc. Cit.



más que X'?

¿Porqué X vale mas X'?

Porque es perfectamente posible que dos bienes X y X' satisfazgan exactamente las dos condiciones de la definición VI, o sea, que ambos sean útiles e igualmente escasos (que la cantidad real disponible de X sea exactamente igual a la cantidad real disponible de X'), y sin embargo, que X valga más que X' (o a la inversa).

Para responder a los interrogantes de (2) es preciso explicitar clases de necesidades y clases de bienes como sigue:



Clases de Necesidades. - Las necesidades para este propósito pueden dividirse en dos tipos:

N1. Necesidades irrenunciables, irresistibles e inevitables. Tales como la vida, el agua, el aire, la comida, etc.

N2. Necesidades dispensables, soportables y renunciables. Tales como una bebida, un vestido, un viaje, un automóvil, etc.

Clases de Bienes. - Los bienes para este propósito pueden dividirse de la siguiente manera:



B1. Bienes que satisfacen N1, son escasos y no tienen sustituto. Por ejemplo, un medicamento contra el SIDA (bajo el supuesto de que se haya hallado tal medicamento y fuera caro y escaso), un medicamento contra el Cáncer, un vaso de agua en el desierto, etc.

B2. Bienes que satisfacen N1, son escasos y no tienen sustitutos a su vez escasos. Por ejemplo, cierto tipo de alimentos,...

B3. Bienes que satisfacen N1, son abundantes y no tienen sustitutos. Por ejemplo, el agua, el aire, etc.

B4. Bienes que satisfacen N1, son abundantes y tienen sustitutos. Por ejemplo,...

B5. Bienes que satisfacen N2, son escasos y no tienen sustitutos. Por ejemplo, el oro, el diamante, etc.

B6. Bienes que satisfacen N2, son escasos y tienen sustitutos, a su vez escasos. Por ejemplo, el petróleo, la carne de res, ciertos medicamentos, el automóvil, etc.

B7. Bienes que satisfacen N2, son abundantes y no tienen sustitutos. Por ejemplo,...

B8. Bienes que satisfacen N2, son abundantes y tienen sustitutos. Por ejemplo, el agua del mar para nadar.

Ahora bien, para responder a los interrogantes de (2) es suficiente con ordenar algunos de los bienes anteriores,



como sigue:

$$B6 < B5 < B2 < B1.$$

Es decir:

V2. Un bien X vale más que un bien X' si y sólo si X y X' son escasos y X satisface a una necesidad más prioritaria que la que satisface X'.

Obviamente, los cuatro tipos de bienes restantes sólo tienen valor de uso, y también se podría establecer una relación de orden para estos bienes, de menos a más, en términos de valor de uso, como sigue:

$$B8 < B7 < B4 < B3.$$

En consecuencia, queda demostrado, que nos basta con que un objeto sea escaso (por supuesto con una utilidad no igual a cero) para que tenga un alto valor de cambio, sino que es necesario que satisfaga una necesidad prioritaria, esencial.

Pero, tampoco la definición V1 responde a los interrogantes:



Dado un sujeto X y un bien Y:

¿Cuánto Y vale para X?. ¿De qué depende que Y valga para X?.

Porque, al margen del valor de cambio de Y (valor de mercado), hay un tercer sentido de valor de Y asociado con su valor de uso, según el cual, el valor de Y varía de un sujeto a otro (o, aún, en un mismo sujeto, en distintos momentos) en función de diversos factores, conforme a los cuales, le asigne más (o menos) valor o más (o menos) importancia a Y, apetece o prefiere más (o menos) a Y, etc.. En este sentido, el valor de Y para X, depende de los siguientes factores o variables:

- N : Necesidad de X.
- P_o : Presupuesto de X.
- C : Cultura de X.
- P₁ : Propiedades naturales y objetivas de Y.
- P₂ : Propaganda sobre Y.

Entonces, utilizando un relator binario T podemos dar una definición lógica del valor como sigue:

$$V3. \forall X \forall Y [(T(N, X) \wedge T(P_o, X) \wedge T(C, X) \wedge (P1, Y) \wedge T(P2, Y)) \rightarrow V(YvX) \leftrightarrow v=f(N, P_o, C, P_1, P_2)]$$



Cuya lectura es:

Para todo sujeto X y para todo bien Y , si N es necesidad de X , P_0 es presupuesto de X , C es cultura de X , P_1 es propiedad de Y , y P_2 es propaganda sobre Y , entonces Y vale v para X si y sólo si v es una función de N , P_0 , C , P_1 y P_2 .

De esta manera, el concepto de valor es definible sólo indirectamente: inferiéndola a partir de enunciados observacionales y teóricos (derivados a su vez a partir de otros enunciados observacionales, como el enunciado referente a la utilidad) por cuanto "valor" no es un término observacional del mismo modo que "útil", "preferencia", etc., como dice precisamente D. J. White acerca de la preferencia: "La elección es observable (al menos en la mayoría de los casos) pero la preferencia ha de ser inferida de alguna parte",⁸⁷ o como dice A. L. Meyers acerca del carácter no observable del referente de "utilidad": "La utilidad de cualquier bien o de una unidad de un bien, sólo es mensurable en tiempos del grado de intensidad de la necesidad que puede satisfacer como tal necesidad, en último extremo sólo existe en la mente de

⁸⁷D. J. White. *Teoría de la Decisión*. Madrid: Alianza Universidad, 1972. P. 19.



cada individuo".⁸⁸

No existe otra forma de definir el valor, por la sencilla razón, como ya se ha dicho, porque el referente del término "valor" no es observable. El no haberse dado cuenta de este hecho ha ocasionado interminables discusiones infructuosas a lo largo de toda la historia.

3.3. ¿ES MENSURABLE EL CONCEPTO DE VALOR EN ECONOMÍA? ¿CÓMO SE OPERACIONALIZA PARA TAL EFECTO?.

El concepto de valor en economía es un concepto mensurable. Para tal efecto se operacionaliza a través del **precio**, que es su representación formal y objetiva. El precio es un indicador directo e inmediato del valor de cambio, y un indicador indirecto y aproximado de los otros conceptos de valor. Es así, por ejemplo, como dice J. Rothemberg: "Los "valores" en la "teoría del valor" son los valores del mercado, esto es, los valores del mercado de los servicios productivos o de lo que los lleva incorporados y de las mercancías. Estos valores de mercado son entidades anónimas; impersonales. Pero no son

⁸⁸A.L.Meyers. *Elementos de Economía Moderna*. Plaza & Janés S.A. Editores Barcelona, 1977. P.59.



abstractas; son concretas. Tienen su representación como precios de mercado".⁸⁹

Así pues, no hay otra forma de medir el valor en la economía. Ninguna de las definiciones del concepto de valor dadas hasta ahora está dada en términos de una definición formal y ninguna se presta a medición, como dice Mario Bunge:

"La noción de valor objetivo (o valor de uso) central en la economía política desde Ricardo, no está en mejor forma. Se lo define a veces en términos de necesidades, otras en términos de escasez (por tanto, en última instancia de demanda), y Marx definió como trabajo socialmente necesario. Ninguna de estas es definición formal y ninguna se presta a medición".⁹⁰

De esta manera, en la práctica, prosigue Bunge: "Casi todo cuanto queremos decir acerca del valor objetivo (o valor de uso) puede decirse acerca del precio, que define la igualdad del valor de cambio",⁹¹ (Loc. Cit.). De esta manera, la versión formal y práctica de la teoría del valor viene a ser la teoría de los precios.

⁸⁹J.Rothemberg. Op. Cit., P.279.

⁹⁰M.Bunge. Op. Cit., P.29.

⁹¹Mario Bunge, loc. cit.



CONCLUSIONES

Las conclusiones más importantes de todo lo expuesto en la presente tesis son las siguientes:

1. Hay muchas clases de valores. El valor de los bienes económicos es simplemente un caso particular.
2. Ontológicamente, el valor de los bienes materiales, en particular, de las mercancías, tiene una estructura tridimensional. Consta de un componente **natural** (propiedades físicas, químicas, espaciales, etc. del objeto), un componente **psicológico** (deseos, gustos, preferencias, etc. del sujeto valorante del objeto) y un componente **histórico-social** (condiciones sociales, históricas, culturales, etc., bajo las cuales tiene lugar el bien material).
3. La definición de valor de Carlos Marx es totalmente unilateral e incompleta, pues define únicamente desde



el punto de vista histórico-social; y al insistir dogmáticamente en que es de una naturaleza puramente social, cae en un sociologismo.

4. En general, en El Capital y en otras obras conexas, Marx presenta una argumentación lógicamente impecable y formalmente correcta, pero realmente falsa, porque parte de premisas falsas, y en consecuencia, llega a conclusiones falsas.
5. En El Capital hay ciencia -o al menos, cierta investigación científica, en parte válida para la época de Marx-, pero no todo lo que hay en él es ciencia, porque hay también filosofía, metafísica y ontología, además de una metodología compleja: una mezcla de un método científico deductivo riguroso con el método hegeliano de especulación metafísica.
6. El Capital, como sistema ya no existe, ya hace tiempo que se desmoronó, prácticamente con la publicación del volumen tercero del mismo, donde éste contradice al volumen primero con respecto a la determinación del valor de las mercancías.
7. Sin embargo, quedan en pie, aportes puntuales de Marx, de indiscutible validez científica, tales como:
 - a. La ley de la tendencia decreciente de la cuota de ganancia.
 - b. Su tesis básica de la plusvalía.

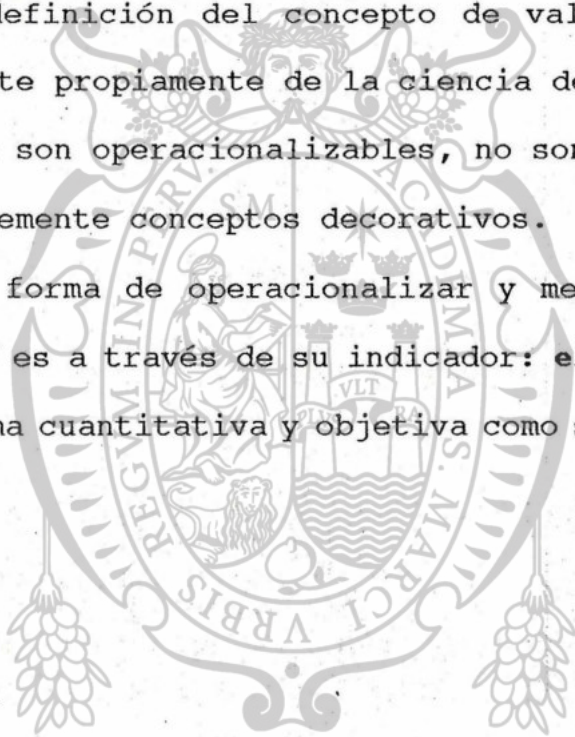


- c. Su tesis sobre la concentración del capital y la teoría.
- d. Su tesis sobre el desarrollo del capitalismo.
- etc.
8. La teoría de la utilidad marginal estudia principalmente la utilidad, y sólo en forma secundaria e indirecta estudia el valor.
 9. La ley fundamental de la teoría de la utilidad marginal sobre la utilidad es la "Ley de la utilidad marginal decreciente", la cual asevera que: la utilidad de un bien decrece a medida que aumenta la posesión o el consumo de dicho bien.
 10. La utilidad marginal de un bien X_n es la utilidad de esta unidad de bien menos la variación sufrida por la unidad X_{n-1} ; la utilidad marginal de X_{n-1} es la utilidad de éste menos la variación sufrida por X_{n-2} ; y así sucesivamente.
 11. La teoría de la utilidad marginal tradicional sólo permite definir el valor de uso, para definir el valor de cambio fue necesario agregar la condición de **escasez**.
 12. Pero aún agregando el elemento de escasez la teoría de la utilidad marginal no es capaz de explicar por qué el valor de un bien es mayor que la de otro bien. Para explicar esto es necesario explicitar las clases de



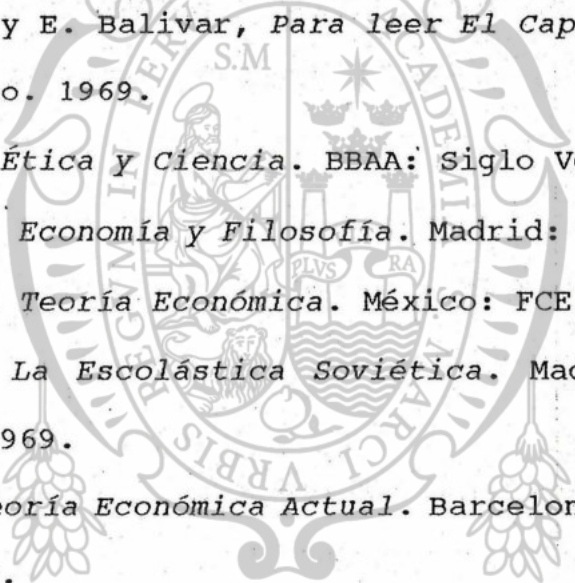
necesidades y clases de bienes.

13. Dados dos bienes escasos cualesquiera B_1 y B_2 , ambos con valores de uso y valores de cambio y dos necesidades N_1 y N_2 que satisfacen B_1 y B_2 , respectivamente, B_1 es más valioso (o vale más) que B_2 si y sólo si (1) B_1 no tiene sustituto y es más escaso que B_2 y (2) N_1 es una necesidad más indispensable y prioritario que N_2 .
14. Ninguna definición del concepto de valor económico forma parte propiamente de la ciencia de la economía porque no son operacionalizables, no son mesurables, son simplemente conceptos decorativos.
15. La única forma de operacionalizar y medir el valor económico es a través de su indicador: **el precio**, que es la forma cuantitativa y objetiva como se manifiesta el valor.





BIBLIOGRAFÍA

- 
- ALTHUSSER, L. y E. Balivar, *Para leer El Capital*. México: Siglo Veintiuno. 1969.
- BUNGE, Mario, *Ética y Ciencia*. BBAA: Siglo Veinte, 1972.
Economía y Filosofía. Madrid: Tecnos, 1928.
- BECKER, S. G., *Teoría Económica*. México: FCE, 1977.
- BLAKELEY, T., *La Escolástica Soviética*. Madrid: Alianza Universidad, 1969.
- BLAUG, M, *La teoría Económica Actual*. Barcelona: Edit. Luis Miracles, 1968.
- BRUCE, J. M., *El Comportamiento del consumidor*. Madrid: Alianza Universidad, 1974.
- CANNON, D. J. y R. S. Woodworth, y otros, *Las grandes realizaciones de la Psicología Experimental*. México: FCE, 1962.



CASTAÑEDA, J., *Lecciones de la Teoría Económica*. Madrid: Aguilar, 1968.

DOBB, M., *Teorías del Valor desde Adam Smith*. México: Siglo Ventiuno, 1938.

FRONDIZI, R., *¿Qué son los Valores?*. México: FCE, 1968.

FRIEDMAN, M., *Teoría de los Precios*. Madrid: Alianza Universidad, 1976.

HIDEBREDER, E., *Psicologías del Siglo XX*. BBA: Paidós, 1970.

HICKS, J. R., *Valor y Capital*. México: FCE, 1975.

ILIENKOV, E., *La Dialéctica de lo Abstracto y lo Concreto en "El Capital de Marx"*. Moscú: Progreso, 1970.

JOJA, A., *La Dialéctica y las Ciencias*. Caracas: Herrera Hnos, 1979.

KEYNES, J. M., *Teoría General*. México: FCE, 1963.

LEFEBRE, H., *Lógica Dialéctica y Lógica Formal*. BBA: Pléyade, 1972.

MANDEL, E., *El Capital. Cien años de controversias en torno a las obras de Karl Marx*. México: Siglo Veinte, 1985.

MEYERS, A. L., *Elementos de Economía Moderna*. Barcelona, 1972.

MARX, C., *El Capital*. (tres vol.) BBA: Cartago, 1973.

El Capital. (tres vol.) México: FCE, 1975.

MILL, J. S., *El Utilitarismo*. Madrid: Alianza Universidad, 1984.



MOCHON, M., *Economía. Teoría y Política*. Madrid: Mcgraw-Hill, 1994.

NEWTON Da COSTA, C. A., "On the Theory of Inconsistent Formal Systems", en *Notre Dame Journal of Formal Logic*. Vol. XV. No 4, 1974.

PESENTI, A., *Lecciones de Economía Política*. Madrid: Aguilar, 1966.

ROBBINS, L., *Ensayo sobre la Naturaleza y Significación de la Ciencia Económica*. México: FCE, 1980.

ROBINSON, J., *Filosofía Económica*. Madrid: Gredos, 1966.

ROUTLEY, R., "Dialectic Logic, Classical Logic, and the Consistency of the World."

RUBIN, I. I., *Ensayo sobre la Teoría Marxista del Valor*. México: Ediciones Pasado y Presente, 1974.

ROTHEMBERG, J., "Los Valores y la Teoría del Valor en la Economía". en *La Estructura de la Ciencia Económica*. de S. R. Krupp, (Compilador) Madrid: Aguilar, 1973.

RUSSO, J. A., *Lecciones de Psicología General*. Lima: UNMSM, 1965.

SAMUELSON, P., *Tratado de Economía Política*. México: FCE, 1966.

SESIĆ, B., "Foundations of the Logic of Change and Development" en *International Logic Review*. No 10, Bologna, 1974.

SUPPES, P., *Teoría Axiomática de Conjuntos*. Cali: Edit.



Norma, 1968.

SPINOZA de B., *Ética demostrada según el orden Geométrico*.
México: FCE, 1958.

SWEEZY, P., *Teoría del Desarrollo Capitalista*. México: FCE,
1974.

WHITE, D. J., *Teoría de la Decisión*. Madrid: Alianza
Universidad, 1972.



UNMSM.FLCH
BIBLIOTECA
INVENTARIO 2003

