

CUESTIONES DE ECONOMÍA MARXISTA: LA TEORÍA DEL VALOR

Carlos Hermida

La teoría del valor es, sin duda, el elemento central del pensamiento económico de Marx, el eje sobre el que se construye la teoría económica marxista. El análisis del valor lo desarrolla Marx en el primer capítulo ("La Mercancía") del Libro Primero de "El Capital" (1).

Abordaremos en primer lugar los aspectos desarrollados por Marx y terminaremos con unas consideraciones finales sobre la teoría del valor, los precios y la plusvalía.

1. MERCANCÍA Y MODO DE PRODUCCIÓN.

La mercancía es el producto del trabajo destinado a ser cambiado en el proceso de compraventa. Los productos del trabajo se convierten en mercancías tan solo cuando aparece la división social del trabajo y existen productores aislados e independientes, en el momento en que se desintegra la comunidad primitiva y aparecen las relaciones de producción esclavistas. Ahora bien, en el esclavismo y en el feudalismo la masa fundamental de bienes materiales no figuraba como mercancías, sino como productos que iban destinados básicamente al consumo. Solamente en el capitalismo la producción de mercancías adquiere carácter universal y dominante. La mercancía es, por tanto, una categoría histórica y su esencia socio-económica varía según sea el tipo de relaciones de producción que impera en la sociedad.

En la producción mercantil simple, la mercancía es el producto del trabajo del pequeño productor (artesanos y campesinos), dueño de los medios de producción y de los productos del trabajo, mientras que en el modo de producción capitalista las mercancías son producidas por obreros asalariados.

El análisis de la mercancía y del valor va ligado en Marx al desarrollo histórico de los modos de producción, definidos como la unidad de dos aspectos que se condicionan mutuamente: **las fuerzas productivas y las relaciones de producción**. En esta unidad dialéctica, las relaciones de producción corresponden a un determinado desarrollo de las fuerzas productivas, y éstas determinan las relaciones socioeconómicas entre las personas y las formas de propiedad sobre los medios de producción. Las relaciones de producción influyen activamente sobre las fuerzas productivas, pudiendo propiciar su desarrollo acelerado o su estancamiento. Cuando las relaciones de producción de la sociedad dejan de corresponderse con el nivel de las fuerzas productivas surge la necesidad objetiva de sustituir el modo de producción ya caduco por otro nuevo, más progresivo. Esta sustitución se lleva a cabo mediante la revolución social. Su necesidad está condicionada por la ley económica general de correspondencia entre las relaciones de producción y el carácter y nivel de desarrollo de las fuerzas productivas. De acuerdo con este planteamiento, el paso del feudalismo al capitalismo se realizó mediante las revoluciones burguesas, que destruyeron las trabas económicas, sociales y políticas que impedían la universalización y generalización de la producción de mercancías (2).

2. VALOR DE USO Y VALOR DE CAMBIO.

La mercancía posee dos propiedades derivadas del doble carácter del trabajo materializado en ella: **valor de uso y valor de cambio**.

El valor de uso es la utilidad de un objeto, su capacidad de satisfacer unas u otras necesidades, bien como artículo de consumo o como medio de producción. El valor de uso está condicionado por las propiedades y cualidades del objeto, y se crea con el trabajo concreto. Unos objetos satisfacen directamente las necesidades de las personas, como los objetos personales de consumo (alimentos y vestido), mientras que otros sirven de producción para la producción de bienes materiales (maquinas, combustibles, etc.). El valor de uso es propiedad inalienable de todo objeto útil, independientemente de la forma social de producción.

El valor de cambio es la relación o proporción cuantitativa en la cual se cambian distintas mercancías. En determinadas cantidades, las mercancías se equiparan unas a otras, es decir, deben tener una base común que hace posible ese intercambio. Según Marx, la única cualidad

general contenida en todas las mercancías y que permite equipararlas unas a otras es que todas ellas son **productos del trabajo**. Lo que sirve de base para la equiparación de dos mercancías que se intercambian es el trabajo social materializado en ellas. En el intercambio de mercancías se abstraen las propiedades útiles y sólo queda el trabajo abstracto contenido en los productos. La magnitud del valor de la mercancía viene determinado por la cantidad de trabajo socialmente necesario para producirla y se mide por el tiempo de trabajo socialmente necesario que requiere su elaboración en condiciones de producción socialmente normales y con un nivel medio de maestría e intensidad en una sociedad concreta. En la práctica, como socialmente necesario figura el tiempo que se invierte en la producción de determinado

tipo de mercancías por los trabajadores que suministran la masa fundamental de ellas. La sustancia del valor la constituye el gasto de trabajo simple, de fuerza de trabajo que posee por término medio un trabajador sin cualificar. De ahí que la magnitud del valor dependa de la relativa complejidad del trabajo. El trabajo complejo o cualificado es el trabajo simple multiplicado. Cuanto más complejo sea éste, tanto mayor será el valor que se crea por unidad de tiempo.

En el concepto marxista del valor hay, pues, tres elementos claramente interrelacionados: 1) tiempo de trabajo socialmente necesario; 2) productividad del trabajo; y 3) intensidad del trabajo.

Tiempo de trabajo socialmente necesario es el que se requiere para producir cualquier mercancía en las condiciones de producción normales; esto es, con el promedio de técnica, capacidad e intensidad del trabajo. Este promedio se determina por las condiciones de producción en que se crea la masa mayor de mercancías de una determinada clase. El tiempo de trabajo socialmente necesario cambia al modificarse la productividad del trabajo.

La productividad del trabajo se mide por la cantidad de productos obtenida en la unidad de tiempo de trabajo. El trabajo se hace más productivo al perfeccionarse los instrumentos de producción, al progresar la técnica o mediante la racionalización del trabajo. Cuanto mayor sea la productividad del trabajo, menor será, en condiciones similares, el tiempo necesario para producir una unidad de la mercancía y más bajo su valor.

La intensidad del trabajo se determina por el trabajo invertido en la unidad de tiempo. El aumento de la intensidad de trabajo representa la inversión de más trabajo en el mismo período de tiempo. En consecuencia, un trabajo más intensivo, materializándose en una mayor cantidad de productos crea, en la misma unidad de tiempo, un valor mayor que el trabajo menos intensivo.

3. LAS FORMAS DEL VALOR Y LA NATURALEZA DEL DINERO.

El valor de la mercancía es fruto del trabajo en el proceso de producción, pero sólo puede manifestarse equiparando unas y otras mercancías en el proceso de cambio; es decir, a través del valor de cambio de las mercancías. La forma más simple del valor es la expresión del valor de una mercancía en otra. Por ejemplo, un hacha = 20 kilos de grano. El valor del hacha se expresa aquí en grano, debido a que en la producción de ambos se ha empleado trabajo. La igualdad de las mercancías entraña la igualdad del trabajo invertido en producirlas.

El desarrollo de la división del trabajo y de los intercambios hizo cada vez más difícil el cambio directo de una mercancía por otra, y surgió la necesidad de encontrar una mercancía que actuase como forma universal del valor, como equivalente universal. Este papel lo desempeñó el dinero. En principio, diversos metales, hasta que el oro y la plata asumieron esta función debido a sus especiales características de homogeneidad material, divisibilidad, peso, etc. El dinero surgió como resultado de un largo proceso de desarrollo del cambio y las formas del valor. Al surgir el dinero, el mundo de las mercancías se concentra en dos polos: en uno de ellos se agrupan todas las mercancías y en el otro aparece la mercancía que actúa como dinero. Por tanto, el dinero aparece como la materialización general del valor. Posee la cualidad de poder cambiarse directamente por cualquier otra mercancía y encarna el valor y la riqueza social. El dinero es una medida del trabajo social abstracto invertido en la producción de todas las demás mercancías.

A medida que la producción mercantil se generaliza, el dinero cumple las siguientes funciones: 1) medida del valor; 2) medio de circulación; 3) medio de acumulación; 4) medio de pago y 5) como dinero mundial.

4. EL FETICHISMO DE LA MERCANCÍA.

Bajo las condiciones de la producción mercantil, basada en la propiedad privada de los medios de producción, los nexos sociales que se establecen entre los hombres en el proceso de producción se exteriorizan solamente a través del cambio de mercancías. La suerte de los productores se halla estrechamente vinculada a la suerte de las mercancías creadas por ellos, a las oscilaciones de sus precios, que conducen al enriquecimiento de algunos y al empobrecimiento de otros. Las relaciones entre las cosas encubren las relaciones de producción.

El fetichismo de la mercancía es la denominación que da Marx a la ilusión de que las mercancías poseen cualidades especiales que influyen en el destino de las personas.

En la producción mercantil, el nexo social entre los productores privados de mercancías se manifiesta solamente en el mercado, en el proceso de intercambio de mercancías. A escala de la sociedad, estos nexos se desarrollan de forma espontánea, razón por la cual las relaciones entre los productores de mercancías aparecen como relaciones entre productos del trabajo humano. Tal forma de expresión de las relaciones sociales obedece objetivamente a que en las condiciones de producción basada en la propiedad privada, los frutos del trabajo son productos de trabajos privados independientes unos de otros, al tiempo que entre los productores privados existe una estrecha vinculación y dependencia recíproca basada en la división social del trabajo. El trabajo de cada productor representa una fracción del trabajo social global, pero este carácter social de su trabajo sólo se pone de manifiesto en el mercado, donde el productor comprueba si su mercancía es necesaria y, por tanto, si su trabajo es necesario para la sociedad. Toda mercancía, para obtener un reconocimiento social, ha de ser comprada por otra mercancía en determinada proporción: el dinero. Subjetivamente, los productores de mercancías ven dicha materialización de las relaciones de producción como una facultad, misteriosa e independiente de ellos mismos, que posee una cosa para cambiarse por otra en determinadas proporciones cuantitativas. Así, los productos que crea el hombre con su trabajo aparecen como seres independientes dotados de vida propia, que se encuentran en determinadas relaciones con los hombres y entre sí, cuando lo que proyectan en realidad es la relación entre el trabajo social y los productores. Este fetichismo de la mercancía alcanza su más completa materialización en el fetichismo del dinero, del oro. Parece que no es la producción mercantil ni las relaciones de producción las que han conducido a que el oro se convierta en dinero, sino que el oro es dinero por una ley natural.

5. CONSIDERACIONES FINALES: VALOR, PRECIO Y PLUSVALÍA.

Marx partió en su análisis de la teoría del valor elaborada por Adam Smith y David Ricardo, pero el centro de su atención fue el mecanismo de explotación del trabajo asalariado. En el proceso de producción los empresarios expropián una parte del valor creado por los trabajadores durante la jornada laboral. Esta **plusvalía** se define como el valor creado por el obrero por encima del valor de su fuerza de trabajo, del cual se apropia gratuitamente el capitalista. Al descubrir la esencia de la categoría económica de la mercancía **fuerza de trabajo**, Marx puso al descubierto la fuente de formación de la plusvalía, oculta tras el velo de las relaciones mercantiles.

Al organizar la producción, el empresario invierte determinada cantidad de dinero en la adquisición de medios de producción y fuerza de trabajo. La peculiaridad de la mercancía fuerza de trabajo es que en el proceso de producción es capaz de crear un nuevo valor superior a su propio valor como fuerza de trabajo. En la empresa capitalista, la jornada de trabajo se desdobra en dos partes: tiempo de trabajo necesario y tiempo de trabajo adicional. El trabajo del obrero asalariado se divide en trabajo necesario y plustrabajo. Durante el tiempo de trabajo necesario, el obrero reproduce el valor de su fuerza de trabajo; y durante el tiempo de plustrabajo crea la plusvalía.

El grado de explotación del trabajador encuentra su expresión en la cuota de plusvalía ($p' = P/v$) que refleja la proporción entre plusvalía y capital variable en tantos por ciento. La cuota de plusvalía indica en qué proporción se divide el trabajo empleado en trabajo necesario y plustrabajo o, dicho en otros términos, qué parte de la jornada de trabajo dedica el proletariado a reponer el valor de su fuerza de trabajo y qué parte trabaja gratis para el capitalista (3).

A diferencia de las anteriores formas de explotación —esclavista y feudal—, la explotación capitalista aparece disfrazada. La transacción mediante la cual el obrero asalariado vende su

fuerza de trabajo al capitalista es, a primera vista, un contrato entre personas jurídicamente iguales. Sin embargo, la operación de compraventa de fuerza de trabajo no es más que la forma externa que esconde la apropiación por el empresario del trabajo no retribuido del obrero. En el capitalismo, la explotación no es visible porque se genera en el mismo proceso de producción, sin necesidad directa de coacción extraeconómica, como ocurría en los modos de producción anteriores. La plusvalía creada por los trabajadores es la fuente general de la que manan los ingresos de los diferentes grupos de la burguesía: industriales, comerciantes, banqueros y terratenientes.

A partir de este elemento central –plusvalía obtenida en la explotación del trabajo asalariado –Marx desarrolló una teoría de la formación de los precios que difería de los pensadores clásicos. Sobre la base de que la suma de los precios no puede ser superior ni inferior a la suma de los valores, la diferencia entre precio de producción y valor depende de la tasa media de ganancia. Esta discordancia de precios y valores no anula la teoría marxista del valor debido a tres circunstancias:

1) Aunque algunos empresarios vendan sus mercancías por debajo de su valor y otros por encima, todos los capitalistas, considerados en conjunto, realizan la masa global del valor de sus mercancías. A escala de la sociedad, la suma de precios de producción equivale a la suma de los valores de todas las mercancías.

2) Sumadas las ganancias de toda la clase capitalista, dan un total equivalente al conjunto de la plusvalía producida por todo el trabajo no retribuido del proletariado.

3) Al bajar los valores de las mercancías bajan los precios de producción y, a la inversa, la subida de los primeros determina la de los segundos.

Aunque son muchos los economistas que han impugnado la teoría marxista del valor, los análisis de Marx no han podido ser desmontados de una forma científica. Insistir en cálculos algebraicos para demostrar que Marx se equivocó en algunas de sus apreciaciones, no invalida el marxismo como teoría que explica de forma global la explotación, la formación de los precios y la dinámica del capitalismo. Si las teorías requieren siempre una comprobación empírica para contrastar su validez, las periódicas crisis del capitalismo vendrían a corroborar que el marxismo no es una reliquia histórica, sino un instrumento de análisis plenamente vigente.

NOTAS

1. Marx publicó el Tomo I de “El Capital” en 1867. En los años siguientes trabajó en numerosos manuscritos con los que Engels preparó los tomos II y III, que fueron editados tras la muerte de Marx. El proceso de elaboración de esta obra fue extremadamente complejo, con sucesivas variantes y borradores: “Fundamentos de la Crítica de la Economía política”, “Teorías de la Plusvalía” y “Contribución a la Crítica de la Economía Política”. Para el presente artículo hemos utilizado la edición de “El Capital) publicada en Buenos Aires por la editorial Cartago en 1974 (“La Mercancía”, Libro I, Sección I, págs. 55-96.

2. Marx y Engels elaboraron la concepción materialista de la Historia. El materialismo histórico afirma que la forma en que los hombres organizan su producción material constituye la base de toda la organización social. Esta base económica determina en última instancia las otras actividades sociales, como el derecho, las formas políticas, la moral, la religión, etc. Estas actividades, denominadas SUPERESTRUCTURA, permanecen de un modo u otro determinadas en última instancia por la base económica o INFRAESTRUCTURA.

En un determinado estadio del desarrollo material de la sociedad aparecen las clases sociales, ligadas a la propiedad privada y a la división del trabajo. A partir de este momento, la lucha de clases constituye el elemento fundamental de las transformaciones sociales.

3. Marx distingue dos formas de plusvalía: absoluta y relativa.

La plusvalía absoluta se obtiene mediante la prolongación de la jornada de trabajo y predominó en las primeras etapas del desarrollo del capitalismo.

La plusvalía relativa se obtiene como consecuencia de la reducción del tiempo de trabajo necesario para reproducir el valor de la fuerza de trabajo.