

EL CAPITAL. SECCIÓN PRIMERA. MERCANCÍA Y DINERO. CAPÍTULO 1. LA MERCANCÍA¹

Karl Marx

1. LOS DOS FACTORES DE LA MERCANCÍA: VALOR DE USO Y VALOR (SUSTANCIA DEL VALOR, MAGNITUD DEL VALOR)

La riqueza de las sociedades en las que domina el modo de producción capitalista se presenta como un "enorme cúmulo de mercancías",² y la mercancía individual como la forma elemental de esa riqueza. Nuestra investigación, por consiguiente, se inicia con el análisis de la mercancía.

La mercancía es, en primer lugar, un objeto exterior, una cosa que merced a sus propiedades satisface necesidades humanas del tipo que fueran. La naturaleza de esas necesidades, el que se originen, por ejemplo, en el estómago o en la fantasía, en nada modifica el problema³. Tampoco se trata aquí de cómo esa cosa satisface la necesidad humana: de si lo hace directamente, como medio de subsistencia, es decir, como objeto de disfrute, o a través de un rodeo, como medio de producción.

Toda cosa útil, como el hierro, el papel, etc., ha de considerarse desde un punto de vista doble: según su *calidad* y con arreglo a su *cantidad*. Cada una de esas cosas es un conjunto de muchas propiedades y puede, por ende, ser útil en diversos aspectos. El descubrimiento de esos diversos aspectos y, en consecuencia, de los múltiples modos de usar las cosas, constituye un hecho histórico⁴. Ocurre otro tanto con el hallazgo de *medidas* sociales para indicar la *cantidad* de las cosas útiles. En parte, la diversidad en

¹ Este texto reproduce el capítulo I (pp. 43-102) de la obra *El capital* de Karl Marx, con traducción de Pedro Scaron y publicada por la editorial Siglo XXI en 8 volúmenes (sexta edición de 1978). La *Revista de Economía Crítica* agradece a la editorial Siglo XXI su amabilidad por otorgarnos el permiso de reproducción y a Enrique Palazuelos su ayuda en todo el proceso. Así mismo, nos complace informar que recientemente dicha editorial, coincidiendo con el 150 aniversario de la publicación original del primer volumen de *El Capital*, acaba de volver a publicar en 2017 esta obra en tres volúmenes.

² Karl Marx, *Zur Kritik der politischen Ökonomie*, Berlin, 1859, p. 3.

³ "El deseo implica necesidad; es el apetito del espíritu, y tan natural como el hambre al cuerpo ... La mayor parte (de las cosas) derivan su valor del hecho de satisfacer las necesidades del espíritu." (Nicholas Barbon, *A Discourse on Coining the New Money Lighter. In Answer to Mr. Locke's Considerations . . .*, Londres, 1696, pp. 2, 3.)

⁴ "Las cosas tienen una virtud intrínseca" (es éste [vertue], en Barbon, el término específico para designar el valor de uso); "en todas partes tienen la misma virtud, tal como la de la piedra imán de atraer el hierro." (*Ibidem*, p. 6.) La propiedad del imán de atraer el hierro sólo se volvió útil cuando, por medio de ella, se descubrió la polaridad magnética.

las medidas de las mercancías se debe a la diferente naturaleza de los objetos que hay que medir, y en parte a la convención.

La utilidad de una cosa hace de ella un valor de uso⁵. Pero esa utilidad no flota por los aires. Está condicionada por las propiedades del cuerpo de la mercancía, y no existe al margen de ellas. El *cuerpo* mismo *de la mercancía*, tal como el hierro, trigo, diamante, etc., es pues un *valor de uso* o un bien. Este carácter suyo no depende de que la apropiación de sus propiedades útiles cueste al hombre mucho o poco trabajo. Al considerar los valores de uso, se presupone siempre su carácter determinado cuantitativo, tal como *docena* de relojes, *vara* de lienzo, *tonelada* de hierro, etc. Los valores de uso de las mercancías proporcionan la materia para una disciplina especial, la merceología⁶. El valor de uso se efectiviza únicamente en el uso o en el consumo. Los valores de uso constituyen el *contenido material de la riqueza*, sea cual fuere la forma social de ésta. En la forma de sociedad que hemos de examinar, son a la vez los portadores materiales del *valor de cambio*.

En primer lugar, el valor de cambio se presenta como *relación cuantitativa*, proporción en que se intercambian valores de uso de una clase por valores de uso de otra clase⁷, una relación que se modifica constantemente según el tiempo y el lugar. El valor de cambio, pues, parece ser algo contingente y puramente relativo, y un valor de cambio inmanente, intrínseco a la mercancía (*valeur intrinsèque*)⁸ pues, sería una *contradictio in adiecto* [contradicción entre un término y su atributo]. Examinemos la cosa más de cerca.

Una mercancía individual, por ejemplo un *quarter*⁹ de trigo, se intercambia por otros artículos en las *proporciones más diversas*. No obstante su valor de cambio se mantiene inalterado, ya sea que se exprese en *x* betún, *y* seda, *z* oro, etc. Debe, por tanto, poseer un contenido diferenciable de estos diversos *modos de expresión*¹⁰.

Tomemos otras dos mercancías, por ejemplo el trigo y el hierro. Sea cual fuere su relación de cambio, ésta se podrá representar siempre por una ecuación en la que determinada cantidad de trigo se equipara a una cantidad cualquiera de hierro, por ejemplo: 1 *quarter* de trigo = *a* quintales de hierro. ¿Qué denota esta ecuación? Que existe algo común, de la misma magnitud, en dos cosas distintas, tanto en 1 *quarter* de trigo como en *a* quintales de hierro. Ambas, por consiguiente, son iguales a una tercera, que en sí y para sí no es ni la una ni la otra. Cada una de ellas, pues, en tanto es valor de cambio, tiene que ser reducible a esa tercera.

Un sencillo ejemplo geométrico nos ilustrará el punto. Para determinar y comparar la superficie de todos los polígonos se los descompone en triángulos. Se reduce el triángulo, a su vez, a una expresión totalmente distinta de su figura visible: el semiproducto de la base por la altura. De igual suerte, es

⁵ "El *worth* [valor] natural de cualquier cosa consiste en su aptitud de satisfacer las necesidades o de servir a la comodidad de la vida humana." (John Locke, *Some Considerations on the Consequences of the Lowering of Interest*, 1691, en *Works*, Londres, 1777, vol. II, p. 28.) En los escritores ingleses del siglo xviii suele encontrarse aún la palabra "*worth*" por valor de uso y "*value*" por *valor de cambio*, lo cual se ajusta, en un todo, al genio de una lengua que se inclina a expresar en vocablos germánicos la cosa *directa*, y en latinos la *refleja*.

⁶ En la sociedad burguesa prevalece la *factio iuris* [ficción jurídica] de que todo comprador de mercancías tiene un conocimiento enciclopédico acerca de las mismas.

⁷ "El valor consiste en la relación de intercambio que media entre tal cosa y cual otra, entre tal medida de un producto y cual medida de otro." (Le Trosne, *De l'intérêt social*, en Physiocrates, ed. por Daire, París, 1846, p. 889.)

⁸ "Ninguna cosa puede tener un valor intrínseco" (N. Barbon, *op. cit.*, p. 6), o, como dice Butler:

"El valor de una cosa, es exactamente tanto como lo que habrá de rendir."

⁹ Medida de capacidad equivalente a 290,79 litros.

¹⁰ El texto de este párrafo es como sigue en la 3ª y 4ª ediciones: "Determinada mercancía, por ejemplo un *quarter* de trigo, se cambia por *x* betún o por *y* seda o por *z* oro, etc., en suma, por otras mercancías, en las *proporciones más diversas*. El trigo, pues, tiene múltiples valores de cambio, en vez de uno solo. Pero como *x* betún, *y* del mismo modo y seda o *z* oro, etc., es el valor de cambio de un *quarter* de trigo, forzosamente *x* betún, *y* seda, *z* oro, etcétera, tienen que ser valores de cambio sustituibles entre sí o de igual magnitud. De donde se desprende, primero, que los valores de cambio vigentes de la misma mercancía expresan un algo que es igual. Pero, segundo, que el valor de cambio únicamente puede ser el *modo de expresión*, o "forma de manifestarse", de un contenido diferenciable de él".

preciso reducir los valores de cambio de las mercancías a algo que les sea *común*, con respecto a lo cual representen un más o un menos.

Ese algo común no puede ser una propiedad natural —geométrica, física, química o de otra índole— de las mercancías. Sus propiedades corpóreas entran en consideración, única y exclusivamente, en la medida en que ellas hacen útiles a las mercancías, en que las hacen ser, pues, valores de uso. Pero, por otra parte, salta a la vista que es precisamente la abstracción de sus valores de uso lo que caracteriza la relación de intercambio entre las mercancías. Dentro de tal relación, un valor de uso vale exactamente lo mismo que cualquier otro, siempre que esté presente en la proporción que corresponda. O, como dice el viejo Barbon: "Una clase de mercancías es tan buena como otra, si su valor de cambio es igual. No existe diferencia o distinción entre cosas de igual valor de cambio"¹¹. En cuanto valores de uso, las mercancías son, ante todo, diferentes en cuanto a la cualidad; como valores de cambio sólo pueden diferir por su cantidad, y no contienen, por consiguiente, ni un solo átomo de valor de uso.

Ahora bien, si ponemos a un lado el valor de uso del cuerpo de las mercancías, únicamente les restará una propiedad: la de ser productos del trabajo. No obstante, también el producto del trabajo se nos ha transformado entre las manos. Si hacemos abstracción de su valor de uso, abstraemos también los componentes y formas corpóreas que hacen de él un valor de uso. Ese producto ya no es una mesa o casa o hilo o cualquier otra cosa útil. Todas sus propiedades sensibles se han esfumado. Ya tampoco es producto del trabajo del ebanista o del albañil o del hilandero o de cualquier otro trabajo productivo determinado. Con el carácter útil de los productos del trabajo se desvanece el carácter útil de los trabajos representados en ellos y, por ende, se desvanecen también las diversas formas concretas de esos trabajos; éstos dejan de distinguirse, reduciéndose en su totalidad a trabajo humano indiferenciado, a trabajo abstractamente humano.

Examinemos ahora el residuo de los productos del trabajo. Nada ha quedado de ellos salvo una misma objetividad espectral, una mera gelatina de trabajo humano indiferenciado, esto es, de gasto de fuerza de trabajo humana sin consideración a la forma en que se gastó la misma. Esas cosas tan sólo nos hacen presente que en su producción se empleó fuerza humana de trabajo, se acumuló trabajo humano. En cuanto cristalizaciones de esa sustancia social común a ellas, son valores¹².

En la relación misma de intercambio entre las mercancías, su valor de cambio se nos puso de manifiesto como algo por entero independiente de sus valores de uso. Si luego se hace efectivamente abstracción del valor de uso que tienen los productos del trabajo, se obtiene su valor, tal como acaba de determinarse. Ese algo común que se manifiesta en la relación de intercambio o en el valor de cambio de las mercancías es, pues, su valor. El desenvolvimiento de la investigación volverá a conducirnos al valor de cambio como modo de expresión o forma de manifestación necesaria del valor¹³, al que por de pronto, sin embargo, se ha de considerar independientemente de esa forma.

Un valor de uso o un bien, por ende, sólo tiene valor porque en él está *objetivado* o *materializado* *trabajo* abstractamente humano. ¿Cómo medir, entonces, la *magnitud* de su valor? Por la *cantidad* de "sustancia generadora de valor" —por la cantidad de trabajo— contenida en ese valor de uso. La cantidad de trabajo misma se mide por su *duración*, y el *tiempo de trabajo*, a su vez, reconoce su patrón de medida en *determinadas fracciones temporales*, tales como hora, día, etcétera.

¹¹ "One sort of wares are as good as another, if the value be equal. There is no difference or distinction in things of equal value ... One hundred pounds worth of lead or iron, is of as great a value as one hundred pounds worth of silver and gold." [Cien libras esterlinas de cuero o de hierro tienen un valor de cambio exactamente igual al de cien libras esterlinas de plata y oro.] fN. Barbon, *op. cit.*, pp. 53 y 7.)

¹² En la 3ª y 4ª ediciones se agrega: "valores mercantiles".

¹³ 3ª y 4ª ediciones: "valor mercantil".

Podría parecer que si el valor de una mercancía se determina por la cantidad de trabajo gastada en su producción, cuanto más perezoso o torpe fuera un hombre tanto más valiosa sería su mercancía, porque aquél necesitaría tanto más tiempo para fabricarla. Sin embargo, el trabajo que genera la sustancia de los valores es trabajo humano indiferenciado, gasto de la misma fuerza humana de trabajo. El conjunto de la fuerza de trabajo de la sociedad, representado en los valores del mundo de las mercancías, hace las veces aquí de una y la misma fuerza humana de trabajo, por más que se componga de innumerables fuerzas de trabajo individuales. Cada una de esas fuerzas de trabajo individuales es la misma fuerza de trabajo humana que las demás, en cuanto posee el carácter de fuerza de trabajo social media y opera como tal fuerza de trabajo social media, es decir, en cuanto, en la producción de una mercancía, sólo utiliza el tiempo de trabajo promedialmente necesario, o *tiempo de trabajo socialmente necesario*. El tiempo de trabajo socialmente necesario es el requerido para producir un valor de uso cualquiera, en las condiciones normales de producción vigentes en una sociedad y con el grado social medio de destreza e intensidad de trabajo. Tras la adopción en Inglaterra del telar de vapor, por ejemplo, bastó más o menos la mitad de trabajo que antes para convertir en tela determinada cantidad de hilo. Para efectuar esa conversión, el tejedor manual inglés necesitaba emplear ahora exactamente el mismo tiempo de trabajo que antes, pero el producto de su hora individual de trabajo representaba únicamente *media* hora de trabajo social, y su valor disminuyó, por consiguiente, a la mitad del que antes tenía.

Es sólo la cantidad de trabajo socialmente necesario, pues, o el tiempo de trabajo socialmente necesario para la producción de un valor de uso, lo que determina su magnitud de valor¹⁴. Cada mercancía es considerada aquí, en general, como ejemplar medio de su clase¹⁵. Por tanto, las mercancías que contienen cantidades iguales de trabajo, o que se pueden producir en el mismo tiempo de trabajo, tienen la misma magnitud de valor. El valor de una mercancía es al valor de cualquier otra, como el tiempo de trabajo necesario para la producción de la una es al tiempo de trabajo necesario para la producción de la otra. "En cuanto valores, todas las mercancías son, únicamente, determinada medida de tiempo de trabajo solidificado"¹⁶.

La *magnitud de valor* de una mercancía se mantendría constante, por consiguiente, si también fuera constante el tiempo de trabajo requerido para su producción. Pero éste varía con todo cambio en la *fuerza productiva del trabajo*. La fuerza productiva del trabajo está determinada por múltiples circunstancias, entre otras por el nivel medio de destreza del obrero, el estadio de desarrollo en que se hallan la ciencia y sus aplicaciones tecnológicas, la coordinación social del proceso de producción, la escala y la eficacia de los medios de producción, las *condiciones naturales*. La misma cantidad de trabajo, por ejemplo, produce 8 *bushels*¹⁷ de trigo en un buen año, 4 en un mal año. La misma calidad de trabajo produce más metal en las minas ricas que en las pobres, etc. Los diamantes rara vez afloran en la corteza terrestre, y de ahí que el hallarlos insuma, *término medio*, mucho tiempo de trabajo. Por consiguiente, en poco volumen representan mucho trabajo. Jacob pone en duda que el oro haya saldado nunca su valor íntegro. Aun más cierto es esto en el caso de los diamantes. Según Eschwege, el total de lo extraído durante ochenta años de los yacimientos diamantíferos brasileños todavía no había alcanzado, en 1823, a igualar el precio del producto medio obtenido durante 18 meses en las plantaciones brasileñas de caña o de café, aun cuando representaba mucho más trabajo y por consiguiente más valor. Disponiendo de minas más productivas,

¹⁴ Nota a la 2ª edición. "The value of them (the necessaries of life) when they are exchanged the one for another, is regulated by the quantity of labour necessarily required, and commonly taken in producing them." "El valor de los objetos para el uso, cuando se los intercambia, se regula por la cantidad de trabajo requerida de manera necesaria y empleada por lo común para producirlos." (*Some Thoughts on the Interest of Money in General, and Particularly in the Public Funds...*, Londres, pp. 36, 37.) Este notable escrito anónimo del pasado siglo carece de fecha. De su contenido se infiere, sin embargo, que se publicó en el reinado de Jorge II, hacia 1739 o 1740.

¹⁵ "Todos los productos de un mismo género no forman, en realidad, más que una masa, cuyo precio se determina de manera general y haciendo caso omiso de las circunstancias particulares." (Le Trosne, *op. cit.*, p. 893.)

¹⁶ K. Marx, *Zur Kritik...*, p. 6.

¹⁷ 291 litros, aproximadamente.

la misma cantidad de trabajo se representaría en más diamantes, y el valor de los mismos disminuiría. Y si con poco trabajo se lograra transformar carbón en diamantes, éstos podrían llegar a valer menos que ladrillos. En términos generales: cuanto mayor sea la fuerza productiva del trabajo, tanto menor será el tiempo de trabajo requerido para la producción de un artículo, tanto menor la masa de trabajo cristalizada en él, tanto menor su valor. A la inversa, cuanto menor sea la fuerza productiva del trabajo, tanto mayor será el tiempo de trabajo necesario para la producción de un artículo, tanto mayor su valor. Por ende, la magnitud de valor de una mercancía varía en razón *directa* a la *cantidad* de trabajo efectivizado en ella e *inversa* a la *fuerza productiva* de ese trabajo.

Una cosa puede ser *valor de uso* y no ser *valor*. Es éste el caso cuando su utilidad para el hombre no ha sido mediada por el trabajo. Ocurre ello con el aire, la tierra virgen, las praderas y bosques naturales, etc. Una cosa puede ser útil, y además producto del trabajo humano, y no ser *mercancía*. Quien, con su producto, satisface su propia necesidad, indudablemente crea un *valor de uso*, pero no una *mercancía*. Para producir una mercancía, no sólo debe producir valor de uso, sino valores de uso para otros, valores de uso sociales. {F. E. — Y no sólo, en rigor, para otros. El campesino medieval producía para el señor feudal el trigo del tributo, y para el cura el del diezmo. Pero ni el trigo del tributo ni el del diezmo se convertían en mercancías por el hecho de ser producidos para otros. Para transformarse en mercancía, el producto ha de transferirse a través del intercambio a quien se sirve de él como valor de uso.} ¹⁸ Por último, ninguna cosa puede ser *valor* si no es un objeto para el uso. Si es inútil, también será inútil el trabajo contenido en ella; no se contará como trabajo y no constituirá valor alguno.

2. DUALIDAD DEL TRABAJO REPRESENTADO EN LAS MERCANCÍAS

En un comienzo, la *mercancía* se nos puso de manifiesto como algo *bifacético*, como valor de uso y valor de cambio. Vimos a continuación que el trabajo, al estar expresado en el valor, no poseía ya los mismos rasgos característicos que lo distinguían como generador de valores de uso. He sido el primero en exponer críticamente esa naturaleza bifacética del trabajo contenido en la mercancía ¹⁹. Como este punto es el eje en torno al cual gira la comprensión de la economía política, hemos de dilucidarlo aquí con más detenimiento.

Tomemos dos mercancías, por ejemplo una chaqueta y 10 varas de lienzo. La primera vale el doble que la segunda, de modo que si 10 varas de lienzo = V, la chaqueta = 2 V.

La chaqueta es un valor de uso que satisface una necesidad específica. Para producirla, se requiere *determinado tipo de actividad productiva*. Ésta se halla determinada por su finalidad, modo de operar, objeto, medio y resultado. Llamamos, sucintamente, *trabajo útil* al trabajo cuya utilidad se representa así en el valor de uso de su producto, o en que su producto sea un valor de uso. Desde este punto de vista, el trabajo siempre se considera con relación a su *efecto útil*.

Así como la chaqueta y el lienzo son *valores de uso cualitativamente diferentes*, son *cualitativamente diferentes* los trabajos por medio de los cuales llegan a existir: el del *sastre* y el del *tejedor*. Si aquellas cosas no fueran valores de uso cualitativamente diferentes, y por tanto productos de trabajos útiles cualitativamente diferentes, en modo alguno podrían contraponerse como *mercancías*. No se cambia una chaqueta por una chaqueta, un valor de uso por el mismo valor de uso.

A través del cúmulo de los diversos valores de uso o cuerpos de las mercancías se pone de manifiesto un conjunto de trabajos útiles igualmente disímiles, diferenciados por su tipo, género, familia, especie, variedad: una *división social del trabajo*. Ésta constituye una condición para la existencia misma de la producción de mercancías, si bien la producción de mercancías no es, a la inversa, condición para la

¹⁸ {F.E. — Nota a la 4ª edición. — He insertado el texto entre paréntesis* porque su omisión motiva el frecuentísimo error de creer que, para Marx, es mercancía todo producto consumido por quien no sea su productor.}

¹⁹ K. Marx, op. cit., pp. 12, 13 y ss.

existencia misma de la división social del trabajo. En la comunidad paleoíndica el trabajo está dividido socialmente, sin que por ello sus *productos* se transformen en *mercancías*. O bien, para poner un ejemplo más cercano: en todas las fábricas el trabajo está dividido sistemáticamente, pero esa división no se halla mediada por el hecho de que los obreros intercambien sus *productos individuales*. Sólo los productos de *trabajos privados* autónomos, *recíprocamente independientes*, se enfrentan entre sí como mercancías.

Se ha visto, pues, que el valor de uso de toda mercancía encierra determinada actividad productiva —o trabajo útil— orientada a un fin. Los valores de uso no pueden enfrentarse como *mercancías* si no encierran en sí trabajos útiles cualitativamente diferentes. En una sociedad cuyos productos adoptan *en general* la forma de *mercancía*, esto es, en una sociedad de productores de mercancías, esa diferencia cualitativa entre los trabajos útiles —los cuales se ejercen independientemente unos de otros, como ocupaciones privadas de productores autónomos— se desenvuelve hasta constituir un sistema multimembre, una división social del trabajo.

A la chaqueta, por lo demás, tanto le da que quien la vista sea el sastre o su cliente. En ambos casos oficia de valor de uso. La relación entre la chaqueta y el trabajo que la produce tampoco se modifica, en sí y para sí, por el hecho de que la ocupación sastreril se vuelva profesión especial, miembro autónomo de la división social del trabajo. El hombre hizo su vestimenta durante milenios, allí donde lo forzaba a ello la necesidad de vestirse, antes de que nadie llegara a convertirse en sastre. Pero la existencia de la chaqueta, del lienzo, de todo elemento de *riqueza material* que no sea producto espontáneo de la naturaleza, necesariamente estará mediada siempre por una actividad productiva especial, orientada a un fin, la cual asimila a necesidades particulares del hombre materiales naturales particulares. Como creador de valores de uso, como *trabajo útil*, pues, el trabajo es, independientemente de todas las formaciones sociales, condición de la existencia humana, necesidad natural y eterna de mediar el metabolismo que se da entre el hombre y la naturaleza, y, por consiguiente, de mediar la vida humana.

Los valores de uso —chaqueta, lienzo, etc., en suma, los cuerpos de las mercancías— son *combinaciones de dos elementos*: material natural y trabajo. Si se hace abstracción, en su totalidad, de los diversos trabajos útiles incorporados a la chaqueta, al lienzo, etc., quedará siempre un sustrato material, cuya existencia se debe a la naturaleza y no al concurso humano. En su producción, el hombre sólo puede proceder como la naturaleza misma, vale decir, cambiando, simplemente, *la forma de los materiales*²⁰. Y es más: incluso en ese trabajo de transformación se ve constantemente apoyado por fuerzas naturales. El *trabajo*, por tanto, *no es la fuente única de los valores de uso que produce*, de la *riqueza material*. El trabajo es el padre de ésta, como dice William Petty, y la tierra, su madre.

De la mercancía en cuanto objeto para el uso pasemos ahora al *valor* de la mercancía.

Supusimos que la chaqueta valía el doble que el lienzo. Pero ésta no es más que una diferencia *cuantitativa*, y por el momento no nos interesa. Recordemos, pues, que si una chaqueta vale el doble que 10 varas de lienzo, la *magnitud de valor* de 20 varas de lienzo *será igual* a la de una chaqueta. En su calidad de valores, la chaqueta y el lienzo son cosas de *igual sustancia*, expresiones objetivas *del mismo tipo de trabajo*. Pero el *trabajo del sastre* y el *del tejedor* difieren cualitativamente. Existen condiciones sociales, no obstante, en que *el mismo hombre* trabaja alternativamente de sastre y de tejedor: en ellas estos dos modos diferentes de trabajo, pues, no son más que *modificaciones del trabajo que efectúa el mismo*

²⁰ "Todos los fenómenos del universo, los haya producido la mano del hombre o las leyes universales de la física, no dan idea de una *creación real*, sino únicamente de una *modificación* de la materia. *Juntar y separar* son los únicos elementos que encuentra el ingenio humano cuando analiza la idea de la reproducción, y tanto estamos ante una reproducción de valor" (*valor de uso*, aunque aquí el propio Verri, en su polémica contra los fisiócratas, no sepa a ciencia cierta de qué valor está hablando) "y de riqueza si la tierra, el aire y el agua de los campos se transforman en cereales, como si, mediante la mano del hombre, la pegajosa secreción de un insecto se transmuta en terciopelo o bien algunos trocitos de metal se organizan para formar un reloj de repetición." (Pietro Verri, *Meditazioni sulla economia politica* —la edición príncipe es de 1771—, col. "Scrittori classici italiani di economia politica", dir. por Custodi, parte moderna, t. xv, pp. 21. 22.)

individuo) no han llegado a ser funciones especiales, fijas, de individuos diferentes, del mismo modo, exactamente, que la chaqueta que nuestro sastre confecciona hoy y los pantalones que hará mañana sólo suponen variedades del mismo trabajo individual. Una simple mirada nos revela, además, que en nuestra sociedad capitalista, y con arreglo a la orientación variable que muestra la demanda de trabajo, *una porción dada de trabajo humano* se ofrece alternativamente en forma de trabajo de sastrería o como trabajo textil. Este cambio de forma del trabajo posiblemente no se efectúe sin que se produzcan fricciones, pero se opera necesariamente. Si se prescinde del carácter determinado de la actividad productiva y por tanto del carácter útil del trabajo, lo que subsiste de éste es el ser un *gasto de fuerza de trabajo humana*. Aunque actividades productivas cualitativamente diferentes, el trabajo del sastre y el del tejedor son ambos gasto productivo del cerebro, músculo, nervio, mano, etc., *humanos*, y en este sentido uno y otro son *trabajo humano*. Son nada más que dos formas distintas de gastar la fuerza humana de trabajo. Es preciso, por cierto, que la fuerza de trabajo humana, para que se la gaste de esta o aquella forma, haya alcanzado un mayor o menor desarrollo. Pero el valor de la mercancía representa trabajo humano puro y simple, gasto de *trabajo humano* en general. Así como en la sociedad burguesa un general o un banquero desempeñan un papel preeminente, y el *hombre* sin más ni más un papel muy deslucido²¹, otro tanto ocurre aquí con el *trabajo humano*. Éste es gasto de la fuerza de trabajo *simple* que, término medio, todo hombre común, sin necesidad de un desarrollo especial, posee en su organismo corporal. El carácter del **trabajo medio simple** varía, por cierto, según los diversos países y épocas culturales, pero está dado para una sociedad determinada. Se considera que el trabajo más complejo es igual sólo a trabajo simple **potenciado** o más bien **multiplicado**, de suerte que una pequeña cantidad de trabajo complejo equivale a una cantidad mayor de trabajo simple. La experiencia muestra que constantemente se opera esa reducción. Por más que una mercancía sea el producto del trabajo más complejo su **valor** la equipara al producto del trabajo simple y, por consiguiente, no representa más que determinada cantidad de trabajo simple²². Las diversas proporciones en que los distintos tipos de trabajo son reducidos al trabajo simple como a su *unidad de medida*, se establecen a través de un proceso social que se desenvuelve a espaldas de los productores, y que por eso a éstos les parece resultado de la tradición. Para simplificar, en lo sucesivo consideraremos directamente toda clase de fuerza de trabajo como fuerza de trabajo *simple*, no ahorrándonos con ello más que la molestia de la reducción.

Por consiguiente, así como en los *valores* chaqueta y lienzo se hace abstracción de la diferencia entre sus *valores de uso*, otro tanto ocurre, en el caso de los *trabajos* que están representados en esos valores, con la diferencia entre las *formas útiles* de esos trabajos: el del *sastre* y el del *tejedor*. Así como los *valores de uso* chaqueta y lienzo son *combinaciones* de actividades productivas orientadas a un fin que se efectúan con paño e hilado, y en cambio los *valores* chaqueta y lienzo sólo son mera *gelatina homogénea de trabajo*, también los trabajos contenidos en dichos *valores* no tienen validez por su relación productiva con el paño y el hilado sino sólo como *gastos de fuerza humana de trabajo*. El trabajo sastreril y el textil son elementos constitutivos de los *valores de uso* chaqueta y lienzo merced precisamente a sus cualidades *diferentes*; son *sustancia* del *valor* chaqueta y del *valor* lienzo sólo en tanto se hace *abstracción* de su cualidad específica, en tanto ambos poseen la *misma cualidad*, la de *trabajo humano*.

La chaqueta y el lienzo, empero, no son sólo *valores en general*, sino valores de una *magnitud determinada*, y con arreglo a nuestra hipótesis la chaqueta valía el doble que 10 varas de lienzo. ¿A qué se debe tal disparidad entre sus *magnitudes de valor*? Al hecho de que el lienzo sólo contiene la mitad de

²¹ Cfr. Hegel, *Philosophie des Rechts*, Berlín, 1840, § 190, página 250.

²² Ha de advertir el lector que aquí no se trata del *salario* o valor que percibe el obrero por una jornada laboral, sino del *valor* de la mercancía en que su jornada laboral se objetiva. En la presente fase de nuestra exposición, la categoría del salario aún no existe, en modo alguno.

trabajo que la chaqueta, de tal manera que para la producción de la última será necesario gastar fuerza de trabajo durante el doble de *tiempo* que para la producción del primero.

Por ello, si en lo que se refiere al *valor de uso* el trabajo contenido en la mercancía sólo cuenta *cualitativamente* en lo que tiene que ver con la *magnitud de valor*, cuenta sólo *cuantitativamente*, una vez que ese trabajo se haya reducido a la condición de trabajo humano sin más cualidad que ésta. Allí, se trataba del *cómo* y del *qué* del trabajo; aquí del *cuánto*, de su duración. Como la magnitud de valor de una mercancía sólo representa la cantidad del trabajo en ella contenida, las mercancías, en cierta proporción, serán siempre, necesariamente, valores iguales.

Si se mantiene inalterada la fuerza productiva de todos los trabajos útiles requeridos para la producción, digamos, de una chaqueta, la magnitud de valor de las chaquetas aumentará en razón de su cantidad. Si una chaqueta representa x días de trabajo, 2 chaquetas representarán $2x$, etc. Pero supongamos que el trabajo necesario para la producción de una chaqueta se duplica, o bien que disminuye a la mitad. En el primero de los casos una chaqueta valdrá tanto como antes dos; en el segundo, dos de esas prendas sólo valdrán lo que antes una, por más que en ambos casos la chaqueta preste los mismos servicios que antes y el trabajo útil contenido en ella sea también ejecutado como siempre. Pero se ha alterado la *cantidad* de trabajo empleada para producirlo.

En sí y para sí, una cantidad mayor de valor de uso constituirá una riqueza material mayor; dos chaquetas, más riqueza que una. Con dos chaquetas puede vestirse a dos hombres, mientras que con una sólo a uno, etc. No obstante, a la masa creciente de la riqueza material puede corresponder una reducción simultánea de su *magnitud de valor*. Este movimiento antitético deriva del *carácter bifacético* del trabajo. La fuerza productiva, naturalmente, es siempre fuerza productiva de trabajo útil, concreto, y de hecho sólo determina, en un espacio dado de tiempo, el grado de eficacia de una actividad productiva orientada a un fin. Por consiguiente, es en *razón directa* al aumento o reducción de su fuerza productiva que el trabajo útil deviene fuente productiva más abundante o exigua. Por el contrario, en sí y para sí, un cambio en la fuerza productiva del trabajo en nada afecta el trabajo representado en el valor. Como la fuerza productiva del trabajo es algo que corresponde a la forma útil adoptada concretamente por el trabajo, es natural que, no bien hacemos abstracción de dicha forma útil concreta, aquélla ya no pueda ejercer influjo alguno sobre el trabajo. El mismo trabajo, pues, por más que cambie la fuerza productiva, rinde siempre *la misma magnitud de valor* en los *mismos espacios de tiempo*. Pero en *el mismo espacio de tiempo* suministra *valores de uso en diferentes cantidades*: más, cuando aumenta la fuerza productiva, y menos cuando disminuye. Es así como el mismo cambio que tiene lugar en la fuerza productiva y por obra del cual el trabajo se vuelve más fecundo, haciendo que aumente, por ende, la masa de los valores de uso proporcionados por éste, *reduce* la *magnitud de valor* de esa masa total *acrecentada*, siempre que abrevie la suma del *tiempo de trabajo* necesario para la producción de dicha masa. Y viceversa.

Todo trabajo es, por un lado, gasto de fuerza humana de trabajo en un sentido fisiológico, y es en esta condición de trabajo humano igual, o de trabajo abstractamente humano, como constituye el valor de

la mercancía. Todo trabajo, por otra parte, es gasto de fuerza humana de trabajo en una forma particular y orientada a un fin, y en esta condición de trabajo útil concreto produce valores de uso²³.

3. LA FORMA DE VALOR, O EL VALOR DE CAMBIO

Las mercancías vienen al mundo revistiendo la forma de valores de uso o cuerpos de mercancías: hierro, lienzo, trigo, etc. Es ésta su prosaica forma natural. Sin embargo, sólo son mercancías debido a su *dualidad*, a que son objetos de uso y, simultáneamente, portadoras de valor. Sólo se presentan como mercancías, por ende, o sólo poseen la forma de mercancías, en la medida en que tienen una *forma doble*: la forma natural y la forma de valor.

La objetividad de las mercancías en cuanto valores se diferencia de mistress Quickly en que no se sabe por dónde agarrarla. En contradicción directa con la objetividad sensorialmente grosera del cuerpo de las mercancías, ni un solo átomo de sustancia natural forma parte de su objetividad en cuanto valores. De ahí que por más que se dé vuelta y se manipule una mercancía cualquiera, resultará inasequible en cuanto cosa que es valor. Si recordamos, empero, que las mercancías sólo poseen objetividad como valores en la medida en que son expresiones de la misma unidad social, del trabajo humano; que su objetividad en cuanto valores, por tanto, es de naturaleza puramente social, se comprenderá de suyo, asimismo, que dicha objetividad como valores sólo puede ponerse de manifiesto en la relación social entre diversas mercancías. Habíamos partido, en realidad, del valor de cambio o de la relación de intercambio entre las mercancías, para descubrir el valor de las mismas, oculto en esa relación. Es menester, ahora, que volvamos a esa forma en que se manifiesta el valor.

No hay quien no sepa, aunque su conocimiento se reduzca a eso, que las mercancías poseen una forma común de valor que contrasta, de manera superlativa, con las abigarradas formas naturales propias de sus valores de uso: la forma de dinero. De lo que aquí se trata, sin embargo, es de llevar a cabo una tarea que la economía burguesa ni siquiera intentó, a saber, la de dilucidar la génesis de esa forma dinerada, siguiendo, para ello, el desarrollo de la expresión del valor contenida en la relación de valor existente entre las mercancías: desde su forma más simple y opaca hasta la deslumbrante forma de dinero. Con lo cual, al mismo tiempo, el enigma del dinero se desvanece.

La *más simple* relación de valor es, obviamente, la que existe entre una mercancía y *otra mercancía determinada de especie diferente, sea cual fuere*. La *relación de valor entre dos mercancías*, pues, proporciona la *expresión más simple del valor de una mercancía*.

²³ Nota a la 2ª edición. — Para demostrar "que sólo el trabajo [. . .] es la medida definitiva y real con arreglo a la cual en todos los tiempos puede estimarse y compararse el valor de todas las mercancías", dice Adam Smith: "Cantidades iguales de trabajo en todo tiempo y lugar han de tener el mismo valor para el trabajador. En su estado normal de salud, fuerza y dinamismo, y con el grado medio de destreza que posea, el trabajador debe siempre renunciar a la misma porción de su descanso, libertad y felicidad". (*Wealth of Nations*, lib. i, cap. v [ed. por E. G. Wakefield, Londres, 1836, vol. I, pp. 104-105].) De una parte, Adam Smith confunde aquí (no en todos los casos) la determinación del valor por la *cantidad de trabajo* gastada en la producción de la mercancía, con la determinación de los *valores* mercantiles por el *valor del trabajo*, y por eso procura demostrar que cantidades iguales de trabajo tienen siempre el mismo valor. De otra parte, entrevé que el trabajo, en la medida en que se representa en el valor de las mercancías, sólo cuenta como *gasto de fuerza de trabajo*, pero sólo concibe ese gasto como sacrificio del descanso, la libertad y la felicidad, no como actividad normal de la vida. Sin duda, tiene en vista aquí al asalariado moderno. Mucho más certero es el anónimo precursor de Adam Smith citado en la nota 9, cuando dice: "Un hombre se ha ocupado durante una semana en producir este artículo necesario ... y quien le dé a cambio de él algún otro objeto, no podrá efectuar mejor evaluación de lo que es su equivalente adecuado, que calculando qué le cuesta a él exactamente el mismo *labour* (trabajo) y tiempo; lo cual, en realidad, no es sino el cambio entre el *labour* que un hombre empleó en una cosa durante determinado tiempo, y el trabajo gastado en otra cosa, por otro hombre, durante el mismo tiempo". (*Some Thoughts*... , página 39.)

{F.E. — Agregado a la 4ª edición. — La lengua inglesa tiene la ventaja de poseer dos palabras distintas para esos dos diferentes aspectos del trabajo. El trabajo que crea valores de uso y que está determinado cualitativamente se denomina *work*, por oposición a *labour*; el que crea valor, y al que sólo se mide cuantitativamente, es *labour*, por oposición a *work*. Véase nota a la traducción inglesa, página 14.}

A. FORMA SIMPLE O SINGULAR DE VALOR

x mercancía A = y mercancía B, o bien:
x mercancía A vale y mercancía B

(20 varas de lienzo = 1 chaqueta, o bien:
20 varas de lienzo valen 1 chaqueta)

Los dos polos de la expresión del valor: forma relativa de valor y forma de equivalente

El secreto de toda forma de valor yace oculto bajo esta *forma simple de valor*. Es su análisis, pues, el que presenta la verdadera dificultad.

Las dos mercancías heterogéneas A y B, en nuestro ejemplo el lienzo y la chaqueta, desempeñan aquí, obviamente, *dos papeles diferentes*. El lienzo *expresa su valor* en la chaqueta; la chaqueta *hace las veces de material para dicha expresión del valor*. A la primera mercancía le corresponde un papel activo; a la segunda, uno pasivo. El valor de la primera mercancía queda representado como *valor relativo*, o sea, reviste una *forma relativa de valor*. La segunda mercancía funciona *como equivalente*, esto es, adopta una *forma de equivalente*.

La forma relativa de valor y la forma de equivalente son aspectos interconectados e inseparables, que se condicionan de manera recíproca, pero constituyen a la vez *extremos excluyentes* o *contrapuestos*, esto es, *polos de la misma expresión de valor*-, se reparten siempre entre las *distintas* mercancías que la expresión del valor pone en interrelación. No me es posible, por ejemplo, expresar en lienzo el valor del lienzo. *20 varas de lienzo = 20 varas de lienzo* no constituye expresión alguna de valor. La igualdad, por el contrario, dice más bien: 20 varas de lienzo no son otra cosa que 20 varas de lienzo, que una cantidad determinada de ese *objeto para el uso* que es el lienzo. El *valor* del lienzo, como vemos, sólo se puede expresar *relativamente*, es decir, *en otra mercancía*. La *forma relativa de valor* del lienzo supone, pues, que *otra* mercancía *cualquiera* se le contraponga *bajo la forma de equivalente*. Por lo demás, *esa otra mercancía* que hace las veces de *equivalente*, *no puede revestir al mismo tiempo la forma relativa de valor*. Ella *no expresa su propio valor*. Se reduce a proporcionar *el material para la expresión del valor de otra mercancía*.

Sin duda, la expresión *20 varas de lienzo = 1 chaqueta*, o *20 varas de lienzo valen 1 chaqueta*, implica la relación inversa: *1 chaqueta = 20 varas de lienzo*, o *1 chaqueta vale 20 varas de lienzo*. Pero lo cierto es que para *expresar en términos relativos* el valor de la chaqueta debo *invertir* la ecuación, y al hacerlo es el lienzo, en vez de la chaqueta, el que pasa a ser el *equivalente*. Por tanto, *la misma mercancía no puede, en la misma expresión del valor, presentarse simultáneamente bajo ambas formas*. Éstas, por el contrario, se excluyen entre sí de *manera polar*.

El que una mercancía adopte la forma relativa de valor o la forma contrapuesta, la de equivalente, depende de manera exclusiva de la *posición que en ese momento ocupe en la expresión del valor*, esto es, de que sea la mercancía cuyo valor se expresa o bien, en cambio, la mercancía en la que se expresa el valor.

La forma relativa del valor

a) Contenido de la forma relativa de valor

Para averiguar de qué manera la expresión simple del valor de una mercancía se encierra en la relación de valor entre dos mercancías, es necesario, en un principio, considerar esa relación con total prescindencia de su aspecto cuantitativo. Por regla general se procede precisamente a la inversa, viéndose en la relación de valor tan sólo la *proporción* en que se equiparan determinadas cantidades de dos clases distintas de mercancías. Se pasa por alto, de esta suerte, que *las magnitudes de cosas diferentes* no llegan

a ser comparables cuantitativamente sino después de su reducción a la misma unidad. Sólo en cuanto expresiones de la misma unidad son magnitudes de la misma denominación, y por tanto conmensurables²⁴.

Ya sea que 20 varas de lienzo = 1 chaqueta, ó = 20 ó = x chaquetas, es decir, ya sea que una cantidad determinada de lienzo valga muchas o pocas chaquetas, en todas esas proporciones siempre está implícito que el lienzo y las chaquetas, en cuanto magnitudes de valor son expresiones de la misma unidad, cosas de igual naturaleza. Lienzo = chaqueta es el fundamento de la ecuación.

Pero las dos mercancías cualitativamente equiparadas no desempeñan el mismo papel. Sólo se expresa el valor del lienzo. ¿Y cómo? Relacionándolo con la chaqueta en calidad de "equivalente" suyo u objeto "intercambiable" por ella. En esta relación, la chaqueta cuenta como forma de existencia del valor, como cosa que es valor, pues sólo en cuanto tal es ella lo mismo que el lienzo. Por otra parte, sale a luz o adquiere una expresión autónoma el propio carácter de ser valor del lienzo, ya que sólo en cuanto valor se puede relacionar con la chaqueta como equivalente o intercambiable por ella. El ácido butírico, por ejemplo, es un cuerpo diferente del formiato de propilo. Ambos, sin embargo, se componen de las mismas sustancias químicas: carbono (C), hidrógeno (H) y oxígeno (O), y justamente en proporciones iguales, a saber: $C_4H_8O_2$. Ahora bien, si se igualara el ácido butírico al formiato de propilo, tendríamos lo siguiente: primero, que en esa igualdad el formiato de propilo sólo contaría como forma de existencia de $C_4H_8O_2$, y en segundo lugar, con la igualdad diríamos que el ácido butírico se compone de $C_4H_8O_2$. Al igualar el formiato de propilo con el ácido butírico, pues, se expresaría la sustancia química de ambos por contraposición a su forma corpórea.

Si decimos que las mercancías, en cuanto valores, no son más que mera gelatina de trabajo humano, nuestro análisis las reduce a la abstracción del valor, pero no les confiere forma alguna de valor que difiera de sus formas naturales. Otra cosa ocurre en la relación de valor entre una mercancía y otra. Lo que pone de relieve su carácter de valor es su propia relación con la otra mercancía.

Por ejemplo: al igualar la chaqueta, en cuanto cosa que es valor, al lienzo se equipara el trabajo que se encierra en la primera al trabajo encerrado en el segundo. Ahora bien: el trabajo que confecciona la chaqueta, el del sastre, es un trabajo concreto que difiere por su especie del trabajo que produce el lienzo, o sea, de tejer. Pero la equiparación con éste reduce el trabajo del sastre, en realidad, a lo que en ambos trabajos es efectivamente igual, a su carácter común de trabajo humano. Dando este rodeo, pues, lo que decimos es que tampoco el trabajo del tejedor, en la medida en que teje valor, posee rasgo distintivo alguno con respecto al trabajo del sastre; es, por ende, trabajo abstractamente humano. Sólo la expresión de equivalencia de mercancías heterogéneas saca a luz el carácter específico del trabajo en cuanto formador de valor, reduciendo de hecho a lo que les es común, a trabajo humano en general, los trabajos heterogéneos que se encierran en las mercancías heterogéneas²⁵.

Sin embargo, no basta con enunciar el carácter específico del trabajo del cual se compone el valor del lienzo. La fuerza de trabajo humana en estado líquido, o el trabajo humano, crea valor, pero no es valor. Se convierte en valor al solidificarse, al pasar a la forma objetiva. Para expresar el valor de la tela como una

²⁴ Los raros economistas que, como Samuel Bailey, se dedicaron al análisis de la forma de valor, no podían alcanzar resultado alguno, primeramente porque confunden la forma de valor y el valor mismo, y en segundo término porque, sometidos al tosco influjo del burgués práctico, desde un primer momento tenían presente exclusivamente la determinación cuantitativa. "La posibilidad de disponer de la cantidad ... es lo que constituye el valor." (*Money and its Vicissitudes*, Londres, 1837, p. II. El autor es Samuel Bailey.)

²⁵ Nota a la 2ª edición. —Uno de los primeros economistas que, después de William Petty, sometió a examen la naturaleza del valor, el célebre Franklin, dice: "Como el comercio, en general, no es otra cosa que el intercambio de un trabajo por otro trabajo, de la manera en que se medirá mejor el valor de todas las cosas ... es en trabajo". (*The Works of B. Franklin* . . ., ed. por Sparks, Boston, 1836, vol. n, p. 267.) Franklin no es consciente de que al estimar "en trabajo" el valor de todas las cosas, hace abstracción de la diferencia entre los trabajos intercambiados, reduciéndolos así a trabajo humano igual. No lo sabe, pero lo dice. Se refiere primero a "un trabajo", luego al "otro trabajo" y por último al "trabajo", sin más especificación, como sustancia del valor de todas las cosas.

gelatina de trabajo humano, es menester expresarlo en cuanto "objetividad" que, como cosa, sea distinta del lienzo mismo, y a la vez común a él y a otra mercancía. El problema ya está resuelto.

Si en la relación de valor del lienzo se considera la chaqueta como algo que es cualitativamente igual a él, como cosa de la misma naturaleza, ello se debe a que ésta es un valor. Se la considera aquí, por tanto, como cosa en la que se manifiesta el valor, o que en su forma natural y tangible representa al valor. Ahora bien: la chaqueta, el cuerpo de la mercancía chaqueta, es un simple valor de uso. Una chaqueta expresa tan inadecuadamente el valor como cualquier pieza de lienzo. Esto demuestra, simplemente, que la chaqueta, puesta en el marco de la relación de valor con el lienzo, importa más que fuera de tal relación, así como no pocos hombres importan más si están embutidos en una chaqueta con galones que fuera de la misma.

En la producción de la chaqueta se ha empleado, de manera efectiva, fuerza de trabajo humana bajo la forma de trabajo sastreril. Se ha acumulado en ella, pues, trabajo humano. Desde este punto de vista, la chaqueta es "portadora de valor", aunque esa propiedad suya no se trasluzca ni siquiera cuando de puro gastada se vuelve transparente. Y en La relación de valor del lienzo, la chaqueta sólo cuenta en ese aspecto, esto es, como valor corporificado, como cuerpo que es valor. Su apariencia abotonada no es obstáculo para que el lienzo reconozca en ella un alma gemela, afín: el alma del valor. Frente al lienzo, sin embargo, la chaqueta no puede representar el valor sin que el valor, simultáneamente, adopte para él la forma de chaqueta. Del mismo modo que el individuo A no puede conducirse ante el individuo B como ante el titular de la majestad sin que para A, al mismo tiempo, la majestad adopte la figura corporal de B y, por consiguiente, cambie de fisonomía, color del cabello y muchos otros rasgos más cada vez que accede al trono un nuevo padre de la patria.

En la relación de valor, pues, en que la chaqueta constituye el equivalente del lienzo, la forma de chaqueta hace las veces de forma del valor. Por tanto, el valor de la mercancía lienzo queda expresado en el cuerpo de la mercancía chaqueta, el *valor* de una mercancía en *el valor de uso de la otra*. En cuanto valor de uso el lienzo es una cosa sensorialmente distinta de la chaqueta; en cuanto valor es igual a la chaqueta, y, en consecuencia, tiene el mismo aspecto que ésta. Adopta así una forma de valor, diferente de su forma natural. En su igualdad con la chaqueta se manifiesta su carácter de ser valor, tal como el carácter ovejuno del cristiano se revela en su igualdad con el cordero de Dios.

Como vemos, todo lo que antes nos había dicho el análisis del valor mercantil nos lo dice ahora el propio lienzo, no bien entabla relación con otra mercancía, la chaqueta. Sólo que el lienzo revela sus pensamientos en el único idioma que domina, el lenguaje de las mercancías. Para decir que su propio valor lo crea el trabajo, el trabajo en su condición abstracta de trabajo humano, dice que la chaqueta, en la medida en que vale lo mismo que él y, por tanto, en cuanto es valor, está constituida por el mismo trabajo que el lienzo. Para decir que su sublime objetividad del valor difiere de su tieso cuerpo de lienzo, dice que el valor posee el aspecto de una chaqueta y que por tanto él mismo, en cuanto cosa que es valor, se parece a la chaqueta como una gota de agua a otra. Obsérvese, incidentalmente, que el lenguaje de las mercancías, aparte del hebreo, dispone de otros muchos dialectos más o menos precisos. La palabra alemana "Wertsein", a modo de ejemplo, expresa con menos vigor que el verbo románico "valere", "valer", "valoir", la circunstancia de que la igualdad de la mercancía B con la mercancía A es la propia expresión del valor de A. *París vaut bien une messe!* [¡París bien vale una misa!].

Por intermedio de la relación de valor, pues, la forma natural de la mercancía B deviene la forma de valor de la mercancía A, o el cuerpo de la mercancía B se convierte, para la mercancía A, en espejo de su

valor²⁶. Al referirse a la mercancía B como cuerpo del valor, como concreción material del trabajo humano, la mercancía A transforma al valor de uso B en el material de su propia expresión de valor. El valor de la mercancía A, expresado así en el valor de uso de la mercancía B, adopta la forma del valor relativo.

b) Carácter determinado cuantitativo de la forma relativa de valor

Toda mercancía cuyo valor debemos expresar es un objeto para el uso que se presenta en una cantidad determinada: 15 fanegas de trigo, 100 libras de café, etc. Esta cantidad dada de una mercancía contiene determinada cantidad de trabajo humano. La forma de valor, pues, no sólo tiene que expresar *valor en general*, sino *valor*, o *magnitud de valor*, *cuantitativamente determinado*. Por consiguiente, en la relación de valor de la mercancía A con la mercancía B, del lienzo con la chaqueta, no sólo se equipara cualitativamente la clase de mercancía chaqueta, como corporización del valor en general, con el lienzo, sino que a una cantidad determinada de lienzo, por ejemplo a 20 varas de lienzo, se le iguala una *cantidad determinada del cuerpo que es valor* o del equivalente, por ejemplo 1 chaqueta.

La igualdad: "20 varas de lienzo 1 chaqueta", o "20 varas de lienzo valen 1 chaqueta", presupone que en 1 chaqueta se encierra exactamente tanta sustancia de valor como en 20 varas de lienzo; por ende, que ambas cantidades de mercancías insumen el mismo trabajo o un tiempo de trabajo igual. El tiempo de trabajo necesario para la producción de 20 varas de lienzo o de una chaqueta, empero, varía cada vez que varía la fuerza productiva en el trabajo textil o en el de los sastres. Hemos de investigar con más detenimiento, ahora, el influjo que ese cambio ejerce sobre la expresión relativa de la magnitud del valor.

I. El valor del lienzo varía²⁷, manteniéndose constante el *valor* de la chaqueta. Si se duplicara el tiempo de trabajo necesario para la producción del lienzo, debido, por ejemplo, a un progresivo agotamiento de los suelos destinados a cultivar el lino, se duplicaría su valor. En lugar de 20 varas de lienzo = 1 chaqueta, tendríamos 20 varas de lienzo = 2 chaquetas, ya que ahora 1 chaqueta sólo contiene la mitad de tiempo de trabajo que 20 varas de lienzo. Si, por el contrario, decreciera a la mitad el tiempo de trabajo necesario para la producción del lienzo, digamos que a causa de haberse perfeccionado los telares, el valor del lienzo se reduciría a la mitad. En consecuencia, ahora, *20 varas de lienzo = 1/2 chaqueta*. Si se mantiene invariable el valor de la mercancía B, pues, el valor relativo de la mercancía A, es decir, su valor expresado en la mercancía B, aumenta y disminuye en razón directa al valor de la mercancía A.

II. El valor del lienzo permanece constante, pero varía el de la chaqueta. En estas circunstancias, si el tiempo de trabajo necesario para la producción de la chaqueta se duplica, por ejemplo debido a una mala zafra lanera, en vez de 20 varas de lienzo = 1 chaqueta, tendremos: 20 varas de lienzo = 1/2 chaqueta. Si en cambio el valor de la chaqueta baja a la mitad, entonces *20 varas de lienzo = 2 chaquetas*. Por consiguiente, manteniéndose inalterado el valor de la mercancía A, su valor relativo, expresado en la mercancía B, aumenta o disminuye *en razón inversa al cambio de valor de B*. Si comparamos los diversos casos comprendidos en I y II, tendremos que *el mismo cambio de magnitud experimentado por el valor relativo puede obedecer a causas absolutamente contrapuestas*. Así, de que *20 varas de lienzo = 1 chaqueta*, se pasa a: 1) la ecuación *20 varas de lienzo = 2 chaquetas*, o porque aumentó al doble el valor del lienzo o porque el de la chaqueta se redujo a la mitad, y 2) a la ecuación *20 varas de lienzo = 1/2 chaqueta*, sea porque el valor del lienzo disminuyó a la mitad, sea porque se duplicó el de la chaqueta.

²⁶ En cierto modo, con el hombre sucede lo mismo que con la mercancía. Como no viene al mundo con un espejo en la mano, ni tampoco afirmando, como el filósofo fichtiano, "yo soy yo", el hombre se ve reflejado primero sólo en otro hombre. Tan sólo a través de la relación con el hombre Pablo como igual suyo, el hombre Pedro se relaciona consigo mismo como hombre. Pero con ello también el hombre Pablo, de pies a cabeza, en su corporeidad paulina, cuenta para Pedro como la forma en que se manifiesta el *gemís* [género] hombre.

²⁷ El término "valor" se emplea aquí —como, dicho sea de paso, ya lo hemos hecho antes en algunos pasajes— para designar el valor cuantitativamente determinado, y por tanto la magnitud del valor.

III. Las cantidades de trabajo necesarias para producir el lienzo y la chaqueta pueden variar al propio tiempo, en el mismo sentido y en idéntica proporción. En tal caso *20 varas de lienzo* seguirán siendo = *1 chaqueta*, por mucho que varíen sus valores. Se descubre el cambio de sus valores al compararlas con una tercera mercancía cuyo valor se haya mantenido constante. Si los valores de *todas* las mercancías aumentaran o disminuyeran simultáneamente y en la misma proporción, sus *valores relativos* se mantendrían inalterados. El cambio efectivo de sus valores lo advertiríamos por el hecho generalizado de que en el mismo tiempo de trabajo se suministraría ahora una cantidad mayor o menor de mercancías que antes.

IV. Los tiempos de trabajo necesarios para la producción del lienzo y la chaqueta, respectivamente, y por ende sus valores, podrían variar en el mismo sentido, pero en grado desigual, o en sentido opuesto, etc. La influencia que ejercen todas las combinaciones posibles de este tipo sobre el valor relativo de una mercancía se desprende, sencillamente, de la aplicación de los casos I, II y III.

Los cambios efectivos en las magnitudes de valor, pues, no se reflejan de un modo inequívoco ni exhaustivo en su expresión relativa o en la magnitud del valor relativo. El valor relativo de una mercancía puede variar aunque su valor se mantenga constante. Su valor relativo puede mantenerse constante, aunque su valor varíe, y, por último, en modo alguno es inevitable que coincidan en volumen las variaciones que se operan, simultáneamente, en las magnitudes del valor de las mercancías y en la expresión relativa de esas magnitudes del valor²⁸.

La forma equivalente

Como hemos visto, cuando la mercancía A (el lienzo) expresa su valor en el valor de uso de la mercancía heterogénea B (la chaqueta), imprime a esta última una forma peculiar de valor, la del equivalente. La mercancía lienzo pone a la luz su propio carácter de ser valor por el hecho de que la chaqueta, sin adoptar una forma de valor distinta de su forma corpórea, le sea equivalente. El lienzo, pues, expresa efectivamente su propio carácter de ser valor en el hecho de que la chaqueta sea intercambiable directamente por él. La forma de equivalente que adopta una mercancía, pues, es la forma en que es directamente intercambiable por otra mercancía.

El hecho de que una clase de mercancías, como las chaquetas, sirva de equivalente a otra clase de mercancías, por ejemplo el lienzo —con lo cual las chaquetas adquieren la propiedad característica de encontrarse bajo la forma de intercambiabilidad directa con el lienzo—, en modo alguno significa que esté dada la proporción según la cual se pueden intercambiar chaquetas y lienzos. Como está dada la magnitud del valor del lienzo, esa proporción dependerá de la magnitud del valor de la chaqueta. Ya sea que la chaqueta se exprese como equivalente y el lienzo como valor relativo o, a la inversa, el lienzo como equivalente y la chaqueta como valor relativo, la magnitud del valor de la chaqueta quedará determinada, como siempre, por el tiempo de trabajo necesario para su producción, independientemente, pues, de la forma de valor que revista. Pero no bien la clase de mercancías chaqueta ocupa, en la expresión del valor,

²⁸ Nota a la 2ª edición. —Con su tradicional perspicacia, la economía vulgar ha sacado partido a esa incongruencia entre la magnitud del valor y su expresión relativa. A modo de ejemplo: "Una vez que se reconoce que A baja porque B, con la cual se cambia, aumenta, aunque en el ínterin no se haya empleado menos trabajo en A, el principio general del valor, propuesto por ustedes, se desmorona ... Si él [Ricardo] reconoce que cuando aumenta el valor de A con respecto a B, mengua el valor de B en relación con A, queda minado el fundamento sobre el que asentó su gran tesis, a saber, que el valor de una mercancía está determinado siempre por el trabajo incorporado a ella; en efecto, si un cambio en el costo de A no sólo altera su propio valor con respecto a B, a la mercancía por la cual se cambia, sino también el valor de B en relación con A, aun cuando no haya ocurrido cambio alguno en la cantidad de trabajo requerida para producir a B, en tal caso no sólo se viene al suelo la doctrina según la cual la cantidad de trabajo empleada en un artículo regula el valor del mismo, sino también la que sostiene que es el costo de producción de un artículo lo que regula su valor". (J. Broadhurst, *Political Economy*, Londres, 1842, pp. 11, 14.)

Con el mismo derecho, el señor Broadhurst podría decir: Examinemos las fracciones 10/20, 10/50, 10/100, etc. El guarismo 10 permanece inalterado, y sin embargo su magnitud proporcional, su magnitud con respecto a los denominadores 20, 50, 100, decrece de manera constante. Se desmorona, por consiguiente, la gran tesis según la cual la magnitud de un número entero, como por ejemplo el 10, se "regula" por el número de las unidades que contiene.

el puesto de equivalente, su magnitud de valor en modo alguno se expresa en cuanto tal. En la ecuación de valor dicha magnitud sólo figura, por el contrario, como determinada cantidad de una cosa.

Por ejemplo: 40 varas de lienzo "valen" ...¿qué? 2 chaquetas. Como la clase de mercancías chaqueta desempeña aquí el papel de equivalente; como el valor de uso chaqueta frente al lienzo hace las veces de cuerpo del valor, basta con determinada cantidad de chaquetas para expresar una cantidad determinada de lienzo. Dos chaquetas, por ende, pueden expresar la magnitud de valor de 40 varas de lienzo, pero nunca podrán expresar su propia magnitud de valor, la magnitud del valor de las chaquetas. La concepción superficial de este hecho, o sea que en la ecuación de valorad equivalente revista siempre, únicamente, la forma de una cantidad simple de una cosa, de un valor de uso, ha inducido a Bailey, así como a muchos de sus precursores y continuadores, a ver en la expresión del valor una relación puramente cuantitativa. *La forma de equivalente de una mercancía*, por el contrario, no contiene *ninguna determinación cuantitativa del valor*.

La primera peculiaridad que salta a la vista cuando se analiza la forma de equivalente es que el valor de uso se convierte en la forma en que se manifiesta su contrario, el valor.

La forma natural de la mercancía se convierte en forma de valor. Pero obsérvese que ese quid pro quo [tomar una cosa por otra] sólo ocurre, con respecto a una mercancía B (chaqueta o trigo o hierro, etc.), en el marco de la relación de valor que la enfrenta con otra mercancía A cualquiera (lienzo, etc.); únicamente dentro de los límites de esa relación. Como ninguna mercancía puede referirse a sí misma como equivalente, y por tanto tampoco puede convertir a su propia corteza natural en expresión de su propio valor, tiene que referirse a otra mercancía como equivalente, o sea, hacer de la corteza natural de otra mercancía su propia forma de valor.

El ejemplo de una *medida* que se aplica a los cuerpos de las mercancías en cuanto tales cuerpos de mercancías, esto es, *en cuanto valores de uso*, nos dará una idea clara sobre el particular. Por ser un cuerpo, un *pan de azúcar gravita* y por tanto tiene determinado *peso*, pero no es posible ver o tocar el peso de ningún pan de azúcar. Tomemos diversos *trozos de hierro* cuyo peso haya sido previamente determinado. La forma corpórea del hierro, considerada en sí, de ningún modo es *forma de manifestación de la pesantez*, como tampoco lo es la forma del pan de azúcar. No obstante, para *expresar* el pan de azúcar *en cuanto peso*, lo insertamos en una *relación ponderal* con el hierro. En esta relación el hierro cuenta como cuerpo que *no representa nada más que peso*. Las cantidades de hierro, por consiguiente, sirven como medida ponderal del azúcar y, en su contraposición con el cuerpo azúcar, representan una *mera figura de la pesantez*, una *forma de manifestación de la pesantez*. El hierro desempeña ese papel tan sólo dentro de esa relación en la cual se le enfrenta el azúcar, o cualquier otro cuerpo cuyo peso se trate de hallar. Si esas dos cosas *no tuvieran peso*, no podrían entrar en dicha relación y *una de ellas, por ende, no estaría en condiciones de servir como expresión ponderal de la otra*. Si las echamos en la balanza, veremos que efectivamente ambas *en cuanto pesos son lo mismo*, y por tanto que, *en determinadas proporciones*, son también *equiponderantes*. Así como el *cuerpo férreo*, al estar opuesto en cuanto medida ponderal al pan de azúcar, *sólo* representa *pesantez*, en nuestra expresión de valor el *cuerpo de la chaqueta* no representa frente al lienzo más que valor.

No obstante, la analogía se interrumpe aquí. En la expresión ponderal del pan de azúcar, el hierro asume la representación de una propiedad natural común a ambos cuerpos: su pesantez, mientras que la chaqueta, en la expresión del valor del lienzo, simboliza una propiedad supranatural de ambas cosas: su valor, algo que es puramente social.

Cuando la forma relativa del valor de una mercancía, por ejemplo el lienzo, expresa su carácter de ser valor como algo absolutamente distinto de su cuerpo y de las propiedades de éste, por ejemplo como su carácter de ser igual a una chaqueta, esta expresión denota, por sí misma, que en ella se oculta una

relación social. Ocurre a la inversa con la forma de equivalente. Consiste ésta, precisamente, en que el cuerpo de una mercancía como la chaqueta, tal cual es, exprese valor y posea entonces por naturaleza forma de valor. Esto, sin duda, sólo tiene vigencia dentro de la relación de valor en la cual la mercancía lienzo se refiere a la mercancía chaqueta como equivalente²⁹. Pero como las propiedades de una cosa no surgen de su relación con otras cosas sino que, antes bien, simplemente se activan en esa relación, la chaqueta parece poseer también por naturaleza su forma de equivalente, su calidad de ser directamente intercambiable, así como posee su propiedad de tener peso o de retener el calor. De ahí lo enigmático de la forma de equivalente, que sólo hiere la vista burguesamente obtusa del economista cuando lo enfrenta, ya consumada, en el dinero. Procura él, entonces, encontrar la explicación que desvanezca el carácter místico del oro y la plata, para lo cual los sustituye por mercancías no tan deslumbrantes y recita, con regocijo siempre renovado, el catálogo de todo el populacho de mercancías que otrora desempeñaron el papel de equivalente mercantil. No vislumbra siquiera que la más simple expresión del valor, como 20 varas de lienzo = 1 chaqueta, ya nos plantea, para que le demos solución, el enigma de la forma de equivalente.

El cuerpo de la mercancía que presta servicios de equivalente, cuenta siempre como encarnación de trabajo abstractamente humano y en todos los casos es el producto de un trabajo determinado útil, concreto. Este trabajo concreto, pues, se convierte en expresión de trabajo abstractamente humano. Si a la chaqueta, por ejemplo, se la considera como simple efectivización, al trabajo de sastrería que de hecho se efectiviza en él se lo tiene por mera forma de efectivización de trabajo abstractamente humano. Dentro de la expresión del valor del lienzo, la utilidad del trabajo sastreril no consiste en que produzca ropa, y por tanto también seres humanos, sino en que confeccione un cuerpo que se advierte que es valor, y por consiguiente una gelatina de trabajo humano, absolutamente indistinguible del trabajo objetivado en el valor del lienzo. Para crear tal espejo del valor, el propio trabajo de los sastres no debe reflejar nada más que su propiedad abstracta de ser trabajo humano.

Tanto bajo la forma del trabajo sastreril como bajo la del trabajo textil, se gasta fuerza de trabajo humana. Uno y otro trabajo, pues, poseen la propiedad general de ser trabajo humano y por consiguiente, en casos determinados como por ejemplo el de la producción de valores, sólo entran en consideración desde ese punto de vista. Nada de esto es misterioso. Pero en la expresión de valor de la mercancía, la cosa se invierte. Por ejemplo, para expresar que no es en su forma concreta como tejer que el tejer produce el valor del lienzo, sino en su condición general de trabajo humano, se le contraponen el trabajo sastreril, el trabajo concreto que produce el equivalente del lienzo, como la forma de efectivización tangible del trabajo abstractamente humano.

Es, pues, una segunda peculiaridad de la forma de equivalente, el hecho de que el trabajo concreto se convierta en la forma en que se manifiesta su contrario, el trabajo abstractamente humano.

Pero en tanto ese *trabajo concreto*, el de los *sastres*, oficia de simple expresión de trabajo humano indiferenciado, posee la forma de la igualdad con respecto a otro trabajo, al que se encierra en el lienzo, y es por tanto, aunque trabajo privado —como todos aquellos que producen mercancías—, trabajo en forma directamente social. Precisamente por eso se representa en un producto directamente intercambiable por otra mercancía. Por ende, una *tercera peculiaridad de la forma de equivalente* es que *el trabajo privado adopta la forma de su contrario, del trabajo bajo la forma directamente social*.

Las dos peculiaridades de la *forma de equivalente* analizadas en último lugar se vuelven aun más inteligibles si nos remitimos al gran investigador que analizó por vez primera la forma de valor, como tantas otras formas del pensar, de la sociedad y de la naturaleza. Nos referimos a Aristóteles.

²⁹ Con estas determinaciones reflejas ocurre algo peculiar. Este hombre, por ejemplo, es rey porque los otros hombres se comportan ante él como súbditos; éstos creen, al revés, que son súbditos porque él es rey.

Por de pronto, Aristóteles enuncia con claridad que la *forma dineraria* de la mercancía no es más que la *figura ulteriormente desarrollada de la forma simple del valor*, esto es, de la expresión que adopta el valor de una mercancía en otra mercancía cualquiera. Dice, en efecto:

"5 lechos = una casa"

"no difiere" de

"5 lechos = tanto o cuanto dinero"

Κλίναι πέντε ἀντί... ὅσου αἰ πέντε κλίναι

Aristóteles advierte además que la *relación de valor* en la que se encierra esta *expresión de valor*, implica a su vez el hecho de que la casa se *equipare cualitativamente* al lecho, y que sin tal igualdad de esencias no se podría establecer una relación recíproca, como magnitudes conmensurables, entre esas cosas que para nuestros sentidos son diferentes. "El intercambio", dice, "no podría darse *sin la igualdad*, la igualdad, a su vez, *sin la conmensurabilidad*" ("οὐτ ἰσοτης μὴ οὐσης συμμετρίας"). Pero aquí se detiene perplejo, y desiste de seguir analizando la forma del valor. "En verdad es imposible" ("τῆ μὲν οὖν ἀληθεία ἀδύνατον") "que cosas tan heterogéneas sean conmensurables", esto es, *cualitativamente iguales*. Esta igualdad no puede ser sino algo extraño a la verdadera naturaleza de las cosas, y por consiguiente un mero "arbitrio para satisfacer la necesidad práctica".

El propio Aristóteles nos dice, pues, por falta de qué se malogra su análisis ulterior: por carecer del *concepto de valor*. ¿Qué es lo igual, es decir, cuál es la sustancia común que la casa *representa* para el lecho, en la expresión del valor de éste? Algo así "en verdad no puede existir", afirma Aristóteles. ¿Por qué? Contrapuesta al lecho, la casa representa *un algo igual*, en la medida en que esto representa en ambos —casa y lecho— algo que es efectivamente *igual*. Y eso es el *trabajo humano*.

Pero que bajo la forma de los valores mercantiles todos los trabajos se expresan como *trabajo humano* igual, y por tanto como *equivalentes*, era un resultado que no podía *alcanzar* Aristóteles partiendo de la forma misma del valor, porque la sociedad *griega* se fundaba en el *trabajo esclavo* y por consiguiente su *base natural* era la *desigualdad de los hombres y de sus fuerzas de trabajo*. El secreto de la expresión de valor, la igualdad y la *validez igual de todos los trabajos* por ser *trabajo humano en general*, y en la medida en que lo son, sólo podía ser descifrado cuando el concepto de la igualdad humana poseyera ya la firmeza de un prejuicio popular. Mas esto sólo es posible en una sociedad donde la *forma de mercancía* es la forma general que adopta el producto del trabajo, y donde, por consiguiente, la relación entre unos y otros hombres *como poseedores de mercancías* se ha convertido, asimismo, en la relación social dominante. El genio de Aristóteles brilla precisamente por *descubrir* en la *expresión del valor* de las mercancías una *relación de igualdad*. Sólo la limitación histórica de la sociedad en que vivía le impidió averiguar en qué consistía, "en verdad", *esa relación de igualdad*.

La forma simple de valor, en su conjunto

La forma simple de valor de una mercancía está contenida en su relación de valor con otra mercancía de diferente clase o en la relación de intercambio con la misma. El valor de la mercancía A se expresa cualitativamente en que la mercancía B es directamente intercambiable por la mercancía A. Cuantitativamente, se expresa en el hecho de que una determinada cantidad de la mercancía B es intercambiable por la cantidad dada de la mercancía A. En otras palabras: el valor de una mercancía se expresa de manera autónoma mediante su presentación como "valor de cambio". Si bien al comienzo de este capítulo dijimos, recurriendo a la terminología en boga, que la mercancía es valor de uso y valor de cambio, esto, hablando con precisión, era falso. La mercancía es valor de uso u objeto para el uso y

"valor". Se presenta como ese ente dual que es cuando su valor posee una forma de manifestación propia —la del valor de cambio—, distinta de su forma natural, pero considerada aisladamente nunca posee aquella forma: únicamente lo hace en la relación de valor o de intercambio con una segunda mercancía, de diferente clase. Si se tiene esto en cuenta, ese modo de expresión no hace daño y sirve para abreviar.

Nuestro análisis ha demostrado que la forma de valor o la expresión del valor de la mercancía surge de la naturaleza del valor mercantil, y que, por el contrario, el valor y la magnitud del valor no derivan de su forma de expresión en cuanto valor de cambio. Es ésta, sin embargo, la ilusión no sólo de los mercantilistas y de quienes en nuestros días quieren revivirlos, como Ferrier, Ganilh, etc.³⁰, sino también de sus antípodas, los modernos *commis-voyageurs* [agentes viajeros] librecambistas del tipo de Bastiat y consortes. Los mercantilistas otorgan el papel decisivo al aspecto cualitativo de la expresión del valor, y por ende a la forma de equivalente adoptada por la mercancía, forma que alcanza en el dinero su figura consumada; los modernos buhoneros del librecambio, obligados a desembarazarse de su mercancía al precio que fuere, subrayan por el contrario el aspecto cuantitativo de la forma relativa del valor. Para ellos, por consiguiente, no existe el valor ni la magnitud del valor de la mercancía si no es en la expresión que adopta en la relación de intercambio, o sea: solamente en el boletín diario de la lista de precios. El escocés Macleod, quien ha asumido el papel de engalanar con la mayor erudición posible las caóticas ideas de Lombard Street, constituye la lograda síntesis entre los supersticiosos mercantilistas y los ilustrados mercachifles del librecambio.

Al examen más en detalle la expresión de valor de la mercancía A, expresión contenida en su relación de valor con la mercancía B, vimos que dentro de la misma la forma natural de la mercancía A sólo cuenta como figura del valor de uso, y la forma natural de la mercancía B sólo como forma o figura del valor. La antítesis interna entre valor de uso y valor, oculta en la mercancía, se manifiesta pues a través de una antítesis externa, es decir a través de la relación entre dos mercancías, en la cual una de éstas, aquella cuyo valor ha de ser expresado, cuenta única y directamente como valor de uso, mientras que la otra mercancía, aquella *en la que* se expresa valor, cuenta única y directamente como valor de cambio. La forma simple de valor de una mercancía es, pues, la forma simple en que se manifiesta la antítesis, contenida en ella, entre el valor de uso y el valor.

Bajo todas las condiciones sociales el producto del trabajo es objeto para el uso, pero sólo una época de desarrollo históricamente determinada —aquella que presenta el trabajo gastado en la producción de un objeto útil como atributo "objetivo" de este último, o sea como su valor— transforma el producto del trabajo en mercancía. Se desprende de esto que la forma simple de valor de la mercancía es a la vez la forma mercantil simple adoptada por el producto del trabajo, y que, por tanto, el desarrollo de la forma de mercancía coincide también con el desarrollo de la forma de valor.

Se advierte a primera vista la insuficiencia de la forma simple de valor, de esa forma embrionaria que tiene que padecer una serie de metamorfosis antes de llegar a su madurez en la forma de precio.

La expresión del valor de la mercancía A en una mercancía cualquiera B no hace más que distinguir el valor de esa mercancía A de su propio valor de uso y, por consiguiente, sólo la incluye en una relación de intercambio con alguna clase singular de mercancías diferentes de ella misma, en vez de presentar su igualdad cualitativa y su proporcionalidad cuantitativa con todas las demás mercancías. A la *forma relativa simple de valor* adoptada por una mercancía, corresponde la *forma singular de equivalente* de otra mercancía. La chaqueta, por ejemplo, en la expresión relativa del valor del lienzo, sólo posee *forma de equivalente* o *forma de intercambiabilidad directa* con respecto a esa clase *singular* de mercancía, el lienzo.

³⁰ Nota a la 2ª edición. — F. L. A. Ferrier (sous-inspecteur des douanes [subinspector de aduanas]), *Du gouvernement considéré dans ses rapports avec le commerce*, Paris, 1805, y Charles Ganilh, *Des systèmes d'économie politique*, 2ª ed., Paris, 1821.

La forma singular de valor, no obstante, pasa por sí sola a una forma más plena. Es cierto que por intermedio de ésta, el valor de una mercancía A sólo puede ser expresado en una mercancía de *otra* clase. Sin embargo, para nada importa la clase a que pertenezca esa segunda mercancía: chaqueta, hierro, trigo, etc. Por tanto, según aquella mercancía entre en una *relación de valor* con esta o aquella clase de mercancías, surgirán *diversas expresiones simples del valor* de una y la misma mercancía³¹. El número de sus posibles expresiones de valor no queda limitado más que por el número de clases de mercancías que difieren de ella. Su expresión *singular aislada* del valor se transforma, por consiguiente, en la serie, siempre prolongable, de sus diversas expresiones simples de valor.

B. FORMA TOTAL O DESPLEGADA DE VALOR

z mercancía A = u mercancía B, o = V mercancía C, o = w mercancía D, o x = mercancía E, o etcétera

(20 varas de lienzo = 1 chaqueta, o 10 libras de té, o 40 libras de café, o 1 *quarter* de trigo, o 2 onzas de oro, o 1/2 tonelada de hierro, o etcétera)

La forma relativa de valor desplegada

El valor de una mercancía, por ejemplo el lienzo, queda expresado ahora en otros innumerables elementos del mundo de las mercancías. Todo cuerpo de una mercancía se convierte en espejo del *valor* del lienzo³². Por primera vez este mismo valor *se manifiesta* auténticamente *como una gelatina de trabajo humano indiferenciado*. El trabajo que lo constituye, en efecto, se ve presentado ahora *expresamente* como trabajo *equivalente a cualquier otro trabajo humano*, sea cual fuere la forma natural que éste posea, ya se objetive en chaqueta o trigo o hierro u oro, etc. Mediante su *forma del valor*, ahora el lienzo ya no se halla únicamente *en relación social* con una clase *singular* de mercancías, sino con el *mundo de las mercancías*. En cuanto mercancía, el lienzo es ciudadano de ese mundo. Al propio tiempo, en la serie *infinita* de sus expresiones esta implícito que el *valor* de las mercancías sea indiferente con respecto a *la forma particular del valor de uso* en que *se manifiesta*.

En la primera forma, *20 varas de lienzo = 1 chaqueta*, puede ser un hecho fortuito el que esas dos mercancías sean intercambiables en *determinada proporción cuantitativa*. En la segunda forma, por el contrario, salta enseguida a la vista un trasfondo esencialmente diferente de la manifestación fortuita, a la que determina. El valor del lienzo se mantiene invariable, ya se exprese en chaqueta o café o hierro, etc., en innumerables y distintas mercancías, pertenecientes a los poseedores más diversos. Caduca la relación fortuita entre dos poseedores individuales de mercancías. Se vuelve obvio que no es el intercambio el que regula la magnitud de valor de la mercancía, sino a la inversa la magnitud de valor de la mercancía la que rige sus relaciones de intercambio.

La forma particular de equivalente

En la expresión de valor del lienzo, toda mercancía —chaqueta, té, trigo, hierro, etc.— oficia de *equivalente* y, por lo tanto, de *cuerpo de valor*. La *forma natural determinada* de cada una de esas

³¹ Nota a la 2ª edición. — A modo de ejemplo: en Homero el valor de una cosa se ve expresado en una serie de objetos diferentes

³² De ahí que cuando el valor del lienzo se representa en chaquetas, se hable de su valor en chaquetas; de su valor en trigo, cuando se lo representa en trigo, etc. Cada una de esas expresiones indica que su valor es el que se pone de manifiesto en los valores de uso chaqueta, trigo, etc. "Como el valor de toda mercancía denota su relación en el intercambio, podemos hablar de él como . . . valor en trigo, valor en paño, según la mercancía con que se lo compare, y de ahí que existan mil distintos tipos de valor, tantos tipos de valor como mercancías hay en existencia, y todos son igualmente reales e igualmente nominales." (*A Critical Dissertation on the Nature, Measure, and Causes of Value; Chiefly in Reference to the Writings of Mr. Ricardo and his Followers. By the Author of Essays on the Formation... of Opinions*, Londres, 1825, p. 39.) Samuel Bailey, autor de esta obra anónima, que en su época provocó gran revuelo en Inglaterra, se imagina haber destruido, mediante esa referencia a las múltiples y diversas expresiones relativas del valor de una misma mercancía, toda definición del valor. Que Bailey, por lo demás, y pese a su estrechez, acertó a encontrar diversos puntos débiles de la teoría de Ricardo, lo demuestra el encono con que la escuela ricardiana lo hizo objeto de sus ataques, por ejemplo en la *Westminster Review*.

mercancías es ahora una *forma particular de equivalente*, junto a otras muchas. De igual modo, las *múltiples* clases de trabajos *útiles, concretos, determinados*, contenidos en los diversos cuerpos de las mercancías, hacen ahora las veces de otras tantas formas *particulares* de efectivización o de manifestación de trabajo *humano puro y simple*.

Deficiencias de la forma total o desplegada del valor

En primer lugar, la expresión *relativa* del valor de la mercancía es *incompleta*, porque la serie en que se representa no conoce término. El encadenamiento en que una ecuación de valor se eslabona con la siguiente, puede prolongarse indefinidamente mediante la inserción de cualquier nuevo tipo de mercancías que proporcione la materia para una nueva expresión de valor. En segundo lugar, constituye un mosaico abigarrado de expresiones de valor divergentes y heterogéneas. Y a la postre, si el *valor relativo de toda mercancía* se debe expresar en esa forma desplegada —como efectivamente tiene que ocurrir—, tenemos que la forma relativa de valor de toda mercancía será una serie infinita de expresiones de valor, *diferente* de la forma relativa de valor que adopta cualquier otra mercancía. Las deficiencias de la forma *relativa desplegada* de valor se reflejan en la *forma de equivalente* que a ella corresponde. Como la forma natural de cada clase singular de mercancías es aquí una *forma particular de equivalente* al lado de otras innumerables formas *particulares* de equivalente, únicamente existen *formas restringidas de equivalente*, cada una de las cuales *excluye* a las otras. De igual manera, el *tipo de trabajo útil, concreto, determinado*, contenido en cada equivalente particular de mercancías, no es más que una forma *particular*, y por tanto *no exhaustiva, de manifestación del trabajo humano*. Éste posee su forma plena o total de manifestación, es cierto, en el *conjunto global* de esas formas *particulares* de manifestarse. Pero carece, así, de una forma *unitaria* de manifestación.

La *forma relativa desplegada del valor* sólo se compone, sin embargo, de una suma de expresiones de valor relativas simples o *ecuaciones de la primera forma*, como:

$$20 \text{ varas de lienzo} = 1 \text{ chaqueta}$$

$$20 \text{ varas de lienzo} = 10 \text{ libras de té, etcétera.}$$

Pero cada una de esas igualdades también implica, recíprocamente, la ecuación idéntica:

$$1 \text{ chaqueta} = 20 \text{ varas de lienzo}$$

$$10 \text{ libras de té} = 20 \text{ varas de lienzo, etcétera.}$$

Efectivamente, cuando un hombre cambia su lienzo por otras muchas mercancías, y por ende *expresa el valor de aquél* en una serie de otras mercancías, necesariamente los otros muchos poseedores de mercancías también intercambian éstas por lienzo y, con ello, expresan *los valores* de sus diversas mercancías en *la misma tercera mercancía*, en lienzo. Si invertimos, pues, la serie: *20 varas de lienzo = 1 chaqueta, o 10 libras de té, o = etc.*, es decir, si expresamos la relación inversa, que conforme a la naturaleza de la cosa ya estaba contenida en la serie, tendremos:

C. FORMA GENERAL DE VALOR

1 Chaqueta	=	}	20 varas de lienzo
10 libras de té	=		
40 libras de café	=		
1 <i>quarter</i> de trigo	=		
1 onza de oro	=		
1/2 tonelada de hierro	=		
X mercancía A	=		
etcétera mercancía	=		

Carácter modificado de la forma de valor

Las mercancías representan ahora su valor 1) *de manera simple*, porque lo representan *en una sola mercancía*, y 2) *de manera unitaria*, porque lo representan en la misma mercancía. Su forma de valor es simple y común a todas y, por consiguiente, *general*.

Las formas I y II únicamente lograban expresar el valor de una mercancía como un algo diferente de su propio valor de uso o de su cuerpo.

La *primera* forma sólo daba lugar a ecuaciones de valor como, por ejemplo: 1 chaqueta = 20 varas de lienzo, 10 libras de té = 1/2 tonelada de hierro, etc. El valor de la chaqueta se expresa como algo igual al lienzo; el valor del té como algo igual al hierro, etc., pero lo que es igual al lienzo y lo igual al hierro —esas expresiones del valor de la chaqueta y del té— difieren tanto entre sí como el lienzo y el hierro. Es obvio que esta forma, en la práctica, sólo se da en los más tempranos comienzos, cuando los productos del trabajo se convierten en mercancías a través de un intercambio fortuito y ocasional.

La *segunda* forma distingue más cabalmente que la primera entre el valor de una mercancía y su propio valor de uso, ya que el valor de la chaqueta, por ejemplo, se contrapone aquí a su forma natural en todas las formas posibles: como igual al lienzo, al hierro, al té, etc.; como igual a todas las otras, pero nunca la chaqueta misma. Por otra parte, queda aquí directamente excluida toda expresión de valor común a las mercancías, puesto que en la expresión del valor de cada mercancía todas las demás sólo aparecen bajo la forma de equivalentes. La forma desplegada de valor ocurre de manera efectiva, por primera vez, cuando un producto del trabajo, por ejemplo las reses, ya no se intercambia excepcionalmente, sino de modo habitual, por otras mercancías diversas.

La *última* forma que se ha agregado expresa los valores del mundo mercantil en una y la misma especie de mercancías, separada de las demás, por ejemplo en el lienzo, y representa así los valores de todas las mercancías por medio de su igualdad con aquél. En cuanto igual al lienzo, el valor de cada mercancía no sólo difiere ahora de su propio valor de uso, sino de todo valor de uso, y precisamente por ello se lo expresa como lo que es común a ella y a todas las demás mercancías. Tan sólo esta forma, pues, relaciona efectivamente las mercancías entre sí en cuanto valores, o hace que aparezcan recíprocamente como valores de cambio.

Las dos formas precedentes expresan el valor de cada mercancía, ora en una sola mercancía de diferente clase con respecto a aquélla, ora en una serie de muchas mercancías que difieren de la primera. En ambos casos es, por así decirlo, un asunto privado de cada mercancía singular la tarea de darse una forma de valor, y cumple ese cometido sin contar con el concurso de las demás mercancías. Éstas desempeñan, con respecto a ella, el papel meramente pasivo de equivalentes. La forma general del valor, por el contrario, surge tan sólo como obra común del mundo de las mercancías. Una mercancía sólo alcanza la expresión general de valor porque, simultáneamente, todas las demás mercancías expresan su valor en

el mismo equivalente, y cada nueva clase de mercancías que aparece en escena debe hacer otro tanto. Se vuelve así visible que la objetividad del valor de las mercancías, por ser la mera "existencia social" de tales cosas, únicamente puede quedar expresada por la relación social omnilateral entre las mismas; la forma de valor de las mercancías, por consiguiente, tiene que ser una forma socialmente vigente.

Bajo la forma de lo igual al lienzo, todas las mercancías se manifiestan ahora no sólo como cualitativamente iguales, como valores en general, sino, a la vez, como magnitudes de valor comparables cuantitativamente. Como aquéllas ven reflejadas sus magnitudes de valor en un único material, en lienzo, dichas magnitudes de valor se reflejan recíprocamente, unas a otras. A modo de ejemplo: 10 libras de té = 20 varas de lienzo, y 40 libras de café = 20 varas de lienzo. Por tanto, 10 libras de té = 40 libras de café. O sea: en 1 libra de café sólo está encerrado $\frac{1}{4}$ de la sustancia de valor, del trabajo, que en 1 libra de té.

La forma de valor relativa general vigente en el mundo de las mercancías confiere a la mercancía equivalente segregada por él, al lienzo, el carácter de equivalente general. Su propia forma natural es la figura de valor común a ese mundo, o sea, el lienzo, intercambiable directamente por todas las demás mercancías. Su forma corpórea cuenta como encarnación visible, como crisálida social general de todo trabajo humano. Tejer, el trabajo particular que produce la tela, reviste a la vez una forma social general, la de la igualdad con todos los demás trabajos. Las ecuaciones innumerables de las que se compone la forma general de valor, igualan sucesivamente el trabajo efectivizado en el lienzo al trabajo contenido en otra mercancía, convirtiendo así el tejer en forma general de manifestación del trabajo humano, sea cual fuere. De esta suerte, el trabajo objetivado en el valor de las mercancías no sólo se representa negativamente, como trabajo en el que se hace abstracción de todas las formas concretas y propiedades útiles de los trabajos reales: su propia naturaleza positiva se pone expresamente de relieve. Él es la reducción de todos los trabajos reales al carácter, que les es común, de trabajo humano; al de gasto de fuerza humana de trabajo.

La forma general de valor, la cual presenta a los productos del trabajo como simple gelatina de trabajo humano indiferenciado, deja ver en su propia estructura que es la expresión social del mundo de las mercancías. Hace visible, de este modo, que dentro de ese mundo el carácter humano general del trabajo constituye su carácter específicamente social.

Relación de desarrollo entre la forma relativa de valor y la forma de equivalente

Al grado de desarrollo de la forma relativa del valor corresponde el grado de desarrollo de la forma de equivalente. Pero conviene tener en cuenta que *el desarrollo de la segunda no es más que expresión y resultado del desarrollo alcanzado por la primera.*

La *forma relativa simple*, o aislada, del valor de una mercancía convierte a otra mercancía en un equivalente singular. La forma desplegada del valor relativo, esa expresión del valor de una mercancía en todas las demás mercancías, imprime a éstas la forma de equivalentes particulares de diferentes clases. Finalmente, una clase particular de mercancías adopta la forma de equivalente general, porque todas las demás mercancías la convierten en el material de su forma de valor general y unitaria.

Pero en el mismo grado en que se desarrolla la forma de valor en general, se *desarrolla* también la *antítesis* entre sus dos polos: *la forma relativa de valor y la forma de equivalente.*

Ya la primera forma —20 varas de lienzo = 1 chaqueta— contiene esa antítesis, pero no la establece como algo fijo. Según se lea esa ecuación de adelante hacia atrás o de atrás hacia adelante, cada una de las mercancías que ofician de términos, el lienzo y la chaqueta, se encuentra igualmente ora en la forma relativa de valor, ora en la forma de equivalente. Aquí todavía cuesta trabajo fijar la antítesis polar.

En la forma II, sólo *una clase de mercancía puede desplegar plenamente su valor relativo*, o, en otras palabras, sólo ella misma posee una *forma relativa de valor desplegada*, porque, y en cuanto, todas

las demás mercancías se le contraponen bajo la forma de equivalente. Ya no es factible aquí invertir los términos de la ecuación de valor —como 20 varas de lienzo = 1 chaqueta, o = 10 libras de té, o = 1 *quarter* de trigo, etc.— sin modificar su carácter de conjunto, convirtiéndola de forma total del valor en forma general del mismo.

La última forma, la III, ofrece finalmente al *mundo de las mercancías la forma relativa social-general de valor* porque, y en cuanto, todas las mercancías pertenecientes a ese mundo, con una sola excepción, *se ven excluidas de la forma general de equivalente*. Una mercancía, el lienzo, reviste pues la forma de intercambiabilidad directa por todas las demás mercancías, o la forma directamente social, porque, y en cuanto, todas las demás no revisten dicha forma³³.

A la inversa, la mercancía que figura como equivalente general queda excluida de la *forma de valor relativa unitaria*, y por tanto *general, propia del mundo de las mercancías*. Si el lienzo, esto es, cualquier mercancía que se encuentre en la forma general de equivalente, hubiera de participar a la vez en la *forma relativa general de valor*, tendría que *servir ella misma de equivalente*. Tendríamos entonces que 20 varas de lienzo = 20 varas de lienzo, una tautología que no expresa valor ni magnitud de valor. Para *expresar el valor relativo del equivalente general*, antes bien, hemos de invertir la forma III. Dicho equivalente general no comparte con las demás mercancías la forma relativa de valor, sino que *su valor* se expresa *relativamente* en la *serie infinita de todos los demás cuerpos de mercancías*. De este modo, la *forma relativa desplegada de valor*, o forma II, se presenta ahora como *la forma relativa y específica de valor* que es propia de la *mercancía equivalente*.

Transición de la forma general de valor a la forma de dinero

La *forma de equivalente general* es una *forma de valor* en general. Puede adoptarla, por consiguiente, *cualquier* mercancía. Por otra parte, una mercancía sólo se encuentra en la forma de equivalente general (forma III) porque *todas las demás mercancías la han separado de sí mismas, en calidad de equivalente*, y en la medida en que ello haya ocurrido. Y tan sólo a partir del instante *en que esa separación se circunscribe* definitivamente a una clase *específica* de mercancías, la *forma relativa unitaria* de valor propia del mundo de las mercancías adquiere *consistencia objetiva y vigencia social general*.

La clase *específica* de mercancías con cuya *forma natural se fusiona socialmente la forma de equivalente*, deviene *mercancía dinerada* o funciona como *dinero*. Llega a ser su *función social específica*, y por lo tanto *su monopolio social*, desempeñar *dentro del mundo de las mercancías* el papel de equivalente general. Históricamente, ese sitio privilegiado lo conquistó una mercancía determinada, una de las que en la forma II figuran como *equivalente particular* del lienzo y en la forma III expresan conjuntamente su *valor relativo* en el lienzo: el *oro*. Por consiguiente, si en la forma III reemplazamos la mercancía lienzo por la mercancía oro, tendremos lo siguiente:

³³ En realidad, la forma de intercambiabilidad directa general de ningún modo revela a simple vista que se trate de una forma mercantil antitética, tan inseparable de la forma de intercambiabilidad no directa como el carácter positivo de un polo magnético lo es del carácter negativo del otro polo. Cabría imaginarse, por consiguiente, que se podría grabar en todas las mercancías, a la vez, la impronta de ser directamente intercambiables, tal como cabría conjeturar que es posible convertir a todo católico en el papa. Para el pequeño burgués, que ve en la producción de mercancías el *nec plus ultra* [extremo insuperable] de la libertad humana y de la independencia individual, sería muy apetecible, naturalmente, que se subsanaran los *abusos* ligados a esa forma, y entre ellos también el hecho de que las mercancías no sean *directamente intercambiables*. La lucubración de esta utopía de filisteos constituye el socialismo de Proudhon, a quien, como he demostrado en otra parte, ni siquiera cabe el mérito de la originalidad, ya que dicho socialismo fue desarrollado mucho antes que él, y hartó mejor, por Gray, Bray y otros. Lo cual no impide que esa sabiduría, bajo el nombre de "science" [ciencia], haga estragos en ciertos círculos. Ninguna escuela ha hecho más alardes con la palabra "science" que la prudoniana, pues "cuando faltan las ideas, acude justo a tiempo una palabra".

D. FORMA DE DINERO

20 varas de lienzo	=	}	2 onzas de oro
1 chaqueta	=		
10 libras de te	=		
40 libras de café	=		
1 quarter de trigo	=		
1/2 tonelada de hierro	=		
X mercancía A	=		

En el tránsito de la forma I a la II, de la forma II a la III tienen lugar *variaciones esenciales*. La forma IV, por el contrario, no se distingue en nada de la III, si no es en que ahora, en vez del lienzo, es el oro el que reviste la forma de equivalente general. En la forma IV el oro es lo que en la III era el lienzo: *equivalente general*. El progreso consiste tan sólo en que ahora la *forma de intercambiabilidad general directa*, o la forma de *equivalente general*, se ha *soldado* de modo definitivo, por la costumbre social, con la *específica forma natural* de la mercancía oro.

Si el oro se enfrenta a las otras mercancías sólo como *dinero*, ello se debe a que anteriormente se contraponía a ellas *como mercancía*. Al igual que todas las demás mercancías, el oro funcionó también *como equivalente*, sea como equivalente *singular* en actos de intercambio aislados, sea como *equivalente particular* junto a otras mercancías que también desempeñaban ese papel. Poco a poco, en ámbitos más restringidos o más amplios, comenzó a funcionar como *equivalente general*. No bien conquista el monopolio de este sitio en la *expresión del valor correspondiente al mundo de las mercancías*, se transforma en *mercancía dineraria*, y sólo a partir del momento en que *ya se ha convertido en tal mercancía dineraria*, la forma IV se distingue de la III, o bien la *forma general de valor* llega a convertirse en la *forma de dinero*.

La *expresión relativa simple del valor de una mercancía*, por ejemplo del lienzo, en la mercancía que ya funciona como *mercancía dineraria*, por ejemplo en el oro, es la *forma de precio*. La "forma de precio", en el caso del lienzo será, por consiguiente:

$$20 \text{ varas de lienzo} = 2 \text{ onzas de oro}$$

o bien, si la denominación monetaria de dos onzas de oro es dos libras esterlinas,

$$20 \text{ varas de lienzo} = 2 \text{ libras esterlinas.}$$

La dificultad que presenta el concepto de la forma de dinero se reduce a comprender la forma de equivalente general, o sea la forma general de valor, la forma III. Ésta se resuelve a su vez en la II, la forma desplegada del valor, y su *elemento constitutivo* es la forma I: *20 varas de lienzo = 1 chaqueta*, o $x \text{ mercancía A} = y \text{ mercancía B}$. La forma simple de la mercancía es, por consiguiente, el germen de la forma de dinero.

El carácter fetichista de la mercancía y su secreto

A primera vista, una *mercancía* parece ser una cosa trivial, de comprensión inmediata. Su análisis demuestra que es un objeto endemoniado, rico en sutilezas metafísicas y reticencias teológicas. En cuanto *valor de uso*, nada de misterioso se oculta en ella, ya la consideremos desde el punto de vista de que merced a sus propiedades satisface necesidades humanas, o de que no adquiere esas propiedades sino en cuanto *producto* del trabajo humano. Es de claridad meridiana que el hombre, mediante su actividad, altera las formas de las materias naturales de manera que le sean útiles. Se modifica la forma de la madera, por ejemplo, cuando con ella se hace una mesa. No obstante, la mesa sigue siendo madera, una cosa ordinaria, sensible. Pero no bien entra en escena *como mercancía*, se trasmuta en cosa sensorialmente

suprasensible. No sólo se mantiene tiesa apoyando sus patas en el suelo, sino que se pone de cabeza frente a todas las demás mercancías y de su testa de palo brotan quimeras mucho más caprichosas que si, por libre determinación, se lanzara a bailar³⁴

El carácter místico de la mercancía no deriva, por tanto, de su valor de uso. Tampoco proviene del contenido de las determinaciones *de valor*. En primer término, porque por diferentes que sean los trabajos útiles o actividades productivas, constituye una verdad, desde el punto de vista *fisiológico*, que se trata de funciones del organismo *humano*, y que todas esas funciones, sean cuales fueren su contenido y su forma, son en esencia *gasto* de cerebro, nervio, músculo, órgano sensorio, etc., *humanos*. En segundo lugar, y en lo tocante a lo que sirve de fundamento para determinar las magnitudes de valor, esto es, a la *duración* de aquel gasto o a la *cantidad* del trabajo, es posible distinguir hasta sensorialmente la *cantidad* del trabajo de su *calidad*. En todos los tipos de sociedad necesariamente hubo de interesar al hombre el *tiempo* de trabajo que insume la producción de los medios de subsistencia, aunque ese interés no fuera uniforme en los diversos estadios del desarrollo³⁵. Finalmente, tan pronto como los hombres trabajan unos para otros, su trabajo adquiere también una forma *social*.

¿De dónde brota, entonces, el carácter enigmático que distingue al producto del trabajo no bien asume la *forma de mercancía*? Obviamente, de esa forma misma. La igualdad de los trabajos humanos adopta la forma material de la igual objetividad de valor de los productos del trabajo; la medida del gasto de fuerza de trabajo humano por su duración, cobra la forma de la magnitud del valor que alcanzan los productos del trabajo; por último, las relaciones entre los productores, en las cuales se hacen efectivas las determinaciones sociales de sus trabajos, revisten la forma de una relación social entre los productos del trabajo.

Lo misterioso de la forma mercantil consiste sencillamente, pues, en que la misma refleja ante los hombres el carácter social de su propio trabajo como caracteres objetivos inherentes a los productos del trabajo, como propiedades sociales naturales de dichas cosas, y, por ende, en que también refleja la relación social que media entre los productores y el trabajo global, como una relación social entre los objetos, existente al margen de los productores. Es por medio de este *quid pro quo* [tomar una cosa por otra] como los productos del trabajo se convierten en mercancías, en cosas sensorialmente suprasensibles o sociales. De modo análogo, la impresión luminosa de una cosa sobre el nervio óptico no se presenta como excitación subjetiva de ese nervio, sino como forma objetiva de una cosa situada fuera del ojo. Pero en el acto de ver se proyecta efectivamente luz desde una cosa, el objeto exterior, en otra, el ojo. Es una relación física entre cosas físicas. Por el contrario, la forma de mercancía y la relación de valor entre los productos del trabajo en que dicha forma se representa, no tienen absolutamente nada que ver con la naturaleza física de los mismos ni con las relaciones, propias de cosas, que se derivan de tal naturaleza. Lo que aquí adopta, para los hombres, la forma fantasmagórica de una relación entre cosas, es sólo la relación social determinada existente entre aquéllos. De ahí que para hallar una analogía pertinente debamos buscar amparo en las neblinosas comarcas del mundo religioso. En éste los productos de la mente humana parecen figuras autónomas, dotadas de vida propia, en relación unas con otras y con los hombres. Otro tanto ocurre en el mundo de las mercancías con los productos de la mano humana. A esto llamo el fetichismo que se adhiere a los productos del trabajo no bien se los produce como mercancías, y que es inseparable de la producción mercantil.

³⁴ Recuérdese que China y las mesas comenzaron a danzar cuando todo el resto del mundo parecía estar sumido en el reposo... pour encourager les autres [para alentar a los demás].

³⁵ Nota a la 2ª edición. — Entre los antiguos germanos la extensión de un *Morgen** (de 25 a 30 áreas) de tierra se calculaba por el trabajo de una jornada, y por eso al *Morgen* se lo denominaba *Tagwerk* [trabajo de un día] (también *Tagwanne* [aventar un día]) (*júntale* o *jitrnalis*, *térta jurnalis*, *jornalis* o *diurnalis*), *Mannwerk* [trabajo de un hombre], *Mannskraft* [fuerza de un hombre], *Mannsmaad* [siega de un hombre], *Mannshauet* [tala de un hombre], etc. Véase Georg Ludwig von Maurer, *Einleitung zur Geschichte der Mark-, Hof-, itsw. Verfassung*, Munich, 1854, p. 129 y s.

Ese carácter fetichista del mundo de las mercancías se origina, como el análisis precedente lo ha demostrado, en la peculiar índole social del trabajo que produce mercancías.

Si los objetos para el uso se convierten en mercancías, ello se debe únicamente a que son *productos de trabajos privados ejercidos independientemente los unos de los otros*. El complejo de estos trabajos privados es lo que constituye el trabajo social global. Como los productores no entran en contacto social hasta que intercambian los productos de su trabajo, los atributos específicamente sociales de esos trabajos privados no se manifiestan sino en el marco de dicho intercambio. O en otras palabras: de hecho, los trabajos privados no alcanzan realidad como partes del trabajo social en su conjunto, sino por medio de las relaciones que el intercambio establece entre los productos del trabajo y, a través de los mismos, entre los productores. A éstos, por ende, las relaciones sociales entre sus trabajos privados se les *ponen de manifiesto* como lo que son, vale decir, no como relaciones directamente sociales trabadas entre las personas mismas, en sus trabajos, sino por el contrario como *relaciones propias de cosas* entre las personas y *relaciones sociales entre las cosas*.

Es sólo en su intercambio donde los productos del trabajo adquieren una objetividad de valor, socialmente uniforme, separada de su objetividad de uso, sensorialmente diversa. Tal escisión del producto laboral en cosa útil y cosa de valor sólo se efectiviza, en la práctica, cuando el intercambio ya ha alcanzado la extensión y relevancia suficientes como para que se produzcan cosas útiles destinadas al intercambio, con lo cual, pues, ya en su producción misma se tiene en cuenta el carácter de valor de las cosas. A partir de ese momento los trabajos privados de los productores adoptan de manera efectiva un doble carácter social. Por una parte, en cuanto trabajos útiles determinados, tienen que satisfacer una necesidad social determinada y con ello probar su eficacia como partes del trabajo global, del sistema natural caracterizado por la división social del trabajo. De otra parte, sólo satisfacen las variadas necesidades de sus propios productores, en la medida en que todo trabajo privado particular, dotado de utilidad, es pasible de intercambio por otra clase de trabajo privado útil, y por tanto le es equivalente. La *igualdad de trabajos toto coelo* [totalmente] *diversos* sólo puede consistir en una *abstracción de su desigualdad real*, en la reducción al carácter común que poseen en cuanto *gasto de fuerza humana de trabajo*, *trabajo* abstractamente *humano*. El cerebro de los productores privados refleja ese doble carácter social de sus trabajos privados solamente en las formas que se manifiestan en el movimiento práctico, en el intercambio de productos: el carácter socialmente útil de sus trabajos privados, pues, sólo lo refleja bajo la forma de que el producto del trabajo tiene que ser útil, y precisamente serlo para otros; el carácter social de la igualdad entre los diversos trabajos, sólo bajo la forma del carácter de valor que es común a esas cosas materialmente diferentes, los productos del trabajo.

Por consiguiente, el que los hombres relacionen entre sí como *valores* los productos de su trabajo no se debe al hecho de que tales cosas cuenten para ellos como *meras envolturas materiales* de trabajo homogéneamente humano. A la inversa. Al equiparar *entre sí* en el cambio como *valores* sus *productos* heterogéneos, equiparan recíprocamente sus diversos trabajos como trabajo humano. No lo saben, pero lo *hacen*³⁶. El valor, en consecuencia, no lleva escrito en la frente *lo que* es. Por el contrario, transforma a todo producto del trabajo en un jeroglífico social. Más adelante los hombres procuran descifrar el sentido del jeroglífico, desentrañar el misterio de su propio producto social, ya que la determinación de los objetos para el uso como *valores* es producto social *suyo* a igual título que el lenguaje. El descubrimiento científico ulterior de que los productos del trabajo, en la medida en que son valores, constituyen meras expresiones, con el carácter de cosas, del trabajo humano empleado en su producción, inaugura una época en la historia de la evolución humana, pero en modo alguno desvanece la apariencia de objetividad que envuelve a los atributos sociales del trabajo. Un hecho que sólo tiene vigencia para esa forma particular de producción,

³⁶ Nota a la 2ª edición. — Por eso, cuando Galiani dice: el valor es una relación entre personas —"la ricchezza è una ragione tra due persone"— habría debido agregar: una relación oculta bajo una envoltura de cosa. (Galiani, *Della moneta*, col. Custodi cit., Milán, 1803, parte moderna, t. III, p. 221.)

para la producción de mercancías —a saber, que el carácter específicamente social de los trabajos privados independientes consiste en su igualdad en cuanto trabajo humano y asume la forma del carácter de valor de los productos del trabajo—, tanto antes como después de aquel descubrimiento se presenta como igualmente definitivo ante quienes están inmersos en las relaciones de la producción de mercancías, así como la descomposición del aire en sus elementos, por parte de la ciencia, deja incambiada la forma del aire en cuanto forma de un cuerpo físico.

Lo que interesa ante todo, en la práctica, a quienes intercambian mercancías es saber cuánto producto ajeno obtendrán por el producto propio; en qué proporciones, pues, se intercambiarán los productos. No bien esas proporciones, al madurar, llegan a adquirir cierta fijeza consagrada por el uso, parecen deber su origen a la naturaleza de los productos del trabajo, de manera que por ejemplo una tonelada de hierro y dos onzas de oro valen lo mismo, tal como una libra de oro y una libra de hierro pesan igual por más que difieran sus propiedades físicas y químicas. En realidad, el carácter de valor que presentan los productos del trabajo, no se consolida sino por hacerse efectivos en la práctica como magnitudes de valor. Estas magnitudes cambian de manera constante, independientemente de la voluntad, las previsiones o los actos de los sujetos del intercambio. Su propio movimiento social posee para ellos la forma de un movimiento de cosas bajo cuyo control se encuentran, en lugar de controlarlas. Se requiere una producción de mercancías desarrollada de manera plena antes que brote, a partir de la experiencia misma, la comprensión científica de que los trabajos privados —ejercidos independientemente los unos de los otros pero sujetos a una interdependencia multilateral en cuanto *ramas de la división social del trabajo que se originan naturalmente*— son reducidos en todo momento a su medida de proporción social porque en las *relaciones de intercambio entre sus productos*, fortuitas y siempre fluctuantes, el tiempo de trabajo socialmente necesario para la producción de los mismos se impone de modo irresistible como *ley natural* reguladora, tal como por ejemplo se impone la ley de la gravedad cuando a uno se le cae la casa encima³⁷. La determinación de las magnitudes de valor por el tiempo de trabajo, pues, es un misterio oculto bajo los movimientos manifiestos que afectan a los valores relativos de las mercancías. Su desciframiento borra la apariencia de que la determinación de las magnitudes de valor alcanzadas por los productos del trabajo es meramente fortuita, pero en modo alguno elimina su forma de cosa.

La reflexión en torno a las formas de la vida humana, y por consiguiente el análisis científico de las mismas, toma un camino opuesto al seguido por el desarrollo real. Comienza *post festum* [después de los acontecimientos] y, por ende, disponiendo ya de los resultados últimos del proceso de desarrollo. Las formas que ponen la impronta de mercancías a los productos del trabajo y por tanto están presupuestas a la circulación de mercancías, poseen ya la fijeza propia de formas naturales de la vida social, antes de que los hombres procuren dilucidar no el carácter histórico de esas formas —que, más bien, ya cuentan para ellos como algo inmutable— sino su contenido. De esta suerte, fue sólo el análisis de los precios de las mercancías lo que llevó a la determinación de las magnitudes del valor; sólo la expresión colectiva de las mercancías en dinero, lo que indujo a fijar su carácter de valor. Pero es precisamente esa forma acabada del mundo de las mercancías —la forma de dinero— la que vela de hecho, en vez de revelar, el carácter social de los trabajos privados, y por tanto las relaciones sociales entre los trabajadores individuales. Si digo que la chaqueta, los botines, etc., se vinculan con el lienzo como con la encarnación general de trabajo humano abstracto, salta a la vista la insensatez de tal modo de expresarse. Pero cuando los productores de chaquetas, botines, etc., refieren esas mercancías al lienzo —o al oro y la plata, lo que en nada modifica la cosa— como equivalente general, la relación entre sus trabajos privados y el trabajo social en su conjunto se les presenta exactamente bajo esa forma insensata.

³⁷ "¿Qué pensar de una ley que sólo puede imponerse a través de revoluciones periódicas? No es sino una *ley natural*, fundada en la inconciencia de quienes están sujetos a ella." (Friedrich Engels, *Umriss zu einer Kritik der Nationalökonomie*, en *Deutsch-Französische Jahrbücher*, ed. por Arnold Ruge y Karl Marx, Paris, 1844.)

Formas semejantes constituyen precisamente las *categorías* de la economía burguesa. Se trata de formas del pensar socialmente válidas, y por tanto objetivas, para las relaciones de producción que caracterizan ese modo de producción social *históricamente determinado*: la producción de mercancías. Todo el misticismo del mundo de las mercancías, toda la magia y la fantasmagoría que nimban los productos del trabajo fundados en la producción de mercancías, se esfuma de inmediato cuando emprendemos camino hacia otras formas de producción.

Como la economía política es afecta a las robinsonadas³⁸, hagamos primeramente que Robinsón comparezca en su isla. Frugal, como lo es ya de condición, tiene sin embargo que satisfacer diversas necesidades y, por tanto, ejecutar *trabajos útiles de variada índole*: fabricar herramientas, hacer muebles, domesticar llamas, pescar, cazar, etcétera. De rezos y otras cosas por el estilo no hablemos aquí, porque a nuestro Robinsón esas actividades le causan placer y las incluye en sus esparcimientos. Pese a la diversidad de sus funciones productivas sabe que no son más que distintas formas de actuación del mismo Robinsón, es decir, nada más que diferentes modos del trabajo *humano*. La necesidad misma lo fuerza a distribuir concienzudamente su *tiempo* entre sus diversas funciones. Que una ocupe más espacio de su actividad global y la otra menos, depende de la mayor o menor dificultad que haya que superar para obtener el efecto útil propuesto. La experiencia se lo inculca, y nuestro Robinsón, que del naufragio ha salvado el reloj, libro mayor, tinta y pluma, se pone, como buen inglés, a llevar la contabilidad de sí mismo. Su inventario incluye una nómina de los objetos útiles que él posee, de las *diversas* operaciones requeridas para su producción y por último del *tiempo de trabajo* que, término medio, le insume elaborar determinadas cantidades de esos diversos productos. Todas las relaciones entre Robinsón y las cosas que configuran su riqueza, creada por él, son tan sencillas y transparentes que hasta el mismo señor Max Wirth, sin esforzar mucho el magín, podría comprenderlas. Y, sin embargo, quedan contenidas en ellas todas las determinaciones esenciales del *valor*.

Trasladémonos ahora de la radiante ínsula de Robinsón a la tenebrosa Edad Media europea. En lugar del hombre independiente nos encontramos con que aquí todos están ligados por lazos de dependencia: siervos de la gleba y terratenientes, vasallos y grandes señores, seglares y clérigos. La dependencia personal caracteriza tanto las relaciones sociales en que tiene lugar la producción material como las otras esferas de la vida estructuradas sobre dicha producción. Pero precisamente porque las relaciones personales de dependencia constituyen la base social dada, los trabajos y productos no tienen por qué asumir una forma fantástica diferente de su realidad. Ingresan al mecanismo social en calidad de servicios directos y prestaciones en especie. La forma natural del trabajo, su particularidad, y no, como sobre la base de la producción de mercancías, su generalidad, es lo que aquí constituye la forma directamente social de aquél. La prestación personal servil se mide por el tiempo, tal cual se hace con el trabajo que produce mercancías, pero ningún siervo ignora que se trata de determinada cantidad de su fuerza de trabajo personal, gastada por él al servicio de su señor. El diezmo que le entrega al cura es más diáfano que la bendición del clérigo. Sea cual fuere el juicio que nos merezcan las máscaras que aquí se ponen los hombres al desempeñar sus respectivos papeles, el caso es que las relaciones sociales existentes entre las personas en sus trabajos se ponen de manifiesto como sus propias relaciones personales y no aparecen disfrazadas de relaciones sociales entre las cosas, entre los productos del trabajo.

Para investigar el trabajo colectivo, vale decir, directamente socializado, no es necesario que nos remontemos a esa forma natural y originaria del mismo que se encuentra en los umbrales históricos de

³⁸ Nota a la 2ª edición. — Tampoco Ricardo está exento de robinsonadas. "Hace que de inmediato el pescador y el cazador primitivos cambien la pesca y la caza como si fueran poseedores de mercancías, en proporción al tiempo de trabajo objetivado en esos valores de cambio. En esta ocasión incurre en el anacronismo de que el pescador y el cazador primitivos, para calcular la incidencia de sus instrumentos de trabajo, echen mano a las tablas de anualidades que solían usarse en la Bolsa de Londres en 1817. Al parecer, la única forma de sociedad que fuera de la burguesa conoce Ricardo son los "paralelogramos del señor Owen" (K. Marx, *Zur Kritik...*, pp. 38, 39.)

todos los pueblos civilizados³⁹. Un ejemplo más accesible nos lo ofrece la industria patriarcal, rural, de una familia campesina que para su propia subsistencia produce cereales, ganado, hilo, lienzo, prendas de vestir, etc. Estas cosas diversas se hacen presentes enfrentándose a la familia en cuanto productos varios de su trabajo familiar, pero no enfrentándose recíprocamente como mercancías. Los diversos trabajos en que son generados esos productos —cultivar la tierra, criar ganado, hilar, tejer, confeccionar prendas— en su forma natural son funciones sociales, ya que son funciones de la familia y ésta practica su propia división natural del trabajo, al igual que se hace en la producción de mercancías. Las diferencias de sexo y edad, así como las condiciones naturales del trabajo, cambiante con la sucesión de las estaciones, regulan la distribución de éste dentro de la familia y el tiempo de trabajo de los diversos miembros de la misma. Pero aquí el gasto de fuerzas individuales de trabajo, medido por la duración, se pone de manifiesto desde un primer momento como determinación social de los trabajos mismos, puesto que las fuerzas individuales de trabajo sólo actúan, desde su origen, como órganos de la fuerza de trabajo colectiva de la familia.

Imaginémonos finalmente, para variar, una asociación de hombres libres que trabajen con medios de producción colectivos y empleen, conscientemente, sus muchas fuerzas de trabajo individuales como una fuerza de trabajo social. Todas las determinaciones del trabajo de Robinson se reiteran aquí, sólo que de *manera social*, en vez de *individual*. Todos los productos de Robinsón constituían su producto exclusivamente personal y, por tanto, directamente objetos de uso *para* sí mismo. El producto todo de la asociación es un producto *social*. Una parte de éste presta servicios de nuevo como medios de producción. No deja de ser social. Pero los miembros de la asociación consumen otra parte en calidad de medios de subsistencia. Es necesario, pues, *distribuirla* entre los mismos. El *tipo* de esa distribución variará con el tipo particular del propio organismo social de producción y según el correspondiente nivel histórico de desarrollo de los productores. A los meros efectos de mantener el paralelo con la producción de mercancías, supongamos que la participación de cada productor en los medios de subsistencia esté determinada por su *tiempo de trabajo*. Por consiguiente, el tiempo de trabajo desempeñaría un papel doble. Su distribución, socialmente planificada, regulará la proporción adecuada entre las varias funciones laborales y las diversas necesidades. Por otra parte, el tiempo de trabajo servirá a la vez como medida, de la participación individual del productor en el trabajo común, y también, por ende, de la parte individualmente consumible del producto común. Las relaciones sociales de los hombres con sus trabajos y con los productos de éstos, siguen siendo aquí diáfana y sencillas, tanto en lo que respecta a la producción como en lo que atañe a la distribución.

Para una sociedad de productores de mercancías, cuya relación social general de producción consiste en comportarse frente a sus productos como ante *mercancías*, o sea *valores*, y en relacionar entre sí sus trabajos privados, bajo esta forma *de cosas*, como *trabajo humano indiferenciado*, la forma de religión más adecuada es el *cristianismo*, con su culto del hombre abstracto, y sobre todo en su desenvolvimiento burgués, en el protestantismo, deísmo, etc. En los modos de producción paleoasiático, antiguo, etc., la transformación de los productos en mercancía y por tanto la existencia de los hombres como productores de mercancías, desempeña un papel subordinado, que empero se vuelve tanto más relevante cuanto más entran las entidades comunitarias en la fase de su decadencia. Verdaderos pueblos mercantiles sólo existían en los intermundos del orbe antiguo, cual los dioses de Epicuro, o como los judíos en los poros de la sociedad polaca. Esos antiguos organismos sociales de producción son muchísimo más sencillos y transparentes que los burgueses, pero o se fundan en la inmadurez del hombre individual, aún no liberado

³⁹ Nota a la 2ª edición. — "Es un preconcepto ridículo, de muy reciente difusión, el de que la forma de la propiedad común *naturalmente originada* sea específicamente eslava, y hasta rusa en exclusividad. Es la forma primitiva cuya existencia podemos verificar entre los romanos, germanos, celtas, y de la cual encontramos aun hoy, entre los indios, un muestrario completo con los especímenes más variados, aunque parte de ellos en ruinas. Un estudio más concienzudo de las formas de propiedad común asiáticas, y especialmente de las índicas, demostraría cómo de las formas diversas de la propiedad común natural resultan diferentes formas de disolución de ésta. Así, por ejemplo, los diversos tipos originarios de la propiedad privada romana y germánica pueden ser deducidos de las diversas formas de la propiedad común en la India." {*Ibidem*, p. 10.)

del cordón umbilical de su conexión natural con otros integrantes del género, o en relaciones directas de dominación y servidumbre. Están condicionados por un bajo nivel de desarrollo de las fuerzas productivas del trabajo y por las relaciones correspondientemente restringidas de los hombres dentro del proceso material de producción de su vida, y por tanto entre sí y con la naturaleza. Esta restricción real se refleja de un modo ideal en el culto a la naturaleza y en las religiones populares de la Antigüedad. El *reflejo religioso* del mundo real únicamente podrá desvanecerse cuando las circunstancias de la vida práctica, cotidiana, representen para los hombres, día a día, relaciones diáfananamente racionales, entre ellos y con la naturaleza. La figura del proceso social de vida, esto es, del proceso material de producción, sólo perderá su místico velo neblinoso cuando, como producto de hombres libremente asociados, éstos la hayan sometido a su control planificado y consciente. Para ello, sin embargo, se requiere una base material de la sociedad o una serie de condiciones materiales de existencia, que son a su vez, ellas mismas, el producto natural de una prolongada y penosa historia evolutiva.

Ahora bien, es indudable que la economía política ha analizado, aunque de manera incompleta⁴⁰, el valor y la magnitud de valor y descubierto el contenido oculto en esas formas. Sólo que nunca llegó siquiera a plantear la pregunta de por qué ese contenido adopta dicha forma; de por qué, pues, el trabajo se representa *en el valor*, de a qué se debe que la medida del trabajo conforme a su duración se represente en la *magnitud del valor* alcanzada por el producto del trabajo⁴¹. A formas que llevan escrita en la frente su pertenencia a una formación social donde el proceso de producción domina al hombre, en vez de dominar el hombre a ese proceso, la conciencia burguesa de esa economía las tiene por una necesidad natural tan manifiestamente evidente como el trabajo productivo mismo. De ahí que, poco más o menos, trate a las

⁴⁰ Las insuficiencias en el análisis que de la *magnitud del valor* efectúa Ricardo —y el suyo es el mejor— las hemos de ver en los libros tercero y cuarto de esta obra. En lo que se refiere al *valor* en general, la economía política clásica en ningún lugar distingue explícitamente y con clara conciencia entre el trabajo, tal como se representa en el valor, y ese mismo trabajo, tal como se representa en el *valor de uso* de su producto. En realidad, utiliza esa distinción de manera natural, ya que en un momento dado considera el trabajo desde el punto de vista cuantitativo, en otro cualitativamente. Pero no tiene idea de que la simple *diferencia cuantitativa* de los trabajos presupone su *unidad o igualdad cualitativa*, y por tanto su reducción a *trabajo abstractamente humano*. Ricardo, por ejemplo, se declara de acuerdo con Destutt de Tracy cuando éste afirma: "Puesto que es innegable que nuestras únicas riquezas originarias son nuestras facultades físicas y morales, que el empleo de dichas facultades, el trabajo de alguna índole, es nuestro tesoro primigenio, y que es siempre a partir de su empleo como se crean todas esas cosas que denominamos riquezas [. . .]. Es indudable, asimismo, que todas esas cosas sólo representan el trabajo que las ha creado, y si tienen un valor, y hasta dos valores diferentes, sólo pueden deberlos al del" (al valor del) "trabajo del que emanan". (Ricardo, *On the Principles of Political Economy*, 3ª ed., Londres, 1821, p. 334.) Limitémonos a observar que Ricardo atribuye erróneamente a Destutt su propia concepción, más profunda. Sin duda, Destutt dice por una parte, en efecto, que todas las cosas que forman la riqueza "representan el trabajo que las ha creado", pero por otra parte asegura que han obtenido del "*valor del trabajo*" sus "*dos valores diferentes*" (valor de uso y valor de cambio). Incurre de este modo en la superficialidad de la economía vulgar, que *presupone* el valor de una mercancía (en este caso del trabajo), para determinar por medio de él, posteriormente, el valor de las demás. Ricardo lo lee—como si hubiera dicho que el *trabajo* (no el *valor del trabajo*) está representado tanto en el valor de uso como en el de cambio. Pero él mismo distingue tan pobremente el carácter *bifacético* del *trabajo*, representado de manera *dual*, que en todo el capítulo "Value and Riches, Their Distinctive Properties" [Valor y riqueza, sus propiedades distintivas] se ve reducido a dar vueltas fatigosamente en torno a las trivialidades de un Jean-Baptiste Say. De ahí que al final se muestre totalmente perplejo ante la coincidencia de Destutt, por un lado, con la propia concepción ricardiana acerca del *trabajo como fuente del valor*, y, por el otro, con Say respecto al concepto de valor.

⁴¹ Una de las fallas fundamentales de la economía política clásica es que nunca logró desentrañar, partiendo del análisis de la mercancía y más específicamente del valor de la misma, la forma del valor, la forma misma que hace de él un valor de cambio. Precisamente en el caso de sus mejores expositores, como Adam Smith y Ricardo, trata la forma del valor como cosa completamente indiferente, o incluso exterior a la naturaleza de la mercancía. Ello no sólo se debe a que el análisis centrado en la magnitud del valor absorba por entero su atención. Obedece a una razón más profunda. La forma de valor asumida por el producto del trabajo es la forma más abstracta, pero también la más general, del modo de producción burgués, que de tal manera queda caracterizado como tipo particular de producción social y con esto, a la vez, como algo histórico. Si nos confundimos y la tomamos por la forma natural eterna de la producción social, pasaremos también por alto, necesariamente, lo que hay de específico en la forma de valor, y por tanto en la forma de la mercancía, desarrollada luego en la forma de dinero, la de capital, etc. Por eso, en economistas que coinciden por entero en cuanto a medir la magnitud del valor por el tiempo de trabajo, se encuentran las ideas más abigarradas y contradictorias acerca del dinero, esto es, de la figura consumada que reviste el equivalente general. Esto por ejemplo se pone de relieve, de manera contundente, en los análisis sobre la banca, donde ya no se puede salir del paso con definiciones del dinero compuestas de lugares comunes. A ello se debe que, como antítesis, surgiera un mercantilismo restaurado (Ganiilh, etc.) que no ve en el valor más que la forma social o, más bien, su mera apariencia, huera de sustancia. Para dejarlo en claro de una vez por todas, digamos que entiendo por economía política clásica toda la economía que, desde William Petty, ha investigado la conexión interna de las relaciones de producción burguesas, por oposición a la economía vulgar, que no hace más que deambular estérilmente en torno de la conexión aparente, preocupándose sólo de ofrecer una explicación obvia de los fenómenos que podríamos llamar más bastos y rumiando una y otra vez, para el uso doméstico de la burguesía, el material suministrado hace ya tiempo por la economía científica. Pero, por lo demás, en esa tarea la economía vulgar se limita a sistematizar de manera pedante las ideas más triviales y fatuas que se forman los miembros de la burguesía acerca de su propio mundo, el mejor de los posibles, y a proclamarlas como verdades eternas.

formas preburguesas del organismo social de producción como los Padres de la Iglesia a las religiones precristianas⁴².

Hasta qué punto una parte de los economistas se deja encandilar por el fetichismo adherido al mundo de las mercancías, o por la apariencia *objetiva* de las determinaciones *sociales* del trabajo, nos lo muestra, entre otras cosas, la tediosa e insulsa controversia en torno al *papel que desempeñaría la naturaleza* en la formación del valor de cambio. Como el valor de cambio es determinada manera social de expresar el trabajo empleado en una cosa, no puede contener más materia natural que, por ejemplo, el *curso cambiarlo*.

Como la *forma de mercancía* es la más general y la menos evolucionada de la producción burguesa —a lo cual se debe que aparezca tempranamente, aun cuando no de la misma manera dominante y por tanto característica que adopta en nuestros días— todavía parece relativamente fácil penetrarla revelando su carácter de fetiche. Pero en las formas más concretas se desvanece hasta esa apariencia de sencillez. ¿De dónde proceden, entonces, las ilusiones del sistema monetarista? Éste no veía al oro y la plata, en cuanto dinero, como representantes de una relación social de producción, sino bajo la forma de objetos naturales adornados de insólitos atributos sociales. Y cuando trata del *capital*, ¿no se vuelve palpable el fetichismo de la economía moderna, de esa misma economía que, dándose importancia, mira con engreimiento y desdén al mercantilismo? ¿Hace acaso mucho tiempo que se disipó la ilusión fisiocrática de que la renta del suelo surgía de la tierra, no de la sociedad?

Sin embargo, para no anticiparnos, baste aquí con un ejemplo referente a la propia forma de mercancía. Si las mercancías pudieran hablar, lo harían de esta manera: Puede ser que a los hombres les interese nuestro valor de uso. No nos incumbe en cuanto cosas. Lo que nos concierne *en cuanto cosas* es nuestro valor. Nuestro propio movimiento como cosas mercantiles lo demuestra. Únicamente nos vinculamos entre nosotras en cuanto valores de cambio. Oigamos ahora cómo el economista habla desde el alma de la mercancía: "El *valor*" (valor de cambio) "es un atributo de las cosas; las riquezas" (valor de uso), "un atributo del hombre. El valor, en este sentido, implica necesariamente el intercambio; la riqueza no"⁴³. "La riqueza" (valor de uso) "es un atributo del *hombre, el valor un atributo de las mercancías*. Un hombre o una comunidad son *ricos*; una perla o un diamante *son valiosos* ... Una perla o un diamante

42 "Los economistas tienen una singular manera de proceder. No hay para ellos más que dos tipos de instituciones: las artificiales y las naturales. Las instituciones del feudalismo son instituciones artificiales; las de la burguesía, naturales. Se parecen en esto a los teólogos, que distinguen también entre dos clases de religiones. Toda religión que no sea la suya es invención de los hombres, mientras que la suya propia es, en cambio, emanación de Dios ... Henos aquí, entonces, con que hubo historia, pero ahora ya no la hay." (Karl Marx, *Misère de la philosophie. Réponse à la Philosophie de la misère de M. Proudhon*, 1847, p. 113.) Realmente cómico es el señor Bastiat, quien se imagina que los griegos y romanos antiguos no vivían más que del robo. Pero si durante muchos siglos sólo se vive del robo, es necesario que constantemente exista algo que robar, o que el *objeto* del robo se reproduzca de manera continua. Parece, por consiguiente, que también los griegos y romanos tendrían un proceso de producción, y por tanto una economía que constituiría la base material de su mundo, exactamente de la misma manera en que la economía burguesa es el fundamento del mundo actual. ¿O acaso Bastiat quiere decir que un modo de producción fundado en el *trabajo esclavo* constituye un *sistema basado en el robo*? En tal caso, pisa terreno peligroso. Si un gigante del pensamiento como Aristóteles se equivocaba en su apreciación del *trabajo esclavo*, ¿por qué había de acertar un economista pigmeo como Bastiat al juzgar el *trabajo asalariado*?

Aprovecho la oportunidad para responder brevemente a una objeción que, al aparecer mi obra *Zur Kritik der politischen Ökonomie* (1859), me formuló un periódico germano-norteamericano. Mi enfoque —sostuvo éste— según el cual el modo de producción dado y las relaciones de producción correspondientes al mismo, en suma, "la estructura económica de la sociedad es la base real sobre la que se alza una superestructura jurídica y política, y a la que corresponden determinadas formas sociales de conciencia", ese enfoque para el cual "el modo de producción de la vida material condiciona en general el proceso de la vida social, política y espiritual", sería indudablemente verdadero para el mundo actual, en el que imperan los intereses materiales, pero no para la Edad Media, en la que prevalecía el catolicismo, ni para Atenas y Roma, donde era la política la que dominaba. En primer término, es sorprendente que haya quien guste suponer que alguna persona ignora esos archiconocidos lugares comunes sobre la Edad Media y el mundo antiguo. Lo indiscutible es que ni la Edad Media pudo *vivir* de catolicismo ni el mundo antiguo de política. Es, a la inversa, el modo y manera en que la primera y el segundo se ganaban la vida, lo que explica por qué en un caso la política y en otro el catolicismo desempeñaron el papel protagónico. Por lo demás, basta con conocer someramente la historia de la república romana, por ejemplo, para saber que la historia de la propiedad de la tierra constituye su historia secreta. Ya Don Quijote, por otra parte, hubo de expiar el error de imaginar que la caballería andante era igualmente compatible con todas las formas económicas de la sociedad.

43 "Value is a property of things, riches of man. Value in this sense, necessarily implies exchanges, riches do not." (*Observations on Some Verbal Disputes on Political Economy, Particularly Relating to Value, and to Supply and Demand, Londres, 1821, p. 16.*)

son valiosos en cuanto tales perla o diamante"⁴⁴. Hasta el presente, todavía no hay químico que haya descubierto en la perla o el diamante el valor de cambio. Los descubridores económicos de esa sustancia química, alardeando ante todo de su profundidad crítica, llegan a la conclusión de que el valor de uso de las cosas no depende de sus propiedades como cosas, mientras que por el contrario su valor les es inherente en cuanto cosas. Lo que los reafirma en esta concepción es la curiosa circunstancia de que el valor de uso de las cosas se realiza para el hombre *sin intercambio*, o sea en la relación directa entre la cosa y el hombre, mientras que su valor, por el contrario, sólo en el *intercambio*, o sea en el proceso *social*. Como para no acordarse aquí del buen Dogberry, cuando ilustra al sereno Seacoal: "Ser hombre bien parecido es un don de las *circunstancias*, pero saber leer y escribir lo es de la *naturaleza*"⁴⁵.

⁴⁴ "Riches are one attribute of man, value is the attribute of commodities. A man or a community is rich, a pearl or a diamond is valuable ... A pearl or a diamond is valuable as a pearl or diamond." (S. Bailey, *A Critical Dissertation...*, p. 165 y s.)

⁴⁵ El autor de las *Observations* y Samuel Bailey inculpan a Ricardo el haber hecho del valor de cambio, que es algo *meramente relativo*, algo *absoluto*. Por el contrario, Ricardo ha reducido la *relatividad aparente* que esas cosas —por ejemplo, el diamante, las perlas, etc.— poseen en cuanto valores de cambio, a la verdadera *relación* oculta tras la apariencia, a su relatividad como meras expresiones de trabajo humano. Si las réplicas de los ricardianos a Bailey son groseras pero no convincentes, ello se debe sólo a que el propio Ricardo no les brinda explicación alguna acerca de la conexión interna entre el *valor* y la *forma del valor* o *valor de cambio*.