

***EL VALOR: UNA REAPERTURA EN EL DEBATE DESDE LA MULTIPLICIDAD
DE SU SIGNIFICADO***

WILFRED ALONSO ROMERO ARCINIEGAS

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMÍA
BUCARAMANGA
2010**

**EL VALOR: UNA REAPERTURA EN EL DEBATE DESDE LA MULTIPLICIDAD
DE SU SIGNIFICADO**

WILFRED ALONSO ROMERO ARCINIEGAS

**Trabajo de Grado para obtener
el título de Economista**

**Director
HECTOR FERNANDO LÓPEZ ACERO
Economista, Magister en Teoría económica y
Candidato a Doctor en Filosofía**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMÍA
BUCARAMANGA
2010**

*A mi Madre **Magaly**, Mi Padre **Uriel**, Mis Hermanos **Uriel F., Daniela y Víctor Hugo**, por ser quienes sembraron el cimiento de quien soy hoy.*

*A mí amada **Laura** por darme el apoyo incondicional y la calidez de su amor, y consolidar el camino que hemos de recorrer.*

*A Mi Sobrina **Sofía**, un nuevo futuro en la familia.*

*A mis **Amigos** que me acompañaron en mis diversas etapas, en las tristezas y en las alegrías, pero sobre todo por darme un apoyo.*

*A la **Muerte** que nos consume día tras día y hace de la **Vida** algo significativo.*

AGRADECIMIENTOS

Al constante fluir de la **Vida** con sus desgracias y encantos. A la **Historia** y sus inconmensurables coincidencias de la cual soy una de ellas. Al **sol y la luna**, el claro y oscuro de nuestras vidas. A mis **Padres** por aportar, desde el núcleo familiar, lo necesario para desarrollarme como un permanente proyecto. A mi hermano **Uriel** por despertar en mí el interés por diversos campos artísticos. A **Laura Fernanda Oróstegui Sánchez**, poseedora de mi amor, por mantener su firme posición frente a la vida, puesto que en ella hallo día a día un complemento brillante que me brinda la posibilidad de poner las cosas en perspectiva.

Agradezco, igualmente, a mis compañeros y amigos: **Cesar, Luis Carlos, Adriana F., Adriana R. y Lucho**, quienes sostuvieron conmigo, a lo largo de la carrera, interesantes conversaciones que contribuyeron a formar el interés académico que reside aquí. A **Sandro y Yuber** por brindarme la oportunidad de aventurarme en nuevas contiendas en el campo de la meditación sobre el hombre y el mundo, a ellos que sin pensarlo me han brindado una infinita amalgama de posibilidades como la vida misma. A mis compañeros y amigos que durante este trayecto pusieron algo de ellos en mí.

Al Maestro **Héctor Fernando López Acero**, por brindarme su invaluable ayuda mediante charlas y reflexiones sobre el mundo circundante, y desarrollar en mí la necesaria insatisfacción sobre las “verdades” del hombre y la disciplina económica. A la profesora **Susana Valdivieso Canal** por despertar mi interés por la Historia y su completitud con la Economía. Al profesor **Alberto Pinto Mantilla** por darme su confianza e impulsar mi carrera académica y consolidar mi interés por la Historia. Y por último, pero no por eso menos importante, al profesor **Gonzalo Patiño** por dejarme ver las enormes posibilidades de la Economía como disciplina humana.

Agradezco, por último, a lo **Inútiles** pasados y futuros por sostener la apreciación cinematográfica como condición necesaria para la formación de los economistas y la comunidad universitaria. A los **Errantes** por ser un proyecto de cine que por medio de las uñas, el sudor y también el sabor brindan la posibilidad de la formación de públicos, convergiendo múltiples disciplinas, géneros e ideas para un mundo de múltiples oportunidades. A la música, en especial *Jim Morrison y The Doors*, al Cine y la Literatura.

A la **Muerte** que vitaliza la Vida.

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. EL VALOR Y LA MERCANCÍA: RAÍCES DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO	2
1.1 Adam Smith, orientador del valor económico	5
1.1.1 El Tiempo en la Economía: Consideraciones acerca de lo que nunca se consideró	7
1.1.2 El valor económico	8
1.2 David Ricardo o la consolidación del valor de cambio	15
1.3 Marx: el cambio en la concepción del Valor	21
2. VALOR SIGNO: APORTES A LA TEORÍA DEL VALOR	31
2.1 El Valor-Status como fundamento de la diferenciación	31
2.2 La Teorización del Valor/Signo	41
2.2.1 Sentimiento de escasez como soporte del valor de cambio/signo	50
2.3 Medios Masivos de Comunicación como las armas de la Estructura	52
3. RELACIONES DE PODER COMO EL FUNDAMENTO DEL VALOR	61
3.1 Relaciones de poder o la concreción del Valor	62
3.2 Consideraciones Finales	65
4. APÉNDICES	69
4.1 Apéndice a la sección 1.1.1 Una Consideración acerca del Tiempo	69
4.2 Apéndice a la sección 3.1 La Voluntad de Poder Como Origen del Valor	79
5. BIBLIOGRAFÍA	87

LISTA DE FIGURAS.

	pág.
Figura 1. Tiempo de Mercado	75
Figura 2. Periodo Corto	76
Figura 3. Periodo Largo	77

RESUMEN

TITULO: *El Valor*. una reapertura en el debate desde la multiplicidad de su significado*

AUTOR: Wilfred Alonso Romero Arciniegas**

PALABRAS CLAVES: Valor, Valor Económico, Fetichismo, Valor-*Status*, Valor-Signo y Relaciones de Poder.

CONTENIDO: El Valor necesita de una nueva interpretación que permita desarrollar una perspectiva más amplia de la disciplina económica. De esta manera se hace necesaria la reapertura en el debate en torno al significado Valor, para abrir el campo de una analítica del Valor. Esta reapertura en el debate sólo puede ser lograda en tanto se vincule la descripción hecha por la disciplina económica, en especial la de los clásicos, con los aportes desde otros campos del saber humano que permanecen de manera marginal.

En este sentido es que se hace un análisis del significado del Valor Económico, propuesto inicialmente por Adam Smith y David Ricardo, significado que tomará un nuevo rumbo con los aporte de Karl Marx. Así, el Fetichismo de la mercancía devela una nueva estructura interpretativa sobre el Valor. En este sentido es que el debate abre campo para mencionar los aportes de Thorstein Veblen a la teoría del Valor, que si bien no han sido trabajados, aquí hacen parte fundamental para la construcción de un nuevo significado. Bajo esta perspectiva, es que confluyen las ideas para que Jean Baudrillard vincule el problema del Valor-Signo a la estructura existencial de ser humano, en cuanto éste se ve permeado completamente por su dinámica.

Por lo tanto, las Relaciones de Poder se hacen cargo de representar el fundamento de la interpretación del Valor, en tanto Valor Económico, Valor-*Status* y Valor-Signo, se dirigen en esta dirección.

* Proyecto de Grado

** Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía, Héctor Fernando López Acero.

SUMMARY

TITLE: *Value*: reopening the debate from its multiplicity of meaning*

AUTHOR: Wilfred Alonso Romero Arciniegas**

KEY WORDS: Value, Economic Value, Fetishism, Status-Value, Sign-Value and Power Relationships.

FRAME WORK: The Value needs a new interpretation for the development of a broader perspective of economic discipline. It becomes necessary to reopen the debate about the Value meaning, to increase the field of analytical of Value. The reopening of the debate can only be achieved while the description is linked to economic discipline, especially the classics, with input from other fields of human knowledge that remains at the margins.

In this sense, it becomes pertinent an analysis of the meaning of Economic Value, first proposed by Adam Smith and David Ricardo, meaning that it will take a new course with the contribution of Karl Marx. Thus, commodity Fetishism reveals a new interpretation of Value structure. This way, the debate is open field to mention the contributions of Thorstein Veblen to the theory of Value, which although it has not been worked out, here are fundamental part of building a new meaning. From this perspective, appear the ideas that Jean Baudrillard will combine to links the problem of Sign-Value to the existential structure of human being, as it is completely permeated by its dynamics.

Therefore, Power Relationships are represented like the fundament of the interpretation of Value, while the Economic Value, Status-Value and Sign- Value, are headed in this direction.

* Degree Project

** Faculty of Human Sciences, School of Economics, Héctor Fernando López Acero.

INTRODUCCIÓN

El camino que se ahondará de ahora en adelante no pertenece al de un economista en el sentido ortodoxo de su profesionalización, más bien de alguien que quiere reabrir una discusión en torno a uno de los conceptos fundamentales que da nacimiento a la disciplina económica: el Valor. De ahí que la exploración impartida busque no sólo refugio en la teoría económica, sino que intente ampliar la perspectiva de lo que precisamente se entiende por Valor para abonar el campo de nuevas interpretaciones que pueden ser fructíferas ante tanta rigidez en la disciplina.

Apreciar el problema del Valor es apreciar la construcción del discurso de la economía, como fundamento de una época que llega al presente siglo caracterizado por la producción acelerada, el consumismo, las guerras y la reducción de la existencia humana a los caracteres productivos del sistema de racionalización occidental. Su importancia se caracteriza por la presencia contundente de un ocultamiento por parte del discurso económico, que gira la interpretación a la reducción de una teoría de precios que suprime toda la dinámica humana en el cambio de mercancías.

El Valor debe comprenderse de una manera amplia para el entendimiento de lo humano, de tal manera que se logre abarcar no solo el problema económico, sino también el social. En este sentido el Valor no es un problema que le concierne a la economía, o a tal o cual disciplina específica; el Valor es de necesaria comprensión para el ser humano en general como un problema rector en su vida. Del problema del Valor aquí trabajado se desprenden tres momentos para intentar dar cuenta de sus múltiples desarrollos jamás tratados en la teoría económica. Tenemos de esta manera el valor económico como el primer desarrollo del problema del valor en la ciencia económica; en segunda instancia está el valor signo como un desarrollo socio-económico pero que dentro de la teoría económica se encuentra como un trabajo marginal; y, por último, pero no por eso menos importante, las relaciones de poder que son el fundamento del funcionamiento del Valor en las capas de la sociedad.

Así, queda abierta la invitación para quienes proyecten indagar los rincones menos visibles en la problemática del Valor, que si bien es trabajada aquí con el ánimo de desarrollar algunas preguntas planteadas como trasfondo del proyecto, no se presentan conclusiones contundentes ante esta compleja problemática. Es necesario mencionar que la elaboración del presente trabajo ha traído la satisfacción de ampliar más las inquietudes que las respuestas. Ante una civilización que pretende abarcar todo lo existente en el mundo como un mero objeto productivo que mejor herramienta de respuesta que el preguntar.

1. EL VALOR Y LA MERCANCÍA: RAÍCES DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO

El Valor, esa palabra que entraña diversas cosas, ha sido examinado por todo teórico de la economía desde los inicios formales de la disciplina. Sin embargo, el Valor en la Economía Política Clásica, ya sea por el contexto en el que se pensó o por los fines analíticos, se ha reducido a dos cosas: el *valor de uso* y el *valor de cambio*¹. Esta dualidad constitutiva del Valor ha sido pensada para facilitar la formación de los precios, el objetivo final en la teoría del Valor en las pretensiones de la economía de Smith y Ricardo; de la misma manera los precios y sus fluctuaciones son parte esencial del centro de atención del *actual* profesional en economía.

Asimismo, el Valor, al pasar el tiempo, por más que se ha examinado, ha carecido de primordial importancia en la teoría económica, es decir no ha importado como Valor, sino que ha importado en lo que está representado, en lo físico, en lo material, en lo visible. Es así como una *cosa útil* y transable comienza a hacer manifiesto el Valor; en la transacción se explicita su contenido, pero de la misma manera se esconde. Así, la Mercancía se erige como la presenta Marx, como *la célula de la sociedad capitalista*. De esta manera, en el intercambio del “inmenso arsenal de mercancías” la economía deja de interesarse en los *valores* y comienza a abordar los precios; constituyéndose así toda una “ciencia” de los precios, una *crematística* según la diferencia planteada por Aristóteles entre *Oikonomia* y *crematística*, ambas raíces de la actual disciplina económica; formando, desde una atención especial en la crematística, el actual “científico” en economía. La misma figurilla del científico que Estanislao Zuleta define como:

“(...) esa capacidad terrible de nuestra propia época y de las tendencias de nuestra propia educación a la superespecialización, que ha producido aquella figura lamentable de nuestro tiempo: el científico capaz de hacer aportes a su rama y que para lo demás es el más tonto del país, la oveja más mansa del rebaño, especie de esclavo calificado vestido de bata blanca; esa especie de científico, de hombre sabio que es propio de nuestra época, instrumento del primero que llegue, trátase de Stalin o los norteamericanos, a él parece no importarle, él es esclavo calificado, muy bien pagado, pero al fin y al cabo lo mismo, no decide para qué, él no sabe qué está haciendo, no le interesan los efectos sobre su mundo, cualquier militar le ordena la dirección y el sentido de su práctica ¡qué barbaridad!(...)”²

¹ Esta dualidad está explícita en los trabajos de los economistas clásicos: Adam Smith, David Ricardo y Karl Marx. Sin embargo, Marx va más allá que sus predecesores y da otro significado al Valor.

² ZULETA, Estanislao. *Arte y Filosofía*. Medellín: Hombre Nuevo Editores. Quinta Edición. 2007. Pág. 132.

Por ello es valioso el rescate, o por decirlo de otra manera, la retrospectiva a la teoría del Valor. Puesto que el planteamiento de una teoría de precios que circula en una estratosfera, no deja entrever las relaciones y los efectos que se producen en el intercambio mercantil. La multiplicidad significativa del Valor se esfuma cuando se reduce a una simple cantidad monetaria, y esto comienza a hacerse presente desde los trabajos de Smith y Ricardo, quienes atribuyen a las mercancías valores de cambio intrínsecos derivados de la naturaleza de la misma, problema que queda muy bien resuelto en Marx³.

El mayor mérito es atribuido a Ricardo quien, como si de un mago se tratara, hace desaparecer las contradicciones de las mercancías. Ricardo pudo vincular el valor de cambio con el tiempo socialmente necesario para producir las mercancías. "Ricardo no percibió las diferencias entre valor y forma de valor"⁴. Es Ricardo quien afirma que "al calcular el **valor de cambio**, de las medias, encontraremos que su **valor**, en comparación con otras cosas, depende de la cantidad de trabajo necesario para manufacturarlas y llevarlas al mercado."⁵. Mediante este medio toda la teoría económica ortodoxa ha difuminado la importancia del Valor para la disciplina, realizando el precio de forma tal que los equilibrios sean verídicos. El Valor como relación humana, ha dejado de importar. El Valor ha sido creado por el hombre como medio para distinguir entre lo que es *útil o inútil*, o al menos esto se entiende en la economía. Por medio de él las mercancías pueden retribuir a los hombres por un lado; o ser útiles para quienes las adquieren, por el otro.

Al parecer, la división entre *útil o inútil* deja de tener vital importancia en una economía en la que personas con uso de razón deciden adquirir tal o cual mercancía, dado que se pueden elegir mercancías con carente valor económico pero con alto *valor de signo*. Además, estos valores que salen de la esfera útil e inútil de carácter estrictamente económico, son producidos por las relaciones de poder⁶, se adoptan como pautas de comportamiento frente a los grupos en los cuales los seres humanos se desenvuelven. Bajo esta perspectiva, es necesario tomar al Valor como una fuente de carácter múltiple para el desarrollo no sólo de la disciplina económica, sino del entendimiento del ser humano; multiplicidad que se ve desenvuelta en los intercambios mercantiles y reacciones sociales cotidianas.

³ Más adelante se esbozará la idea de Marx en la cual plantea otra concepción del valor, que se desprende de los otros autores clásicos.

⁴ LÓPEZ, Héctor F. *Ensayos de Economía*. "Valor y Dinero". Bogotá: Ediciones Horfe. 1998. pp. 11-12

⁵ RICARDO, David. *Principios de economía política y tributación*. Bogotá, Colombia. Fondo de Cultura Económica. Primer Edición, Segunda Reimpresión. 1997. Pág. 19. La Negrita no es del original.

⁶ Los valores son entendidos, en este punto, como productos de las relaciones sociales de poder, y principalmente de la voluntad de poder como directriz de esas relaciones.

De todos modos, es necesario iniciar mostrando los planteamientos expuestos por los economistas de la escuela clásica ortodoxa, dado que de allí surge toda la larga discusión de la teoría del Valor. Aspecto importante, pues según dice Héctor Fernando López:

“La falla de las teorías que precedieron a la teoría del valor de Adam Smith radicó en un solo aspecto: el intercambio de las más diversas mercancías por oro y plata, el equivalente general que se impuso por fuerza de los acontecimientos, borraba todo indicio de que el soporte del cambio era el trabajo incorporado en las mercancías y no el metal.”⁷

Los mercantilistas sufrieron de una fiebre aurífera la cual no permitió que reconocieran la verdadera fuente del *Valor económico* de las mercancías, el trabajo. El mercantilismo daba al metal precioso una alta valoración simbólica que en algunos casos se le atribuía de alguna procedencia divina. En el capítulo *Cambiar*, sección del *Mercantilismo*, del libro *Las Palabras y las Cosas*, menciona Foucault que:

“(…)la capacidad de la moneda para medir las mercancías y su intercambiabilidad reposa en su **valor intrínseco**: se sabía muy bien que los metales preciosos tenían poca utilidad fuera de la acuñación; pero si habían sido elegidos como patrón, si fueron utilizados en el cambio y, en consecuencia, alcanzaban un precio elevado, esto se debe a que en el orden natural y, en sí mismos, tenían un precio absoluto, fundamental, más elevado que cualquier otro al que pudiera referirse el valor de la mercancía.”⁸

Ese *valor intrínseco* del oro se derivaba de su “nobleza” que provenía de las condiciones naturales que proporcionaban su maduración hasta su estado crudo, pero de máxima pureza en comparación a otros metales “menos nobles”⁹. Sin embargo, es de notar que este valor intrínseco se hace semejante a la valoración que emana de las mercancías, valoración atribuida por la escuela clásica no marxista, una especie de *fetiché*.

Hasta aquí se ha mencionado algunos de los puntos a desarrollar en el presente capítulo, principalmente se ha hecho énfasis en la predominancia del Valor, la Mercancía y la multiplicidad que se presenta en el intercambio. Sin embargo, al abordar estas nociones de manera abstracta, no se da a entender ni una mínima parte de su esencia. Por eso cabe preguntarse, dado que se expone el Valor y una multiplicidad que posee y que ha sido dejada a un lado por la economía ¿Qué y cuál es el Valor del que habla el texto?; además ¿Qué es la mercancía? Y ¿Qué se presenta en los intercambios mercantiles?

⁷ LÓPEZ, Héctor F. *El Mito de la Modernidad*. Bogotá: Ediciones Horfe. 1997. Pág. 50.

⁸ FOUCAULT, Michele. *Las Palabras y las Cosas*. México; Siglo veintiuno editores. Decimosexta edición. 1985. Pág. 172. [Énfasis, cursiva y subrayado no es del original]

⁹ NAREDO, José M. *La Economía en Evolución*. Historia y perspectiva de las categorías básicas del pensamiento económico. España: Siglo veintiuno editores. Tercera edición. 2003. pp. 32-33.

1.1 Adam Smith, orientador del valor económico

El **Valor Económico** tiene dos principios fundamentales, a saber, el trabajo asumido desde su carácter productivo; la otra es la valoración del desarrollo del trabajo en *un tiempo productivo* como medida tangible del valor. En una sociedad donde los cambios necesitan una rápida aceptación y las mercancías deben aumentar exponencialmente, el tiempo juega un papel fundamental. Por otro lado, el trabajo productivo es característica base para la distinción útil e inútil¹⁰ que, también, es consecuencia de las “propiedades naturales” de las cosas para satisfacer necesidades dadas.

Uno de los principales pilares del desarrollo conceptual de Adam Smith es la **división del trabajo**. Esto garantiza una aceleración de la producción gracias a la repartición de los trabajos en diferentes manos, de esta manera *se acelera el movimiento y se reduce las cantidades de tiempo* en la producción. Para Smith el avance de la sociedad hacia un estado de mayor bienestar está garantizado por una mayor abundancia de bienes materiales, y para esto se necesita acelerar los procesos productivos por medio de una división del trabajo; por otro lado este avance tampoco se daría si no se reducen las “penas y fatigas” para producir una mercancía. Además, la división del trabajo es garantía, según la concepción smithiana, de un estado elevado y culto de la sociedad, sólo “en todo país culto y adelantado el labrador no es más que labrador, y el artesano no más que artesano”¹¹. Pero esta cultura debe ser entendida como una sociedad que tiende a la **productividad** en todos sus aspectos, y por eso pareciera que la cultura de un país está determinada por los avances que tenga en la división del trabajo industrial; y se dice industrial, pues Smith da a conocer el menosprecio que se debe tener a la agricultura dado que en este sector la división del trabajo es muy pobre o nula, “La agricultura por su naturaleza no admite tantas subdivisiones del trabajo, ni hay entre sus operaciones una separación tan completa como entre las manufacturas.”¹². De esta manera la división del trabajo se erige como el primer fundamento de su teorema dado que:

“(…) la división del trabajo, en cuanto pueda ser admisible, produce en todo oficio y arte un proporcional adelantamiento de las facultades productivas de él. Es de creer que las ventajas hayan sido causa de la separación que vemos de oficios, tráficos y empleos. Esta separación se ve con más generalidad y perfección en los países que están elevados a **más alto grado de industria y**

¹⁰ Para explicar mejor el propósito de esta distinción, aquí se habla de una distinción propiamente emanada de la productividad, es decir, lo útil es valorado en tanto sirve a los fines productivos. Por ello el Valor es pensado también desde los fines productivos.

¹¹ SMITH, Adam. *La Riqueza de las Naciones*. Tomo I. Libro I. Barcelona, España. Ediciones Folio. 1996. Pág. 50.

¹² *Ibid.* Pág. 50.

cultura, siendo por lo común obra de muchos en un estado culto lo que de uno solo en una **sociedad ruda y poco cultivada**.”¹³

Las sociedades avanzadas, en la época contemporánea, se caracterizan por poseer una distribución de oficios bastante rigurosa. Existen especialistas en casi todas las áreas del trabajo, y esa especialización es lo que les permite mantener márgenes altos de organización industrial. Por su lado, la organización industrial es la que permite sostener **altos grados de productividad laboral y competitividad**. Dentro de la disciplina económica esto parece ser una deducción bastante importante para el mejoramiento del crecimiento del producto interno bruto y producto *per cápita*, y de hecho muchas grandes organizaciones industriales son las que mantienen grandes niveles de producción y reportan grandes ganancias.

Las estadísticas reportan los grandes logros de las grandes compañías multinacionales y de los países más desarrollados. Sin embargo, las estadísticas, al igual que el papel, soportan demasiado. Los grandes éxitos mostrados por los departamentos de estadísticas de las naciones por el desempeño de la economía no reportan lo que ocurre a nivel personal y grupal de los humanos. Los bastos imperios industriales de las grandes naciones, donde hay excelentes ambientes organizacionales, que concentran en grandes ciudades y poblaciones de números considerables, son las que poseen niveles más altos de esquizofrenia y estrés, además de otras enfermedades de tipo físico y mental. Al respecto Aldous Huxley menciona las consecuencias que la excesiva organización produce en las grandes ciudades:

“(..) Aunque indispensable, la organización también puede ser fatal. La organización excesiva transforma a los hombre y mujeres en autómatas, **sofoca el espíritu creador y suprime la misma posibilidad de la libertad** (...) los individuos han tenido que desindividualizarse, renunciando a su diversidad nativa y teniendo que ajustarse a módulos uniformes; es decir, han tenido que hacer todo lo posible para convertirse en autómatas (...) la vida en las grandes ciudades no es propicia para la salud mental (donde se registran los más altos índices de esquizofrenia es, según nos dice, entre la pululante población de los barrios obreros) (..) La vida urbana es anónima y, como si dijéramos, abstracta. Las personas se relacionan entre sí, no como personalidades totales, sino como encarnaciones de funciones económicas o, cuando no están trabajando, como irresponsables buscadores de diversiones. Sometidos a esta clase de vida, los individuos tienden a sentirse solos e insignificantes. Su existencia deja de tener sentido o significado.”¹⁴

La excesiva organización crea en la persona una sensación de complejo mecánico. El humano se siente ahora como una tuerca (si es que lo puede llegar a sentir) donde su función específica en la sociedad debe ser cumplida a cabalidad

¹³ Ibíd. Pág. 50. Negrita no es del original.

¹⁴ HUXLEY, Aldous. *Nueva visita a un mundo feliz*. Bogotá, Colombia. Editorial Seix Barral. 1984. pp.40-41.

hasta el fin de su existencia, pues el desgastarse cumpliendo varias labores o interesarse en otros aspectos de la vida se considera una **pérdida de tiempo**. “la ventaja que se saca de aprovechar aquel **tiempo que por lo regular se pierde** al pasar de una especie de labor a otra, es mucho mayor de lo que a primera vista puede imaginarse.”¹⁵.

Esta sociedad contemporánea, hija en parte de los aportes de la economía y de todo el movimiento de la filosofía ilustrada, que se constituye en las repúblicas, la industria, las guerras mundiales, la sociedad de consumo y las grandes multinacionales; también es *la sociedad del poco tiempo*. Una expresión común es “se me acaba el tiempo” mientras se miran las manecillas del reloj del pulsera, o el avance de los números del reloj digital, como si de hecho el tiempo no se acabara desde el momento del nacimiento, o incluso desde cuando se tiene plena conciencia de la existencia y de la muerte. Sea como sea, el tiempo entendido desde la economía se ha hecho uniforme de tal manera que se garantiza un orden en el cual los humanos deben cumplir determinadas tareas para la sociedad, estimulándolos con las delicias que ofrece el dinero y una vida llena de opulencia.

Del mismo modo el tiempo se percibe como una entidad objetiva, es decir, se entiende como un transcurso común entre los humanos; sin embargo, no hay tiempo sin humanos. En este sentido, el tiempo gravita como eje fundamental, aunque no se haga tan explícito, en los tratados de los economistas. Sin embargo, la economía ha tomado el concepto del tiempo y lo ha deformado, de tal manera que lo ha convertido en una entidad independiente hasta convertirlo en una variable de los modelos. Por ello es importante exponer de una mejor manera las consideraciones sobre el tiempo que puedan explicar, más adelante, el valor económico como un compuesto por el tiempo entendido desde la economía, el trabajo y la dualidad Útil e Inútil.

1.1.1 El Tiempo en la Economía: Consideraciones acerca de lo que nunca se consideró.

Para iniciar las reflexiones sobre el valor económico, es claro tener algunas consideraciones acerca del Tiempo, dado que el tiempo es lo que permite cuantificar y homogenizar el Trabajo en uno sólo, es decir, el *trabajo productivo*. Entonces, si el tiempo mide el carácter productivo del trabajo, el tiempo asume igualmente este carácter. El *tiempo productivo* es la unidad numérica del trabajo productivo. Como número el tiempo es una entidad que se aleja de los cercos del ser humano, como forma pensante, y permite medir todo en cuanto una voluntad productivista. Si bien el hombre es quien ha creado el número para facilitar operaciones de medición y cuantificación, su mismo invento se ha revelado contra él ahora midiendo no sólo objetos sino equiparando, también, a los hombres como fuente de medición.

¹⁵ *Ibid.* Pág. 52.

Esta concepción del tiempo como número tiene su foco de invención. En la antigua Grecia hacia el siglo IV a.c. Aristóteles fue el primero en manifestar la cosificación del tiempo y el movimiento, de allí la comprensión del tiempo como número. De aquí la economía durante todo su periodo de crecimiento ha adoptado esta comprensión del tiempo e incluso la ha degradado, de tal manera que el tiempo se ha convertido en variable. Lo importante es que al nivel del tiempo como variable se ha establecido una comparación con el hombre, ambos en distintos modelos económicos hacen parte de la denominada combinación de factores (recursos) para generar los productos económicos que son el fundamento del sistema capitalista de producción¹⁶.

1.1.2 El valor económico

Explicada las divergencias en las concepciones de tiempo se dará paso a entender los inicios del valor económico. Sin embargo, hay que dejar claro, rápidamente, lo que la economía ha entendido por Trabajo dado que éste es una parte integrante y fundamental del Valor. Del mismo modo el Trabajo ha formado parte del ser humano, pues permite potenciar las cosas mediante el ingenio, talento e imaginación. Además, el Trabajo engloba todas las creaciones humanas, sean en el campo del arte, sean en la ciencia, sean en cualquier campo el Trabajo ha formado parte de la existencia humana. Pero, el Trabajo como creación, ingenio e imaginación ha mutado a un estado único, no de forma general, pues aún existe el desempeño humano en las condiciones impuestas por él. En los últimos siglos se ha incrementado el trabajo como forma productiva. Ha dejado de ser parte de la existencia y se ha convertido en la existencia misma.

El *trabajo productivo* es el que posibilita el declive del espíritu creador del ser humano. Este trabajo se caracteriza por únicamente producir algo en términos de tiempo productivo. Entre menos tiempo se tome más productivo será el trabajo. De esta manera el humano suprime su fuerza vital creadora por impulsarla hacia una fuerza productiva, tiñendo al Trabajo de sólo el color del dinero. La aceleración del trabajo en unidades de tiempo es la meta a seguir y por tanto Trabajo y Tiempo revisten su forma productiva, dejando poco Tiempo para el existir y más tiempo para producir y consumir. Aún así el tiempo de no trabajo, o como los economistas prefieren llamarlo, Ocio, puede convertirse en tiempo productivo, sea gastado en ver televisión, en ir de compras o cualquier actividad que pueda beneficiar el sector industrial y comercial. Y de esta forma el ser humano se convierte en el *ser* según la economía, una función de producir y otra de consumir, piénsese en las curvas de Oferta y Demanda tan usadas en los modelos económicos.

¹⁶ Para ampliar esta discusión se ha construido un apéndice como manifestación de la importancia de reevaluar este concepto dentro de la disciplina económica.

Por eso cuando se haga referencia al Trabajo o el Tiempo serán entendidos cómo trabajo productivo y tiempo productivo. El trabajo productivo es lo que explica Smith en su ejemplo de la división del trabajo. Un trabajo que pueda aumentar la producción de alfileres o cualquier mercadería en menores unidades de tiempo productivo. De aquí se deriva el núcleo principal de la teoría del Valor, una teoría fundamentada en los principios de la productividad de dos de las características más importantes de la existencia del hombre.

Descritas estas dos partes esenciales en el valor económico, se puede dar paso a la explicación del Valor. Al finalizar el capítulo IV “del origen y uso de la moneda” del libro I de la *Riqueza de las Naciones*, Smith menciona los dos sentidos cognoscibles de la palabra Valor. Estas dos partes son las que integran lo que se describe aquí como valor económico, sea este valor de uso y valor de cambio.

“Debe notarse que la palabra *valor* tiene dos distintas inteligencias; porque a veces significa la utilidad de un objeto particular, y otras aquella aptitud o poder que tiene para cambiarse por otro bienes a voluntad del que posee la cosa. El primero podemos llamarlo valor de utilidad y el segundo valor de cambio. Muchas cosas que tienen más del de utilidad suelen tener menos del de cambio y, por el contrario, a veces las que tienen más de éste tienen muy poco o ninguno del otro.”¹⁷.

De aquí surge una de las paradojas más conocidas en la economía ¿Por qué hay objetos que con bastante valor útil carecen de valor de cambio, y por qué objetos de carente valor útil poseen alto valor de cambio? Es la paradoja del agua y el diamante. Sin embargo, pese a los grandes esfuerzos de la economía política clásica por resolver este dilema, no quedó del todo concluso. Si bien su explicación fue bastante valedera para la época, estudios posteriores demuestran una explicación mejor acoplada al comportamiento de los humanos en las relaciones de intercambio. No obstante desde esta paradoja en adelante Smith se propone a resolver tres puntos que lleven a desarrollar la primera teoría del Valor, en el sentido del valor económico. Primero: ¿Cuál es la medida del valor permutativo? Segundo: ¿Cuáles son las partes constitutivas del precio real? Y Tercero: ¿Qué impide que el precio mercantil difiera al precio natural?¹⁸

Aunque de manera superficial, dado los propósitos del trabajo, se desarrollaran estos puntos para dar a entender la evolución de la teoría del Valor y mirar la crítica posterior. Además el abordaje de la teoría del Valor, como se dijo desde un inicio, se pretende hacer desde la sociedad actual, las preguntas surgen desde la sociedad de consumo en la que se habita, y esta teoría del valor económico no puede explicar el comportamiento de la sociedad contemporánea. Por ello es importante entender la lógica en la que se desenvuelve la Teoría del Valor inicial (aquí llamada valor económico) y anexar las posteriores discusiones para poder,

¹⁷ Op. cit. SMITH, Adam. *La Riqueza...* Pág. 73. Cursiva es del original.

¹⁸ *Ibid.* Pág. 73.

más adelante, entender lo que subsiste en las relaciones mercantiles de la sociedad actual.

No obstante, se tratará, en lo posible, de reflexionar sobre el pensamiento smithiano que configura el inicio de la economía política clásica. Por ejemplo, para iniciar el capítulo V “del precio real y nominal de toda mercadería” del libro I de la *Riqueza de las Naciones*, Smith introduce su concepto del hombre feliz, entiéndase este como parte de una civilización material pues de allí se deriva su placer o displacer. “Todo hombre es rico o pobre según el grado que pueda gozar por sí de las cosas necesarias, útiles y deleitables para la vida humana (...)”¹⁹. Póngase de manifiesto, en primera instancia, que la riqueza o pobreza consiste no sólo en amasar una fortuna, sino proveerse de cosas materiales por medio de ésta. Además, este goce sólo se logra desde una noción de individualidad, dado que “por sí” debe buscar la manera para conseguir su objetivo. Más adelante verá la función del trabajo para los propósitos de la felicidad terrenal del hombre. “Una vez introducida en el mundo la división del trabajo es muy pequeña parte la que de ellas puede obtener con sólo el trabajo propio”²⁰. De allí se desprende la necesidad de apropiación del trabajo ajeno para perseguir los objetivos placenteros, y el requerimiento de hacerlo productivo según una división del trabajo.

Pero como el hombre desenvuelto en un entorno social sólo puede proveer el trabajo que su ingenio y talento pueda dar, conseguir otras mercancías requiere de granjear su trabajo por el de otro, es decir, proveerse de otras cosas útiles y placenteras, o apoderarse de ellas, sólo puede ocurrir cuando el trabajo las consigue. Téngase en cuenta, por supuesto, que se habla de un estado rudo de la sociedad, es decir, en el las jerarquías no se han configurado, puesto que en las condiciones reales el dinero y el poder ya transcurría de los señores feudales a la temprana burguesía mercantil, y posteriormente a la burguesía capitalista. Por eso Smith no duda en decir que “el valor de una mercadería con respecto a la persona que la posee, y que no ha de usarla, o no puede consumirla sin cambiarla por otras mercaderías, es igual a la cantidad de trabajo ajeno que con ella quede habilitado a granjear.”²¹. En otras palabras el *valor real* de una mercancía es el trabajo que pueda cambiarse. Sin embargo, debe apuntarse que el Valor, según esta concepción de valor económico, queda inmediatamente relacionado con el trabajo, y además, en el valor de cambio. Smith nunca quiso indagar sobre la naturaleza del Valor en su múltiple manifestación, es decir en las posibilidades de su representación. Todo esto habilita a decir al escocés en su famosa frase que “El precio real de cualquier cosa, lo que relámete cuesta al hombre que ha de adquirirla, es la fatiga y el trabajo de su adquisición”²². Aquí se hace evidente una

¹⁹ *Ibíd.* Pág. 75.

²⁰ *Ibíd.* Pág. 75

²¹ *Ibíd.* Pág. 75.

²² *Ibíd.* Pág. 75

cosa, Smith une consciente o inconscientemente dos términos que tienen una naturaleza y significado totalmente distinto, el Valor y el precio.

El dinero es poder, continua apreciando Adam Smith; sin embargo, con el dinero o riqueza sólo puede lograrse un poder momentáneo, un poder de adquirir. Y he aquí una divergencia fundamental con la escuela mercantilista, bullonista por excelencia. Por ello Smith dice, y teniendo en cuenta la opinión de “Mr. Hobbes”, que el gran poder es no sólo cuando se logra adquirir el trabajo del otro, sino, también, cuando se tenga en cuenta las proporciones de trabajo ajeno que se pueden adquirir, es decir la cantidad cuando se toma ese poder del otro. Esto es lo que se hace patente en la sociedad actual, donde las grandes compañías son las que se apoderan deliberadamente del poder del otro, montando bastos imperios económicos que les permiten tener gran parte del juego de poder en el mundo.

Ahora bien, Smith se dispone a explicar el porqué, aunque el trabajo es la medida del valor permutable o valor de cambio, las mercancías no sólo puede regirse bajo este parámetro. Poco a poco Smith introduce en su análisis las jerarquías sociales que producen el poder y dinero, para luego vincular la moneda como medio de intercambio factible. “Las más de las veces es una cosa muy difícil asegurar con certeza la proporción entre dos distintas cantidades de trabajo”²³. Además de poner el trabajo como una medida difícil de permitir el intercambio, dice que el tiempo tampoco lo es. “El tiempo que se gaste en dos especies diferentes de obra no siempre puede determinar, por sí solo, esta proporción, y es necesario que entren en cuenta los grados distintos de dureza o fatiga, de talento y pericia que en la respectiva operación se emplean.”²⁴, es decir, la técnica influye en la determinación del valor; aún así es difícil transar las mercaderías.

El intercambio sucede cuando una mercadería se compara con otra, más que con el trabajo. Por eso es más fácil estimar el valor de cambio por otra mercancía, pues la otra mercancía por la que se cambia es la que se percibe de inmediato, algo que no sucede con el trabajo que “aunque inteligible, no es tan obvio ni natural”. La mercancía a la que hace referencia Smith es el dinero, pues por medio de él el comercio se hace más fácil, luego el dinero hace de valor de cambio de toda mercadería. Sin embargo, esta transformación del Valor al dinero, como puede verse, es tan sólo una transición superflua, no explica en sí la complejidad de esta mutación, simplemente deja ver cómo una mercancía reconocida socialmente se hace de valor de cambio común para toda la humanidad.

A pesar de ser una medida socialmente aceptada, el dinero cambia de valor dependiendo de su abundancia o escasez, o su dificultad o facilidad para conseguirlo. Smith hace referencia a cómo el oro y la plata se depreció en Europa luego de la conquista de América, pues las abundantes minas y extracción del

²³ *Ibíd.* Pág. 76.

²⁴ *Ibíd.* Pág. 76.

metal precioso causaron una reducción de su valor hasta una tercera parte. Por eso es difícil tomar el dinero como una medida exacta del valor económico, retomando así el trabajo como su medida real, pues “iguales cantidades de trabajo, en todo tiempo y en todo lugar, serán de igual valor para el trabajador, es suposición de un grado ordinario de salud y fuerza, y de una misma pericia y destreza para sus operaciones”²⁵. Por estas razones la moneda o dinero será siempre el “precio nominal” de las mercancías y el trabajo será el “precio real”.

Pero como todo pensador Smith tuvo sus fallas, algunas mencionadas anteriormente, otras en la espera por ser mencionadas. Una falla crucial en el pensamiento smithiano es la consideración del trabajo como una forma estática e invariable, es decir, sólo como un *quantum*. A esto se le debe agregar su forma fluctuante, las variaciones en el precio real del trabajo (lo que se tiene que dar por él de otras mercancías) son variaciones de las mercaderías mas no del trabajo, pues “los bienes y cosas, y no el trabajo, son los más caros y más baratos”. Estas dos formas, como es visto, Smith las ha unido sin conceder, por su puesto, la diferencia de que la primera hace referencia explícitamente a la cantidad, y la segunda al precio. De aquí Ricardo se permite presentar su crítica a la teoría del valor económico naciente.

Además, hay que notar que el precio real tiene una inconsistencia notable. El precio real hace referencia a la “cantidad de cosas necesarias y útiles que por él se adquieren”²⁶, es decir lo que se consigue por medio del trabajo, mientras el precio nominal sólo se refiere al dinero. Por lo tanto, el precio real es un derivado del trabajo, y el trabajo es la medida del valor en tanto es igual en cualquier parte. Por ello Smith asegura que “Un mismo precio real es siempre de un mismo valor; pero un mismo precio nominal lo suele tener muy diverso por razón de las variaciones en el valor del oro y de la plata.”²⁷. Más adelante Smith presenta el talón de Aquiles en su teoría asegurando que:

“La subsistencia del trabajador, o el precio real del trabajo, como se hará ver más adelante, varía mucho según las diferentes circunstancias: es más abundante en una sociedad que camina a la opulencia que en la que permanece inmóvil en su estado, y más en ésta que en la que va yendo en vez de ir adelantando.”²⁸.

Esta aseveración suscita dos inquietudes. La primera es que da al trabajo un carácter de mercancía igual a las demás, por lo tanto su valor puede variar igualmente como lo hacen las demás mercancías, dinamitando la posibilidad de ser la medida inamovible del valor económico. Por otro lado deja ver una de las falacias más grandes de toda la economía. Si una nación crece prósperamente,

²⁵ Ibíd. Pág. 78.

²⁶ Ibíd. Pág. 78.

²⁷ Ibíd. Pág. 78.

²⁸ Ibíd. Pp. 80-81.

supone un advenimiento de mayores proporciones de cosas útiles y placenteras para quienes habitan allí, situación mencionada por Smith para los trabajadores de las grandes potencias. Sin embargo, el hecho no es tan cierto en la realidad. El mundo produce cantidades enormes de productos para asegurar una cobertura suficiente para gran parte de la humanidad, pero lo que se ve habitualmente son brechas más y más grandes entre las personas de las naciones en vías de industrialización, y las ya suficientemente industrializadas.

Terminado así el examen al valor económico según Adam Smith, queda solo responder las dos siguientes preguntas formuladas por el escocés, pero, a las que se darán una breve respuesta, dado que éstas se inclinan más a la conformación del precio que lo que corresponde al Valor y rebasaría los límites de la investigación. ¿Qué compone el precio de las mercaderías? Y ¿Por qué difieren el precio natural y del mercado? Son las cuestiones que abarcan las siguientes apreciaciones sobre el tema. Ha de notarse que las posteriores explicaciones se centran en la composición y cambio del precio, fin de la propuesta económica, dejando al lado el carácter representativo del Valor.

La composición del precio de las mercancías se basa en tres factores fundamentales, a saber, los salarios, la renta y la ganancia. Una teoría de la suma según la apreciación de Sraffa. La composición del precio, como se puede observar, está basada en las relaciones mantenidas por el Obrero-Patrón, donde la propiedad juega un papel fundamental. El precio capitalista de la mercancía permite rápidamente la difusión del Valor, pues establece una relación de ganancia y ésta a su vez está representada en dinero. Las mercancías quedan sustentadas en el dinero, pues de ellas se derivaran las ganancias, las rentas y los salarios, aspectos igualmente representados en el dinero. Smith conduce esta visión y afirma que:

“En toda sociedad, pues, el precio de las cosas se resuelve por último análisis en una u otra de estas partes, o en las tres a un tiempo, y todas tres entran en la composición de aquel precio con más o menos ventajas, o con más o menos parte en él, según los progresos o adelantos de la sociedad.”²⁹.

A lo que más delante agrega:

“Pues así como el precio, o valor permutable de cada mercadería en particular y tomada separadamente, se resuelve por último en una o en otra, o en todas las tres partes, así todas las mercaderías o cosas permutables, que componen, como juntas en un cuerpo, el producto anual de una nación, se ha de reducir necesariamente a las mismas, y todas ellas se distribuirán entre los habitantes de l país, bien como salarios, o como ganancias de fondo, o como rentas de la tierra. (...) **Salarios, ganancias y rentas, son las tres fuentes fecundas de todo producto y de todo valor permutativo.**”³⁰.

²⁹ Ibid. Pág. 97.

³⁰ Ibid. Pág. 99. Negrita y Subrayado no es del original.

De esta sentencia queda la suerte de entender el revés que hace Smith a la Teoría del Valor en el sentido económico. El precio es el que determina el valor y no el valor el que determina el precio. Tanto salario, ganancia y renta son remuneraciones recibidas en dinero, y el dinero es el que manifiesta el valor, pero aquí sólo representa el precio. Esta trinidad dineral es la “fuente fecunda” del valor permutativo y si el valor permutativo es el que representa al Valor, entonces esta trinidad es la que determina el Valor. De esta manera dinamita nuevamente la lógica que trata de expresar en los argumentos presentados.

Ya en la última respuesta a su pregunta ¿por qué difieren el precio natural y el de mercado? Smith hace una crítica a las desviaciones que causan el no transcurrir por el libre tránsito del comercio. Para explicar esto es necesario dar a entender, en primer término, qué es lo que Smith entiende por Precio Natural, Precio de Mercado y Demanda Efectiva. El precio natural, se deriva de su entendimiento del flujo natural del mercado que no es otra cosa que una aceptación del libre comercio. Las libres fuerzas del mercado son las únicas capaces de conseguir el natural curso de las cosas, y por ello el precio que esta regulado por éstas es lo que denomina precio natural. Además menciona que el precio natural “ni es más ni es menos que lo suficiente para pagar la renta de la tierra, los salarios del trabajo y las ganancias del fondo empleado en crearla”³¹.

El precio del mercado, como hace referencia, es el precio al que se paga una mercancía en un determinado mercado. Sin embargo, hay que tener en cuenta que este precio tiene como principio ser el producto de la relación entre las dos fuerzas del mercado, la demanda y la oferta. Pero la particularidad de este precio radica en que diferirá del natural unas veces porque pueda ser mayor y otras por ser menor.

“El precio actual dicho, en cada cosa en particular, se regula por la proporción entre la cantidad que de ésta hay actualmente en el mercado y la concurrencia de los que desean pagar el precio natural de ella, o todo el valor de la renta, trabajo y ganancia que se haya verificado hasta haberla conducido allí para su venta.”³².

Las irregularidades entre el cruce de oferta y demanda, entiende Smith, son presentadas al nivel de la demanda efectiva. El principio de la demanda efectiva hace referencia al número de consumidores efectivos que dispone una mercancía, es decir, sólo aquellos que tienen disponibilidad efectiva, o medio de pago suficiente, para pagar el precio de ésta. Un ejemplo bastante ilustrativo de Smith sobre este principio es si un pobre puede comprar o no un carruaje. “Un pobre, (...) desea o necesita un coche, y supongamos también que puede en efecto tenerlo, pero su demanda no es propiamente efectiva, ya que por satisfacer sus

³¹ *Ibíd.* Pág. 102.

³² *Ibíd.* Pág. 103.

deseos ineficaces nunca será llevada al mercado aquella mercadería.”³³. Por eso, cuando las mercaderías excedan a la demanda efectiva, el precio de mercado caerá rápidamente; contrario caso cuando las mercaderías estén por debajo de la demanda efectiva, pues el precio ascenderá según la competencia de los compradores.

Pero ¿por qué demanda efectiva? La economía debe tener un transcurso natural sobre la sociedad. Por eso una demanda común, es decir la cantidad de personas que desean un objeto, no cumplen satisfactoriamente el lineamiento natural, es una demanda ineficaz. El transcurso de la naturaleza de la economía debe estar acotado por un algo, que además es antinatural, el dinero. Sólo la demanda efectiva en un mercado concederá la verdadera determinación del precio en un mercado, y si éste a su vez es libre el precio tenderá a llegar al precio natural, que dice Smith es el “justo”.

Queda además una duda que aclarar: ¿Cuál es la explicación a que difieran el precio natural y artificial? Aunque se ha mostrado varios elementos que lo explica, se tratará de hacer más explícito. La causa principal para que estos precios difieran es la interrupción en el libre curso de la economía. Las obstaculizaciones al *lassies faire lassies passer* crean desviaciones en el precio. Sólo en una economía libre las fuerzas del mercado pueden hacer regular los precios para tenderlos al natural. Además, cuando el precio está por debajo del natural requiere de menos tiempo para ascender, que lo que se demora en caso contrario. El precio mayor es soportado por los compradores hasta cuando estos puedan pagarlo, es decir hasta cuando la demanda efectiva no disminuya considerablemente. Por otro lado, el menor precio puede durar muy poco pues apenas esta situación se presente los interesados se retirarán de la actividad para no afectar sus ganancias. No obstante, por más libre mercado que se presente el precio natural nunca podrá existir.

Si bien Smith consiguió poner de manifiesto al trabajo como fuente del Valor y unir a éste con el valor de cambio, confundiendo y apreciando un revés antinatural, Ricardo consolida la obra. Smith marca la diferencia en el cambio de una época a otra, pero la diferencia radica en la conceptualización del trabajo como la medida invariable, no en el entendimiento del trabajo como creador del valor. En Ricardo reposa el sentido del economista en adelante, pues la historia es dejada a un lado como medio valedero para las aportaciones, y se piensa en un método puramente deductivo y modelado.

1.2 David Ricardo o la consolidación del valor de cambio

La crítica efectuada por David Ricardo a la teoría inicial del valor económico, es un “perfeccionamiento” a las falencias en el constructo teórico de Smith. Con Ricardo

³³ *Ibid.* Pág. 103.

el valor se difuminará, de facto, en la forma de valor; la utilidad servirá para determinar el valor de cambio pero no será su medida³⁴. Lo que pretende Ricardo, en la anterior expresión, es decir que un objeto como tal importa en su utilidad como satisfactor de necesidad, pero la utilidad no influye en el valor de cambio, es decir el valor económico se liga directamente a su forma representada en dinero. El trabajo es el único que puede crear el valor económico, pues éste moldea los valores de uso y los presenta como valores de cambio al mercado. Sin embargo, la escasez hace parte fundamental en el valor de cambio, y de ahí en adelante presentará las distintas argumentaciones para contrapesar la primer teoría del valor económica explicada arriba. “por poseer utilidad, los bienes obtienen su valor de cambio de dos fuentes: de su escasez y de la cantidad de trabajo requerida para obtenerlos.”³⁵.

Ricardo no difiere con Smith acerca de la fuente originaria de todo valor económico: el trabajo. Pues, retomando el ejemplo del castor y el ciervo, en una sociedad rudimentaria el intercambio de dos ciervos por un castor se logra gracias a la determinación de la cantidad de trabajo inmersa en obtener cada uno, en este caso la mayor cantidad de trabajo para la obtención del castor le proporciona un mayor valor de cambio (2 venados).

“Que ésta es, en realidad, la base del valor de cambio de todas las cosas, salvo aquellas que no puede multiplicar la actividad humana, es una doctrina de importancia primordial para la economía política, ya que de ninguna otra fuente brotan tantos errores ni tanta divergencia de opiniones en esta ciencia como de las vagas ideas que van unidas a la palabra valor.”³⁶.

No obstante, Ricardo no perdona el error cometido por Smith al dar equivalencia entre el trigo y el trabajo como medida de valor, confundiendo lo que es “no la cantidad de trabajo empleada en la producción de cualquier objeto, sino la cantidad que puede ejercer la capacidad adquisitiva del mercado”³⁷. Aquí presenta el primer punto de diferencia con el escocés, recalando que si esto fuera cierta la retribución del trabajador estaría siempre en proporción a lo producido por él mismo. De aquí salta a la importancia de establecer siempre la comparación entre las mercaderías, hablando de la importancia de *valores en cambio relativos*, o lo que para Ricardo es lo mismo *precios relativos*, puesto que si una cosa sube de valor tiene que saberse respecto a qué es lo que sube.

“No puede ser correcto, pues, decir con Adam Smith “que como el trabajo muchas veces podrá comprar más y otras menos cantidad de bienes”, lo que varía es el valor de los mismos, y no el trabajo que los adquiere, y “por consiguiente, el trabajo, al no variar nunca de valor, es el único y definitivo patrón efectivo, por el cual se comparan y estiman los valores de todos lo

³⁴ Op. Cit. RICARDO, David. *Principios...* Pág. 9.

³⁵ *Ibíd.* Pág. 9.

³⁶ *Ibíd.* pp. 10-11.

³⁷ *Ibíd.* Pág. 11.

bienes”, es correcto, en cambio, afirmar, como lo hizo Adam Smith en un pasaje anterior: “la única circunstancia que puede servir de norma para el cambio recíproco de diferentes objetos parece ser la proporción entre las distintas clases de trabajo que se necesitan para adquirirlos; o, en otras palabras, que la cantidad comparativa de bienes producidos por el trabajo es la que determina su valor relativo presente o pasado, y no las cantidades comparativas de bienes que se entregan al trabajador, a cambio de su trabajo.”³⁸.

Bajo esta perspectiva es que Ricardo plantea su refutación al argumento smithiano del trabajo como medida invariable del valor económico. Al comparar dos bienes o más, se tiene que tomar en cuenta, con detenimiento, las circunstancias implícitas en la producción de estos. Así, conociendo las combinaciones entre capital y trabajo, que son los facilitadores de la producción, se puede determinar cuál de los bienes tiene una variación con respecto a otros. Si con 10 onzas de oro se cambiara una determinada cantidad x de productos, y si además se dijera que se encuentra una mina o se hace más fructífero el trabajo en ésta por medio de maquinaria, y por esto con las mismas 10 onzas se adquieren x-1 bienes, se podría afirmar que la mayor facilidad en el trabajo de conseguir el oro reduce el valor de éste frente a los demás. Factores como el trabajo y la escasez son los que determinan los valores relativos de los productos, esto no difiere con el trabajo.

“Análogamente, si el valor del trabajo se reduce considerablemente, en relación con todas las demás cosas, y si encuentro que la reducción es el resultado de una oferta abundante, estimulada por la mayor facilidad con que se producen los cereales y demás productos indispensables del trabajador, sería correcto decir, a mi juicio, que los cereales y otros artículos necesarios tienen un valor más bajo, debido a la menor cantidad de trabajo necesario para producirlos, y que esta mayor facilidad para subvenir al sostenimiento del trabajador ocasionó una disminución del valor del trabajo.”³⁹.

De aquí que el mismo Karl Marx, heredero de Ricardo, desarrollará la *determinación cuantitativa del valor relativo* literal b del numeral 2, de la tercera sección del primer capítulo del primer tomo de *El Capital*. Es decir, las condiciones para determinar los cambios de los valores consisten en conocer las diferencias del *quantum* de trabajo en las mercancías relacionadas. Sin embargo el propósito de Marx en su primer capítulo del primer tomo de *El Capital* difiere a la composición argumentativa de Ricardo, dado que Marx presenta sus argumentos desde una filosofía bastante mejor compuesta y permite develar de una mejor manera el fenómeno del Valor. No obstante de aquí se reconocen algunas de las posibilidades del cambio del valor económico de las mercancías. Tomando por ejemplo una mercancía A y una B, puede la mercancía A valer más o menos si, permaneciendo constate su *quantum* de trabajo, B lo reduce o lo aumenta; o si aumenta o reduce A el *quantum* permaneciendo B constante; o si ambas cambian

³⁸ *Ibíd.* Pág. 13.

³⁹ *Ibíd.* Pág. 14.

proporcionalmente en sentidos iguales. Por último si A y B cambian en sentidos contrarios, o en el mismo sentido, proporcional o no proporcionalmente.

Por otro lado, Ricardo plantea una nueva cuestión que hará que difiera de alguna manera con el primer planteamiento del valor económico. La determinación del valor económico de los bienes también se afectará por el trabajo cristalizado allí anteriormente, es decir, instrumentos, herramientas y edificios, objetos prefabricados, etc. Con esto la clasificación de la teoría ricardiana como una teoría de los costes de producción, es diferente a la de la suma de Smith.

Si en la etapa temprana de la sociedad, donde se intercambian los venados y los castores, costara, además del trabajo para conseguirlos, más dificultad la creación del arma para matar al castor, inmediatamente el valor de cambio del castor aumentaría respecto al venado. Aún si los implementos de conseguir cada animal pertenecieran a una clase de hombres y el trabajo para conseguirlos a otra clase, “sus precios comparativos serían proporcionales al trabajo realmente empleado, tanto en la formación del capital como en la captura de los animales.”⁴⁰. Para Ricardo, no existe la posibilidad que una mercancía aumente de valor de cambio si el salario que hay que pagar al trabajador aumenta. En su teoría, Ricardo da a entender que las utilidades se encuentran en proporción a los salarios entregados a los trabajadores, por tanto el valor de cambio del bien no se afectara sino en la proporción de trabajo incluido allí. “Se comprende que las utilidades serán altas o bajas, exactamente en proporción a que los salarios sean bajos o altos; en cambio, no puede afectar en lo más mínimo el valor relativo (...)”⁴¹.

Hasta aquí quedan tres cosas por señalar. La primera es que una mercancía está compuesta por una relación entre capital y trabajo, en un sistema de apropiación como el capitalista. Segundo, que una mercancía está determinada, en su valor de cambio, por el trabajo inmerso en ella, sea trabajo presente y trabajo pasado. Tercero, que las utilidades o ganancias del capital están en proporción a los salarios entregados a los trabajadores, es decir, si los salarios aumentan proporcionalmente bajarán las utilidades y lo mismo en el caso contrario.

La composición ideológica de estas afirmaciones tiene una implicación significativa dentro del sistema imperante. Como cientista de la economía política, Ricardo da a entrever la veracidad de su propuesta demostrada deductivamente y soportada en sus ejemplos numéricos. Esta “veracidad” soporta el edificio del sistema actual que se basa en las verdades reveladas. Sin embargo, estas afirmaciones como muchas realizadas por la ciencia económica pueden tener algunos aciertos, no obstante estos aciertos no son La Verdad y en muchos de los casos ineficaces para entender la realidad.

⁴⁰ *Ibíd.* Pág. 18.

⁴¹ *Ibíd.* Pág. 21.

Trayendo a colación la teoría ricardiana, enfrentada al presente del mundo de las mercancías, su teoría permite entender parte de la relación de intercambio, pero no su naturaleza. Además, un sistema en el cual se generan muchas de las mercancías a precios insignificantes no soporta el trabajo inmerso antes de su producción. Por otro lado cabría preguntarse ¿de dónde se obtienen las grandes utilidades de las mercancías, suponiendo se remunere bien al trabajador? O ¿si no se remunera debidamente, cuál es la proporción real que pertenece al trabajador? Aunque estas preguntas no se desarrollen significativamente en el presente trabajo, es necesario dejarlas presentes al atento lector. Asimismo es necesario mencionar que la segunda pregunta arriba formulada la desarrolla Marx en su teoría económica.

Ahora bien, la importancia de la sección tercera del capítulo primero de los *Principios* de Ricardo se hace más significativa cuando presenta al dinero, sin más ni más como por arte de magia, como el equivalente general de todas las mercancías, aquel capaz de equiparar toda mercancía y dar a entender los cambios operados en ella.

“Supongamos que el dinero sea el bien en cuestión. Si un salmón tuviera un valor de una libra, y un venado el de 2 libras, un venado valdría dos salmones. Pero un venado podría llegar a tener un valor de tres salmones, al requerirse más trabajo para obtener un venado o menos para pescar un salmón., o bien porque ambas causas operaron al mismo tiempo. Si tuviéramos esta norma invariable, fácilmente podríamos precisar hasta qué punto operaron cada una de dichas causas.”⁴².

Ahora bien, en una siguiente etapa de la sociedad, donde los productos se fabrican con una composición distinta de maquinaria edificios y trabajo, es necesario averiguar cómo suceden los cambios en el valor relativo de los bienes. A causa de esto Ricardo establece una diferenciación entre las clases de capital que componen una mercancía, a saber: el capital fijo y el circulante. Entonces cuatro causas, de ahora en adelante, operarán en la composición del valor relativo de los bienes: a) la diferente durabilidad de los capitales fijos; b) la diferente proporción entre capital fijo y circulante; c) la cantidad de trabajo para producir la mercancía; d) el aumento o reducción del valor del trabajo.

La clasificación de los capitales está con base en la rapidez con que perece el capital y la frecuencia de la reproducción que éste solicite. Por ejemplo: un cervecero utiliza principalmente maquinaria y edificios, por lo tanto utiliza mayor porción de capital fijo. Por otro lado un zapatero utiliza más mano de obra y a ésta debe pagarle salarios que se gastan en alimentos, esto es capital circulante. Es menester mostrar al atento lector dos cuestiones fundamentales incluidas en las

⁴² *Ibid.* Pág. 21.

anteriores afirmaciones. La primera hace referencia al concepto de reproducción del capital. La segunda al concepto del trabajador como parte del capital.

El capital hace referencia a aquellas mercaderías que hacen parte de un proceso de producción. Por lo tanto, el capital es un *recurso* productivo. Al detenerse un poco a examinar esta lógica no examinada por la economía, se entiende, de alguna manera, los principales problemas manifiestos en la historia humana. El capital como recurso para la producción transforma todos los *bienes* a una forma productiva. Pero la transformación por excelencia del capital es el hombre. El hombre, aquí llamado de diferentes formas, como trabajador, mano de obra, asume una función productiva dentro del sistema. Al asumir esta forma se está queriendo dar a entender que el hombre, como parte del capital, es un recurso productivo, esto es el *ser* del hombre en la economía: un *recurso productivo* que desempeña dos funciones fundamentales, a saber, el consumir y el producir. De aquí en adelante que el hombre sea parte del capital y como tal un objeto en el sistema productivo, una variable más en la producción de mercancías

Por otro lado, los bienes naturales son tomados igualmente como recursos, dado su “naturaleza inferior”, el sentido de la naturaleza cambia de un organismo viviente a uno inerte que sólo funciona en el producir. El capital solicita una rápida reproducción y ésta se logra cuando mayor cantidad de objetos, incluido el hombre, se incluyen en un proceso productivo, con altos márgenes de productividad y la tan ahora mencionada competitividad, y de esta manera genera mayores utilidades para los inversionistas que *favorecen* el crecimiento en la economía. Aunque esta discusión permanezca como algo más importante a desarrollar, es necesario mencionarla como parte del problema que aquí se plantea.

De esta manera, Ricardo entiende que el valor económico, o valor de cambio, tendrá unas ligeras modificaciones cuando la composición del capital tenga mayor cantidad de capital fijo. El capital fijo tiene una mayor durabilidad y como tal capital: maquinaria, edificios e instalaciones, herramientas, etc., reduce la cantidad de trabajo humano incorporado en un bien, y de la misma manera, menor cantidad de tiempo para producirlo; por otro lado, reduce el valor del trabajo que se necesita pagar. Por lo tanto, al reducir el *quantum* de trabajo inmerso en la mercancía el valor de cambio se reduce.

Hasta aquí se ha mencionado los aspectos más importantes en la teoría del valor económico postulada por Ricardo. El trabajo de Ricardo fue descubrir las falencias en el aparato general de Smith y potenciar estas facultades explicativas de la sociedad capitalista. Ricardo vinculó de manera bastante ingeniosa lo que se denomina el Valor y el valor de cambio. Ricardo no pudo ver las diferencias enormes entre estos dos términos, el valor de cambio es sólo la explicación del valor económico; por su parte el Valor, como se ha señalado aquí anteriormente, tiene un carácter múltiple que no pudo señalarse en aquella época. No obstante,

Marx marca la pauta en la economía política para lograr entrever la multiplicidad del Valor y su capacidad explicativa.

1.3 Marx: el cambio en la concepción del Valor

Hasta ahora no se ha dicho nada con respecto a lo que el Valor puede significar. Por eso lo que se ha hecho es un recorrido necesario en los conceptos que deben tenerse en cuenta en el estudio del Valor. Además no se ha ahondado en el tema del Valor puesto que el desarrollo conceptual hasta ahora expuesto, tanto de Smith como de Ricardo, no permite evidenciar el carácter múltiple del Valor, esto no ocurre con Karl Marx. La economía política anterior a él toma las nociones como dadas, por eso las *representaciones* que hacen son arbitrarias y no dan con la esencia. El representar de estos economistas se hizo en función de la manifestación del Valor con ellos, es decir, su representación estuvo supeditada a la mercancía como objeto de valor intrínseco. Por lo tanto confundieron el Valor con el objeto y de esta manera falsearon su esencia.

El Valor como tal existe como relación, no pertenece a las propiedades de los objetos. Tangiblemente es una categoría inexistente, el hombre a través de sus cinco sentidos no puede evidenciar, o dar cuenta del Valor. Entonces ¿de dónde proviene el Valor? El Valor proviene del valorar, el hombre es quien valora y en esta medida crea el Valor. Pero, una cosa es el valorar que lo hace el hombre y otra cosa es la categoría del Valor que no pertenece de un modo completo al hombre. De esta manera ¿qué hace pertenecer el Valor al hombre? Lo que hace posible la existencia del Valor es la conexión entre la idea y la manifestación. Así, el hombre queda conectado con la cosa valorada y la categoría de Valor. **“Sólo por valorar existen los valores; y sin el valorar estaría vacía la nuez de la existencia (...)”**⁴³. El “mal” para Sade es el fundamento de su valorar, por lo tanto su idea de Valor representa y se encuentra en los sentimientos de perversidad y aversión a los extremos en el acto sexual, pertenecientes al hombre; por otro lado, el valorar predominante de esa época era el “bien” representado en la cristiandad del hombre, por lo tanto la censura a las perversiones humanas eran acto de castigo. Se tiene, así, dos lados del Valor que asumen caracteres totalmente diferentes pero que son válidos según su manifestación terrenal.

Si bien este problema no es trabajado a cabalidad por Marx, lo que sí hace es plasmar esta pauta desde la economía política, diferenciando el Valor de su forma manifiesta en la economía: el valor de cambio. El análisis de la mercancía es el vehículo escogido para examinar el valor económico, (el hecho ha sido mencionado pasos arriba), o como preferiría llamarlo Marx la “riqueza burguesa

⁴³ NIETZSCHE, Friedrich. *Así Habló Zarathustra*. Bogotá, Colombia. Editorial La Oveja Negra. 1982. Pág. 82. Negrita no es del original.

aparece como una inmensa acumulación de mercancías⁴⁴. De la misma manera que sus predecesores, a Marx se le aparece la mercancía como una cosa externa que con sus propiedades satisface las necesidades en los hombres. Y el origen de esta necesidad se debe, por un lado, a un carácter fisiológico, o por otro lado, a un carácter fantástico, pero esto no cambia la cuestión. He aquí el primer error de Marx: señalar que la apetencia fantástica de la mercancía no cambia en nada, o no afecta, el Valor que ésta posea.

Entonces, el modo de existir de la mercancía como satisfactor de necesidades, es decir, una parte de su modo de existencia tangible coincide con el “modo de existencia de la mercancía en tanto que valor de uso”⁴⁵. Adelante continuará Marx diciendo que el valor de uso realiza su *ser*, es decir ser valor de uso, en el proceso de consumo. Las diferentes potencialidades del valor de uso se limitan en tanto es un objeto con determinadas propiedades, lo que se entiende es que está predeterminado a un proceso de producción y consumo, condicionando su posibilidad a un solo aspecto económico. Además, el valor de uso también está determinado, no solo en su aspecto cualitativo sino, en su aspecto cuantitativo, por ejemplo: dos varas de lienzo, una mano de papel, etc... En conformidad con esto Marx concluirá que “la materialidad misma de la mercancía, el hierro, el trigo, el diamante, etc., es un valor de uso. Y no es el mayor o menor trabajo que le cueste al hombre apropiarse de sus cualidades útiles lo que le da este carácter.”^{46 47}

Por otra parte, el valor de cambio, el aspecto tangible cuantitativo, es la proporción en que se cambia cuando se comparan dos valores de uso. Para este fin “El valor de uso es la base material sobre la cual se expresa de manera inmediata una relación económica determinada, valor de cambio.”⁴⁸. El valor de uso sólo expresa

⁴⁴ MARX, Karl. *Contribución a la crítica de la economía política*. Moscú, URRS. Editorial Progreso. 1989. Pág. 13.

⁴⁵ *Ibíd.* Pág. 13.

⁴⁶ MARX, Karl. *El Capital*. Tomo I. Barcelona, España. Ediciones Orbis. Segunda Edición. 1986. Pág. 12.

⁴⁷ En este punto es necesario recalcar la caracterización elaborada por Marx en la *Contribución a la crítica de la economía política*, dado que está mejor elaborada que en *El Capital*. Marx menciona que el valor de uso está alienado y por lo tanto sirve en una relación económica que da la transformación al valor de cambio. “La mercancía es valor de uso, (...), pero al mismo tiempo no es valor de uso.” Si la mercancía es consumida por el mismo productor ésta no llegaría a ser mercancía. Entonces ser valor de uso es ser portadora material de un medio de cambio, es portadora activa de un valor de cambio. Por lo tanto “La mercancía es un valor de uso para su poseedor únicamente en su calidad de valor de cambio. (esto ya había sido señalado por Aristóteles) Por consiguiente, la mercancía aun tiene que convertirse en valor de uso, ante todo para otros.” (Contribución...pp. 28-29).

Por otro lado el caracterizarse el trabajo, como trabajo útil deviene de esta forma de ser valor de uso. “Por consiguiente, los valores de uso de las mercancías *devienen* valores de uso cuando cambian universalmente de lugares, pasando de las manos en que son medios de cambio a las que se sirven de ellos como objetos de uso. Sólo en virtud de esta *alienación* universal de las mercancías, el trabajo que ellas encierran pasa a ser un trabajo útil.”(Contribución... Pág.29)

⁴⁸ Op. Cit. Marx, Karl. Contribución... Pág. 14.

una relación de producción entre trabajo y “recurso”, mientras el valor de cambio establece de una manera directa o indirecta una relación económica. La relación de cambio entre dos personas que han creado dos clases de bienes totalmente diferentes, es llevada a cabo cuando estos bienes se enfrentan unos con otros. Estos bienes a su vez son medidos en cantidades por uno y por otro, de esta manera tratarán de estimar cuál es la proporción que se debe dar de uno para adquirir el otro. Entonces, surge la pregunta ¿cómo pueden cambiarse dos mercancías de procedencia totalmente distinta? La respuesta la infiere Marx de una manera sencilla: los medios de subsistencia, valores de uso, “son ellos mismos productos de la vida social, el resultado de la fuerza vital humana gastada, *trabajo materializado*. En tanto que materialización del trabajo social, todas las mercancías son una cristalización de una misma unidad.”⁴⁹. Por eso el valor de cambio es la igualación de mercancías por un espécimen totalmente distinto a ellas, el trabajo. Pero este trabajo debe tomarse en el sentido general, es decir un trabajo no diferenciado de los demás, un trabajo “en el que la individualidad de los trabajadores aparece borrada”, un *trabajo general abstracto*.

El trabajo, como unidad abstracta, iguala las diferencias del *trabajo concreto* del albañil, del sastre, del panadero, etc., constituyendo la posibilidad de igualación mercantil. En esta forma equivalencial de la mercancía desaparece la concreción del valor de uso, como sus propiedades materiales. Ya no se enfrentan como el traje, o la mesa, o el pan, se enfrentan como mercancías en las cuales está inmerso un trabajo abstracto, un gasto de fuerza humana de trabajo indiferente de cualquier aspecto concreto de ella. Pero a la pregunta de cómo se mide la magnitud de su valor, que al final es lo que determina la cantidad de un cambio, Marx responde: por el *quantum* de la “sustancia creadora”, y lo que determina la cantidad de trabajo es el tiempo. Pero ¿qué es el tiempo para Marx? El tiempo es una unidad de medición que es el “modo de existencia cuantitativa de este trabajo mismo”. “De la misma manera como el modo de existencia cuantitativo del movimiento es el tiempo, el modo de existencia cuantitativo del trabajo es el *tiempo de trabajo*.”⁵⁰. Recuérdese en este punto a Aristóteles quien mencionaba que “el tiempo es o un movimiento o algo perteneciente al movimiento.”⁵¹. Lo importante es que el tiempo, para Marx, es una unidad, y como tal es medición. Por ello Marx es de los creyentes en el tiempo como unidad y además productiva.

“El tiempo de trabajo materializado en los valores de uso de las mercancías es a la vez la sustancia que hace de ellas valores de cambio, y por lo tanto mercancías, así como mide la magnitud precisa de su valor. Las cantidades correlativas de diferentes valores de uso en que se materializa el mismo tiempo de trabajo son equivalentes, es decir todos los valores de uso son equivalentes

⁴⁹ Ibíd. Pág. 15. Cursiva es del original.

⁵⁰ Ibíd. Pág. 16. Cursiva es del original.

⁵¹ ARISTÓTELES. *Física*. Libro IV. Madrid, España. Editorial Gredos. Primera Reimpresión.1998. Pág.270.

en las proporciones en que contienen el mismo tiempo de trabajo gastado, materializado. En cuanto valores de cambio, todas las mercancías son meramente cantidades determinadas de *tiempo de trabajo congelado*.⁵²

Con esto Marx deduce otra particularidad escondida en la transformación del Valor en valor de cambio. Los valores representados en las mercancías forman un conjunto social y como tal el trabajo que cristaliza aquellos valores no es más que una fuerza común homogénea, “aunque se componga de innumerables fuerzas individuales”. Los *trabajos individuales* adquieren un carácter común, ser *trabajos sociales* en la formación de mercancías. A su vez hay que entender que el trabajo en su forma social, abstracta, es también simple. Esta simpleza es la que permite comparar cualquier tipo de mercancía, sea producto de un trabajo calificado o no calificado. El trabajo calificado, según Marx, no es más que un trabajo simple potenciado. De esta manera quedan todas las circunstancias adscritas en el proceso de transformación del valor. La formación del valor de cambio esconde una multiplicidad de condiciones no antes advertidas por lo economistas británicos.

Para clarificar este punto es importante presentar a continuación una organización del sistema presentado por Marx. La mercancía tiene una combinación fundamental: trabajo y materia natural, o como prefiere citar Marx continuamente, “el trabajo es el padre, y la tierra, es la madre”⁵³. La combinación de estos factores crea un valor de uso, es decir, el trabajo reviste una *forma útil y particular-concreta*, es una *forma individual* separada del conjunto social: “el trabajo es una condición natural de la existencia humana, una condición –independiente de toda forma social- del cambio de sustancias entre el hombre y la naturaleza.”⁵⁴. Por ser objetos creados de trabajos útiles, independientes cualitativamente diferentes es que poseen el carácter de ser intercambiados.

Entonces, dejando a un lado la mercancía como objeto útil y dirigiéndose al valor sufre una transformación radical. Al enfrentarse dos mercancías totalmente diferentes, y ser comparadas cuantitativamente, se comparan mediante un *substratum* idéntico poseído en ellas. La sustancia común en las mercancías es el trabajo creador de valor, contrastado con el trabajo útil; un trabajo abstracto que es la contraparte del trabajo concreto; un trabajo social que es la otra cara del trabajo individual; el trabajo se convierte en un gasto de trabajo humano abstracto: un “gasto productivo del cerebro, de los músculos, de los nervios y de la mano del hombre.”⁵⁵. De esta suerte el trabajo es considerado trabajo simple que es la simplificación de cualquier trabajo calificado a una misma unidad. Así queda establecida la transformación del trabajo concreto a un trabajo abstracto de carácter puramente social. Por ello Marx afirma que el valor de una mercancía no es sino el *tiempo socialmente necesario para producirla*, tomando en cuenta los factores que

⁵² Ibíd. Pág. 16. Cursiva es del original.

⁵³ Op. Cit. Marx, Karl. *El Capital*...Pág. 19. Citando a William Petty.

⁵⁴ Op. Cit. Marx, Karl. *Contribución*... Pág. 23.

⁵⁵ Op. Cit. Marx, Karl. *El Capital*...Pág. 19.

influyen en la fuerza productiva. Ésta a su vez se ve afectada por: la destreza de los trabajadores, el desarrollo de la ciencia y su nivel de aplicación en la técnica, la organización social de la producción y su eficacia y la condición de los medios naturales. Entonces la magnitud del valor depende del estado de la fuerza productiva, si la fuerza productiva del trabajo útil para crear la mercancía A aumenta, el valor de esta mercancía disminuirá. Y si disminuye su fuerza productiva el valor irá a la inversa.

Hecho el recorrido por los aspectos iniciales de la teoría del valor de Marx, se puede, ahora, trasladar al modo en el que una mercancía pasa de su forma natural a su forma económica. El hecho por que estos objetos sean mercancías es porque poseen dos cualidades fundamentales: son objetos útiles y materializaciones del valor, pero como valores las mercancías no poseen ni un átomo de materialidad. Recordando además, que estos objetos, que son formas sociales provistas de un trabajo abstracto, solo revelan su realidad en una transacción social, al relacionarse unas mercancías con otras⁵⁶. Así Marx procederá a partir desde la génesis de la mercancía para llegar a su forma más acabada e imperante en la sociedad: la forma de dinero. La relación más sencilla del valor es una equiparación de dos mercancías, y desde esta forma parte Marx su análisis.

Supóngase la existencia de dos mercancías, una mercancía A y otra mercancía B. Ahora, compárense estas mediante una ecuación: $A=B$. esto quiere decir; que A vale B, de la misma forma que B puede valer A. No obstante, cada mercancía tiene un papel específico en esta ecuación, A cumple el papel relativo de la expresión y B el papel equivalencial; si A pasa al otro lado de la ecuación los papeles cambiarán, es decir, cuando se cumple el papel relativo no puede serse el equivalencial, y viceversa. A expresa su valor en B, y B sirve de soporte para esta expresión. A cumple un papel activo y B uno pasivo. Todo “el misterio de toda forma de valor reside en esta forma simple. Por eso es en su análisis donde se encuentra la dificultad”. Como se pudo ver, estas formas, la relativa y la equivalencial, son dos aspectos inseparables, pero a la vez, “son extremos opuestos que excluyen recíprocamente, o sea, los dos polos de la misma expresión del valor.”⁵⁷. Ser relativo es poder expresar su valor en cualquier mercancía, pero ser equivalente es sólo servir de soporte de valor de la mercancía que está expresándose.

Para entender la forma relativa de la mercancía hay que prescindir de su aspecto cuantitativo, sólo así podrá entenderse la naturaleza del valor. En este punto Marx acusa a los economistas anteriores a él de hacer totalmente lo contrario, éstos partían de una equiparación cuantitativa sin conocer que para lograr esa equiparación había que reducir las mercancías a un objeto común. Entonces que A y B sean iguales, es decir $A=B$, es porque ambas son expresiones de una

⁵⁶ *Ibíd.* Pág.23.

⁵⁷ *Ibíd.* Pág. 24.

misma magnitud del valor, y aquí reside el fundamento inicial. Al entender que las mercancías son cristalizaciones de trabajo abstracto aun en ellas sólo permanece su carácter útil, el trabajo abstracto es el que permite la equiparación de A y B, pero sólo cuando esta igualdad es dada en la forma relativa y equivalencial, el valor toma forma en las mercancías, una se transforma en el valor y la otra en forma de valor. Por otro lado, la única forma en que las distintas proporciones de estas mercancías cambien es en las cuatro variaciones expuestas arriba (ver supra 1.2).

La forma equivalencial, como se había expresado anteriormente, es la forma que sustenta el valor de la forma relativa. Consideradas como valor todas las mercancías, se había mencionado, son productos del trabajo humano, de esta manera se pueden intercambiar unas por otras. Para el caso de la forma equivalencial, su lugar en la relación es mutar de su manifestación natural a su forma de valor. No obstante hay que tener en cuenta que para hacer esto, la forma equivalencial, no debe presentarse sino como su forma natural: presentarse como un valor de uso como cualquiera ante otras mercancías. Por otro lado, la proporción que se intercambia de estas mercancías no depende de la relación de valor, sino de la duración del trabajo que cada una de estas posea. En esta forma equivalencial reside todo el misterio de la formación del valor, por ello se mencionarán las tres particularidades que con ella subsisten.

Hay que tener en cuenta, primero que todo, que en la relación de valor se oculta un secreto, y que en este secreto los economistas predecesores a Marx han caído: la relación del valor es una relación social, sólo cuando esto se entienda se podrá dilucidar la multiplicidad del Valor. En esta relación social acaece la primera particularidad: **“El valor de uso se convierte en la forma de manifestación de su contrario, el valor”**⁵⁸. Hay que insistir en el hecho de que esto ocurre sólo en la relación social, es decir la mercancía B sean (trigo, papa, lienzo, trajes, etc.), dejan de ser valores de uso y se transforman en valores, pues cada una de estas mercancías separadamente poseen nada más que su forma natural, la de ser objetos útiles.

Cada mercancía posee un trabajo humano, solo por esto son potencialmente cambiables. Como valores de uso toda mercancía posee un trabajo humano diferenciado, pues cada valor de uso es cualitativamente diferente del otro. No obstante en la forma equivalencial el trabajo muta al igual que el valor de uso, he aquí la segunda particularidad **“El trabajo concreto se convierte en la forma de manifestación de su contrario, el trabajo abstracto”**. La uniformidad de los trabajos es la que posibilita la relación de valor, el trabajo humano abstracto permite la equiparación de dos cosas cualitativamente distintas, a unas unidades cuantitativamente iguales. En el mismo sentido se dirige la tercera particularidad. El trabajo humano privado, aquel que se diferencia uno con otro pierde su

⁵⁸ Ibid. Pág. 31.

privacidad en la relación del valor como un desarrollo social. **El trabajo privado que produce cualquier equivalente muta a ser un trabajo social**, y sólo por este medio es que se afirma la posibilidad de un cambio.

El detallado examen realizado por Marx, hasta este punto, ha revelado que es una afirmación falsa el designar a una mercancía como valor de uso y valor de cambio. Lo que se manifiesta en una relación de valor son el valor de uso y objeto de utilidad y el valor. Aisladamente una mercancía no posee sino la virtud de ser un objeto útil y valor de uso, la forma de valor de cambio sólo es posible en una relación social de cambio. “se deduce de nuestro análisis que la forma de las mercancías dimana de la naturaleza de su valor, y no que sean, por el contrario, su valor y su magnitud los que se deriven del modo de expresarlas mediante una relación de cambio.”⁵⁹.

Ahora bien, por más que esta expresión simple del valor des-oculte el misticismo que encierra ante los ojos de los economistas incrédulos, aún le quedan mutaciones que sufrir para llegar a la forma más desarrollada: el dinero. La siguiente etapa es la forma total o desarrollada del valor, en ésta ya no se enfrentan dos mercancías, para nuestro anterior ejemplo x cantidad de A = y cantidad de B donde A expresaba su valor en B, sino se enfrenta ante una gran variedad de ellas, esto es, representa su valor en muchas mercancías: x cantidad de A = y cantidad de B; z cantidad de C; u cantidad de D; etc.

La forma total del valor relativa en esta expresión pone de manifiesto que la serie inacabable de las mercancías en las que se expresa, tienen una forma particular de valor de uso. El valor de la mercancía A seguirá siendo el mismo ya se represente en B, o C, o D, diciendo que el cambio no es lo que regula la cantidad de valor, sino totalmente lo contrario. Por otro lado la forma equivalencial, representada en B, C y D, es una forma equivalencial concreta frente a sus homónimas, pero todas estas en conjunto son materializaciones de trabajo humano concreto, por lo tanto la forma equivalencial se excluye una con la otra. Del mismo modo la forma relativa de esta expresión tiene un sinnúmero de posibilidades de expresión, esto conformando nada más que una suma de expresiones relativas simples. Las dificultades en las posibilidades en el cambio saltan a la vista, por eso la forma del valor debe seguir su transformación a una nueva etapa: la forma general del valor.

En la forma general del valor todas las mercancías han aislado a una misma como forma equivalente, que al mismo tiempo es la que posibilita el desarrollo de la forma relativa, un equivalente general. Entonces las mercancías expresan su valor de una forma simple y común, es decir, una forma general. Las formas anteriores eran las que sociedades primitivas poseían, pero esta nueva forma posibilita la extensión del intercambio a una nueva dimensión. La exclusión de una mercancía

⁵⁹ Ibid. Pág. 36.

como equivalente general es lo que comanda esta expresión del valor. La transformación es significativa cuando “El equivalente general no tiene ninguna forma relativa común con las otras mercancías. La forma desarrollada del valor relativo, forma II (forma total o desarrollada del valor), se presenta aquí como la forma específica en que el equivalente general expresa su propio valor.”⁶⁰. De esta manera el dinero con su “monopolio social” es el que la sociedad ha caracterizado como el equivalente general, dando paso a la última forma del valor: forma moneda o dinero. Y en ésta forma no hay diferencia alguna con su predecesora, el cambio sustancial es que la mercancía A ha sido reemplazada por la mercancía dinero.

“La dificultad existente en el concepto de la forma de dinero reside simplemente en comprender la forma de equivalente general, es decir, la forma general del valor, forma III. Ésta se reduce a la forma desarrollada del valor, la forma II, cuyo elemento constitutivo es la forma I:

2º metros de tela = 1 traje, o bien, x mercancía A = y mercancía B.

La forma simple de la mercancía es, por consiguiente, el germen de la forma dinero.”⁶¹.

Si bien hasta este punto quedó esquemáticamente expuesta la teoría marxista del valor, resta un hecho fundamental por mencionar: el fetichismo. En su forma natural, la mercancía, no es más que un objeto útil. Cuando el panadero hace el pan éste representa sólo una satisfacción de la necesidad de hambre, por lo tanto el pan tiene un uso determinado. Al tener uso el pan es potencialmente apetecido por otro, entonces se transforma en un valor de uso. Del mismo modo, luego de alienarse en un proceso de mercado, el pan al ser valor de uso es un valor de cambio potencial, pero este valor de cambio sólo se da es una relación social determinada. El valor de cambio es la forma del valor, luego el valor sólo puede manifestarse en una relación social de cambio. El pan es intercambiado por una moneda, que es la expresión formalizada de la forma de valor, pero la moneda no deja de ser otra mercancía más; pero la moneda es la que representa el precio, por lo tanto el precio se cree que es el fundamento de las mercancías y no el valor. Por consiguiente se cree en la economía que el precio es el que determina el valor y no el valor el que determina el precio⁶².

“Es evidente que la actividad del hombre transforma los materiales suministrados por la naturaleza con objeto de hacerlos útiles; por ejemplo, la

⁶⁰ *Ibid.* Pág. 43.

⁶¹ *Ibid.* Pág. 45.

⁶² En este sentido es menester mencionar la diferencia que establece Marx entre la economía y economía política: “(...)entiendo por economía política clásica toda economía que, a partir de William Petty, intenta penetrar en el conjunto real e íntimo de las relaciones de producción de la sociedad burguesa, por oposición a la economía vulgar, que no pasa de las apariencias, rumia constantemente, en su propio interés y para vulgarizar los más groseros fenómenos, los materiales elaborados por sus predecesores y se limita a erigir en sistema de un modo pedantesco y a proclamar como verdades eternas las ilusiones con que gusta al burgués poblar su mundo: el mejor de los mundos posibles.”. *Ibid.* Nota al pie de página (1) Pág. 45.

forma de la madera si con ella hacemos una mesa. Sin embargo, la mesa sigue siendo madera, una cosa corriente y que se aprecia con los sentidos. Pero cuando se presenta como mercancía, ya se trata de algo completamente distinto. Como es a la vez inteligible e ininteligible, no le basta con asentar sus patas en el suelo; levanta su cabeza de madera frente a las demás mercancías y se entrega a caprichos aún más extravagantes que si se pusiera a bailar.”⁶³.

Esta propiedad sobrenatural de la mercancía tampoco deviene de los determinantes del valor. Entonces, pregunta Marx, “¿De dónde proviene, entonces, el carácter enigmático de producto del trabajo, tan pronto como reviste la forma de mercancía? La respuesta es sencilla, de la misma forma revestida, es decir, de la forma mercancía proviene el misterio. El misticismo, que parece deviene como de las profundas tinieblas del mundo religioso, se presenta sólo cuando hay un carácter social envolvente en la relación de los objetos útiles. Lo físico de la mercancía no se afirma en esta relación, “la forma de valor y relación de valor” son propiedades que no contienen ni una mínima parte de la naturaleza física de las mercancías.

Todos los trabajos privados de cada productor producen un objeto útil potencialmente cambiante, al conjuntarse estos objetos útiles mediante el trabajo humano como magnitud del valor transforman el trabajo privado a uno social. Estas relaciones sociales de los productores afirman el carácter privado de sus trabajos mediante los límites de la relación de cambio, como división del trabajo social. Entonces, las relaciones de cambio afirman una relación directa entre los productos de los trabajos, y de forma indirecta entre los productores. En este sentido es que se asegura que las relaciones sociales de cambio que aparecen, no tiene lugar por parte de las personas sino más bien relaciones de cosas.

En este sentido la transformación originada por Marx en el pensar Económico, Histórico y Social, es de una gran envergadura. El hombre que ha nacido en la modernidad, el burgués, que ha creído superar las etapas oscuras de la humanidad está igualmente engañado. El Dinero, la máxima expresión del valor en la época, no es sino otra mercancía fetichizada, y con mayor consideración una mercancía que oculta las relaciones sociales, de un modo mágico, que se encuentran tras de ella. Recuérdese que Smith ya había mencionado que el dinero era poder, pero el dinero también oculta en la relación de intercambio. El *desocultar* doble que acaece en el análisis del valor en Marx es: en un sentido desoculta que detrás de las relaciones de intercambio hay unas relaciones sociales que fundamentan la sociedad actual; por otro lado, demuestra que el dinero es la máxima expresión del ocultamiento, pero también del poder, es decir, el dinero también oculta el poder. Por lo tanto detrás de la teoría del valor en Marx se encuentra un desenmascaramiento en las relaciones modernas de poder. Con un ejemplo del maestro Zuleta quizá pueda aclararse esto de una mejor forma:

⁶³ Ibid. Pág. 46.

“(…) el valor de las mercancías, parece ser algo que le está adherido a la mercancía misma y no se ve que procede de un tipo de relaciones sociales que conservan el **poder** sobre el trabajo, pasado y actual, en forma de cambio y salario; sobre el trabajo social a través de la propiedad de las cosas, lo cual hace que las cosas tengan un valor. (...) La tierra no produce rentas, ¡que va!, la tierra produce matas, lo que produce renta son las relaciones de propiedad de la tierra cuando una gran parte de la sociedad no la tiene y sólo unos terratenientes la tienen, es entonces cuando la tierra produce rentas; el capital no produce utilidades, si por capital entendemos un conjunto de máquinas, eso no hace más que mejorar la productividad del trabajo directo, es la propiedad de esas máquinas, cuando los otros necesitan vender su fuerza de trabajo por un salario, lo que sí produce utilidades, etc.”⁶⁴.

⁶⁴ Op. Cit. Zuleta, Estanislao. *Arte y Filosofía*. Pág. 106. La cursiva y negrita no es del original.

2. VALOR SIGNO: APORTES A LA TEORÍA DEL VALOR

El precio no soporta la realidad en el intercambio. Como se ha visto el Valor acoge los requisitos para entender este fenómeno, en tanto existe como una relación social. Mientras el precio se rige bajo unas aparentes “leyes naturales” en las que se encuentran determinado el comportamiento humano y social como algo universal, el Valor se rige bajo parámetros cambiantes que dependen del espacio y la temporalidad. El precio puede dar un carácter de veracidad en el movimiento económico de las relaciones sociales, pero nunca podrá acentuar una esencialidad. El Valor acoge las relaciones sociales, que son múltiples, y por lo tanto así es su carácter; además en él se encuentra inmerso el *poder* quien es la guía de las múltiples relaciones sociales.

2.1 El Valor-*Status* como fundamento de la diferenciación.

Dentro de las relaciones de Valor el hombre es un ser sujeto a las instituciones imperantes, o así al menos lo entendía Thorstein Bunde Veblen. Este controvertido pensador quien figuró en el panorama de distintas universidades estadounidenses, entre ellas la de Chicago⁶⁵, de finales de siglo XIX e inicios de siglo XX, hizo un aporte considerable al estudio de la sociedad con su obra cumbre: (The Theory of leisure class) *Teoría de la clase ociosa* (1899). En ella, se pretendía estudiar los patrones principales que llevan a la clase de la alta burguesía a realizar un ocio y consumo ostensible. Aunque su marco contextual ha caducado, dado que su preocupación recaía sobre la sociedad de principios de siglo XX, su fuerza explicativa ha dejado un importante legado a las ciencias humanas para el estudio de la sociedad de consumo.

Los principios básicos de la sociedad constituida jerárquicamente y con tendencia preferencial al despilfarro son: la propiedad privada y una tendencia a la depredación. En este punto hay que mencionar dos influencias relevantes en el pensamiento vebleniano: por un lado el socialismo y su interés por Marx, por el otro la aplicación del darwinismo en la sociedad como método dinámico en contraste con la economía aplicada. De esta forma se fundamenta la institución⁶⁶ de la clase ociosa, donde comienza a establecerse la diferenciación social y la función del *status* como fuerza de coacción sobre las demás clases. Además, como asegura Veblen, es un paso de una actitud pacífica de la sociedad hacia una belicosa.

⁶⁵ La universidad de Chicago se ha destacado por sus numerosos premios Nobel, entre ellos el gran número para la economía, pues allí se encuentra la cuna del estudio ortodoxo y neoliberal.

⁶⁶ Institución debe entenderse aquí como el marco cultural, político, religioso, económico de una sociedad determinada, las instituciones son las que permiten entender al hombre en su relación social. Esto para contrastar su nueva interpretación desde la economía: el Neoinstitucionalismo, que aunque sea una rama muy diversa, predomina el entendimiento de la institución como “las reglas de juego” en una economía.

Desde los estadios tempranos de civilización humana la jerarquía se ligaba estrechamente con el *status*. Las clases más nobles de las civilizaciones se diferenciaban en sus actividades laborales con los menos agraciados. Las clases altas se eximían de las labores industriales, mientras las más bajas se dedicaban exclusivamente a ellas. Labores gubernamentales, religiosas, deportivas y de guerra son las que ostentaban *las hazañas* de las clases superiores, mientras los inferiores transformaban la materia y no representaba proeza alguna. En el estadio “superior” de desarrollo cultural, las labores entonces deben clasificarse, también, entre las industriales y no industriales, y de aquí la diferenciación de las clases⁶⁷. Para entender el hecho de la distinción propuesta por Veblen hay que tener en cuenta el principio regulador del mismo. Veblen asegura que en el estadio bárbaro de la civilización, donde empieza a surgir la clase ociosa, hay una distinción valorativa entre lo “bruto” e “inanimado” y lo “animado”; de aquí se deriva el esfuerzo encaminado a la industria, que transforma lo “inanimado”, y la hazaña que es un esfuerzo que se encamina a los propios fines del agente.

Paso a paso, y sin ser mencionado en su texto principal, Veblen se conduce por lo que puede considerarse un replanteamiento de los cimientos de la teoría económica. Hasta éste punto se puede observar un contraste fundamental entre los principios que rigen una división social del trabajo. La *división del trabajo ordinaria* propuesta por Smith mencionaba que todo esfuerzo en la actividad industrial estaba encaminado a reducir el tiempo necesario de producción de un determinado bien, la productividad es el garante de toda sociedad avanzada. Por otro lado, la *división del trabajo compuesta* entiende el otro carácter que rige la división del trabajo y que la teoría clásica de la economía no ha mencionado; ya no es sólo la actividad encaminada a fines productivos, sino también es el *status* que representa la hazaña lo que da carácter a esta división.

Entonces, no sólo se genera división del trabajo para reproducir el capital implementado en un proceso productivo, la *división* también se piensa para potenciar la función social del *status*. El proceso económico en el actual estadio de civilización, no puede cumplir sólo la función de acumulación de capital en un sentido personal, la diferenciación proviene de las adquisiciones que con este dinero se provean. La ampliación de la masa pecuniaria es el móvil de diferenciación social más que sólo una actividad económica. La distinción social, o diferenciación, es en este sentido “pacífica”⁶⁸ y por ello la clasificación de este

⁶⁷ Véase capítulo introductorio de: VEBLEN, Thorstein. *Teoría de la clase ociosa*. México. Fondo de Cultura Económica. 2005.

⁶⁸ La palabra “pacífico” designa diferentes propiedades y por eso debe tenerse en cuenta su función en cada contexto. Veblen asegura que la cultura salvaje es pacífica en el sentido de que ahí la depredación no marca la tendencia de la conducta social al no existir abundantes medios económicos para apropiarse. Por otro lado, la actual sociedad, o el estadio de civilización moderna es pacífica en el sentido de que la propiedad privada y la depredación son socialmente aceptadas

estadio de civilización social. A diferencia de los estadios anteriores, donde la distinción se marcaba por la hazaña que producía la captura y depredación por la fuerza, en el último estadio la diferenciación, a pesar de provenir igualmente de la depredación y la captura, es socialmente aceptada y no genera enfrentamientos directos entre las personas.

Si hasta este punto ha quedado descrito el proceso por el cual la civilización tiende a la apropiación como función social de *status*, aún falta mencionar los móviles humanos que caracterizan el movimiento hacia este fin determinado. El primero de ellos es el instinto del trabajo eficaz (*Workmanship*), este instinto, según Veblen, es desarrollado por todo hombre ya que tiene una actividad impulsora o “teleológica”, encaminada en la búsqueda de un fin impersonal u objetivo. “Por el hecho de ser tal agente tiene gusto por el trabajo eficaz y disgusto por el esfuerzo fútil.”⁶⁹. Sin embargo, para Veblen, éste móvil es el que puede conducir al hombre a fines realmente productivos y salir de los determinantes ociosos de la sociedad. Pero la cotidianidad aniquila este principio “constructivo” con la adhesión de otro destructivo como es la *emulación*. Con esto, todos los esfuerzos eficaces se exteriorizan hacia la consecución de hazañas, y de esta manera la sociedad se encamina a diferenciar los trabajos que no poseen dignidad alguna. Aquellos esfuerzos que no poseen dignidad alguna, esfuerzos de trabajo industrial, generan odiosidad entre quienes desempeñan las mismas labores, es decir, hay un doble desprecio, por un lado el desprecio social que ve en aquellas labores algo indigno, y por otro lado el desprecio personal que hace presentar este trabajo como un *tedio* por la misma indignidad que representa.

Para explicitar de una mejor forma el punto anterior se ha de esquematizar los puntos principales, mencionados por Veblen, que conllevan a que el hombre tienda al *esfuerzo útil* y considerar al trabajo como un tedio o fastidio, en lugar del trabajo útil. Realizando un análisis evolucionista de la transformación de los hábitos de la civilización humana occidental, Veblen enseña lo que llevó a considerar al trabajo como un fastidio y ser éste mismo un sinónimo de distinción⁷⁰. Al igual que el resto de animales, el hombre posee hábitos y tendencias, pero la diferencia radica en que el hombre posee, además, la capacidad mental de asimilarlos y realizar una acción de selección. Pese a esto, el hombre no es la criatura que contiene la mayor fuerza en toda la naturaleza, por ello para lograr el dominio de las demás especies y posicionarse en lo más alto desarrolló instrumentos y la técnica. Entonces, estos dos puntos son de los que derivará la hipótesis vebleniana la cual menciona que el hombre no pudo llegar a

y rigen como normas conductuales de los seres humanos. Por ello la pacificidad actual debe entenderse en el eufemismo de la belicosidad y depredación que abunda en la actual civilización.

⁶⁹ *Ibíd.* Pág. 23.

⁷⁰ VEBLEN, Thorstein. “El Instinto de trabajo útil y el fastidio del trabajo”. En: Revista Española de Investigaciones Sociológicas. No 86 (Abril-Junio, 1999). Pp. 343-354. *The Instinct of Workmanship and the Irsomeness of Labor*, publicado originalmente en *The American Journal of Sociology*, vol. 4, 1898-1899, pp. 187-201.

la cima, si desde el inicio la depredación y el egoísmo fueren sus móviles de conducta.

La lucha por la supervivencia requería de un gran esfuerzo, por ello el hombre no podía imponer inicialmente su interés propio, como goza de afirmar la teoría económica convencional, sobre el de la comunidad. En la comunidad salvaje, dice Veblen, el hombre tiende al trabajo eficaz (es lo mismo que trabajo Útil) como soporte para la supervivencia y desarrollo de la especie; el trabajo eficaz ha acompañado al hombre desde un inicio, y la ayuda mancomunada con sus congéneres ha permitido su vasto desarrollo. Pero el cambio de un estadio salvaje a uno bárbaro conlleva cambios significativos. Consolidado el dominio humano la guerra ya no es contra los medios de supervivencia y las demás especies, sino se traslada a una guerra entre hombres. Todo trabajo eficaz es base de una estima del hombre, pues éste aprecia el esfuerzo útil y rechaza el esfuerzo fútil, entonces socialmente la comunidad tratará de emular lo que es provechoso y útil para todos. Ahora, en la fase bárbara donde los medios de supervivencia se han hecho abundantes, la estima se hará sobre una base envidiosa. El trabajo útil seguirá permaneciendo dentro del hombre pero con un cambio importante, ya no se propenderá a realizar actividades encaminadas a proveer cosas útiles, la actividad que traerá un aprecio o desprecio será la hazaña, por ello no se referirá a un trabajo útil sino a un esfuerzo útil. Del mismo modo la emulación no se realizará bajo la anterior estima social, sino que propenderá a la comparación envidiosa y la hazaña como los hábitos de la sociedad. Bajo estas consideraciones es que empieza a surgir la clase ociosa como institución coactiva de la sociedad, donde el trabajo industrial o creador de objetos se convierte en fuente de desprecio y tedio o fastidio.

La vinculación de distintos caracteres, como: el psicológico, el social, el económico, etc., en la teoría económica, marca una diferenciación en el aporte que Veblen hace al entendimiento del trabajo. El trabajo no sólo debe presentarse como la vinculación del hombre en un proceso económico. Existen múltiples determinantes por el cual deben desempeñarse una función en el sistema económico, el trabajo no sólo se encamina como el medio por el cual debe conseguirse otros medios económicos de subsistencia, sino también cumple una función en las relaciones sociales. El carácter industrial del trabajo es insatisfactorio y por lo tanto se tiende a la emulación, en cuanto más se puedan obtener medios de satisfacción social y psicológica menos tediosa será la labor cumplida. No obstante la emulación requiere que, en lo posible, se abandone el trabajo industrial y pase a ser parte de la gran clase ociosa. Esto es notablemente distinto al entendimiento del trabajo por parte de la teoría económica clásica, donde el hombre es una parte de la función de producción de mercancías, es decir, el hombre es un factor productivo del sistema económico.

Entonces, el proceso de eficacia industrial de cada una de los estadios de civilización humana ha generado un mejoramiento en la consecución de medios

de subsistencia. Esto ligado al principio de propiedad privada, que se cimienta desde la cultura bárbara, ha dado lugar a la lucha por la apropiación de los bienes en grandes proporciones, y así para cumplir los fines que salen de la esfera de la satisfacción física de las necesidades. Bajo estas condiciones debe entenderse que la propiedad no surge precisamente de un incentivo a la subsistencia, sino más bien a la depredación, “La propiedad nació y llegó a ser una institución humana por motivos que no tienen relación con el mínimo de subsistencia.”⁷¹. De este modo es que puede operar un sistema de hazañas, tanto en las fases “bárbaras”, como en la fase “pacífica”.

En las fases bárbaras de la civilización, donde ya estaba establecida la apropiación y el *status* como institución coactiva de hombres a hombres, la propiedad era representada como un trofeo de una incursión exitosa. La distinción, en este sentido, que procuraban los trofeos era entre el poseedor y el enemigo desposeído. Del mismo modo, también procuraba una distinción con sus vecinos menos afortunados gracias a la utilidad que generaban los objetos obtenidos por la hazaña. De esta manera, a medida que avanza la sociedad y a propiedad privada se hace consistente como institución reguladora de la vida social, la base de la comparación valorativa de las personas cambia sustancialmente. En la fase “pacífica” de la civilización “las posesiones empiezan a ser valoradas no tanto como demostración de una incursión afortunada, cuanto como prueba de la prepotencia del poseedor de esos bienes sobre otros individuos de la comunidad.”⁷². La actividad de acumulación es la que suplanta a la actividad depredadora “bárbara”, entonces la riqueza comienza a establecerse como la base de estima y reputación ante la sociedad.

La transformación de mayor trascendencia en este punto es la estima que se le atribuye a la riqueza. Como se ha conocido, el Valor es producto de unas convenciones sociales determinadas, estableciendo las coacciones que han de regir las distinciones económicas, en el valor económico, y sociales en este punto. El Valor es para Veblen una función social de distinción. La distinción está determinada por el *status* y por ello el valor es: un Valor-*Status*. No obstante éste valor-*status* está regido por una determinación económica-social. La Riqueza ya no es sólo la acumulación de bienes materiales, ésta cumple una **función meritoria por sí misma** en el estadio “pacífico” de la sociedad. Pero las relaciones sociales que han permitido este estado de cosas son los dos fundamentos de la clase ociosa, propiedad y depredación, además la capacidad de producir excedentes gracias a los avances tecnológicos industriales han fomentado estos dos principios. Por otro lado, la emulación, en el sentido del esfuerzo útil, es la que permite reproducir el círculo vicioso en el cual todo ser

⁷¹ Op. Cit. VEBLEN. *Teoría...* Pág. 33.

⁷² *Ibid.* Pág. 34.

humano tiende a los fines útiles pero que no generan objetos útiles, la propensión a dejar a un lado el instinto de trabajo eficaz⁷³.

La economía política clásica advertía que una mercancía era riqueza por su posesión y valor por su producción. No obstante, separaba estas dos categorías inmanentemente, la riqueza es lo que se pueda gozar de cosas necesarias y gratas para la vida según la definición de Smith, por otro lado “el valor depende de la facilidad o dificultad de su producción”⁷⁴. En un capítulo agregado a la tercera edición de los *Principios de Economía Política y Tributación*, Valor y Riqueza sus propiedades distintivas, Ricardo expone las diferencias entre estos dos términos, en un debate contra Jean Baptiste Say. Si dentro del marco del valor-económico esto tiene una validez, en el nuevo presupuesto de que la mercancía también es valor-*status* ya no la tendrá. La mercancía es riqueza y valor, pero en el primer presupuesto éstos son dos polos opuestos, en el segundo presupuesto la riqueza seguirá siendo una acumulación pero el Valor tiene doble apariencia, valor-económico y valor-*status*. El valor-económico seguirá su mismo rumbo, ser valor al ser producto de la comparación gracias al trabajo humano abstracto. Ahora, el valor-*status* que también proviene de las convenciones sociales que permiten que la riqueza atribuya una nueva valoración a la mercancía, ya no sólo la de ser un objeto útil para el hombre, sino la de ser un objeto de diferenciación. La crítica de Veblen a la teoría del valor-económico se dirige a la parte olvidada, al valor de uso. De esta forma la riqueza obtiene un doble sentido: ser acumulación y diferenciación; el Valor también obtiene un doble entender: ser valor-económico y valor *status* gracias a la riqueza.

El Valor adquiere un nuevo nivel en las relaciones sociales de intercambio. Ya no es sólo el fetiche que oculta un entramado de relaciones y atribuye un valor-económico propio a las mercancías, sino que las relaciones en un sistema económico, en el cual imperan los dos principios mencionados por Veblen, producen una nueva función al Valor: la de distinguir socialmente. Como puede observarse, el valor-*status* al brindar una nueva utilidad social en la relación de Valor, el fetiche es aún más evidente pero menos visible. Las conductas sociales se encaminan en la consecución de valores-*status* cada vez más abundantes, es decir una gran acumulación de riquezas que brindan la posibilidad de categorizar al poseedor entre los “nobles”. Al mismo tiempo brinda la tranquilidad mental de poseer tanto como los demás y en algunos casos, ¡por que no!, más.

Con todo queda aclarar de una mejor forma el concepto de valor para Veblen, aquí llamado valor-*status*. Esta aclaración vale por el hecho de que el texto original, en

⁷³ Debe entenderse, en este punto, la distinción realizada entre el trabajo eficaz y el esfuerzo útil o eficaz. Para Veblen “Este instinto del trabajo útil se sitúa manifiestamente en completa contradicción con la convencional antipatía por el esfuerzo útil. Los dos se encuentran en total disonancia en el ordinario gobierno de los hombres.” VEBLEN, Thorstein. “El Instinto....” Pág. 345.

⁷⁴ Op. Cit. RICARDO. *Principios...* Pág. 205.

inglés, maneja distintas palabras para designar una misma cosa. Es aceptado que el Valor en su carácter multiforme tiene el denominador común de ser una relación social. Para el valor-económico se vio cómo es un proceso de designación social para las mercancías. Ahora, el valor-*status* es un proceso de designación social para las mercancías y para las personas. Ambos tienen el mismo referente pero distinta designación, uno se dirige hacia los objetos y el otro a los objetos y sujetos. Además, debe hacerse notar el sentido de las palabras con las cuales designa Veblen el concepto de Valor.

“In making use of the term **"invidious"**, it may perhaps be unnecessary to remark, there is no intention to extol or depreciate, or to commend or deplore any of the phenomena which the word is used to characterise. The term is used in a technical sense as describing a comparison of persons with a view to rating and grading them in respect of relative **worth or value** -- in an aesthetic or moral sense -- and so awarding and defining the relative degrees of complacency with which they may legitimately be contemplated by themselves and by others. **An invidious comparison is a process of valuation of persons in respect of worth.**”⁷⁵.

La última oración podría traducirse como: Una comparación odiosa, comparación valorativa según la traducción del FCE, (*invidious comparison*) es el proceso de valoración (*valuation*) de las personas respecto a su valía (*worth*). El valor (*value*) en el sentido económico es equiparado con la valía (*worth*) o valor como virtud (*proweess*)⁷⁶, esta última palabra se ajusta de una mejor forma al sentido que trata de evocar el autor. Entonces valor o el conjunto de *value* y *proweess* deja de ser una designación a lo cosa y se traslada a lo sujeto, al hombre. La comparación es valorativa (*invidious*) cuando designa el valor correspondiente de cada persona, y éste sólo lo procura la riqueza o acumulación del valor-*status* proveído por las cosas. La cosa decía Marx parecía tomar vida propia, ahora la cosa, o mercancía en este caso, se adhiere al hombre y lo señala por convención social entre noble o

⁷⁵ VEBLEN, Thorstein. *The theory of the leisure class*. Oxford, Gran Bretaña. Oxford University Press. 2007. Pág. 27. La negrita no es del original. Su traducción al castellano podría ser:

“Haciendo uso del término “odioso”, puede ser innecesario remarcar, no hay intención de exaltar o depreciar, o elogiar o deplorar cualquier fenómeno que con esta palabra sea usado para caracterizar. El término es usado en un sentido técnico para describir la comparación de personas con el objeto de ubicarlas o clasificarlas respecto a su valía o valor – en un sentido estético o moral- para el consentimiento y la definición de los grados relativos de la complacencia con los que legítimamente puede ser contemplado por ellos mismos y por otros. Una comparación odiosa es el proceso de valoración de las personas respecto a su valía.”

La traducción es propia y trata de remarcar su diferencia con la del FCE, en cuanto la comparación es odiosa, resaltando el sentimiento humano que hace surgir el valor-*status*.

⁷⁶ *Prowees* traduce valentía o valor de una persona frente a un acto. Esta palabra es usada por Veblen en el artículo *The Instinct of Workmanship and the Irksomeness of Labor* o El instinto del trabajo útil y el fastidio del trabajo citado páginas arriba.

innoble, estableciendo la jerarquía social y las formas de coacción. El fetichismo por la mercancía toma una nueva forma y hace más evidente que en él las relaciones de poder es lo que se oculta.

En este nuevo entendimiento el poder adquiere una nueva forma. Anteriormente las relaciones de poder producían un valor-económico en las mercancías. Asimismo, las relaciones de poder producen, también, un valor-*status*. La posesión de estos valores son motivos para acumularlos, lo que se acumula detrás de los valores es el *poder*. “El **poder** conferido por la riqueza proporciona otro motivo para acumularla”⁷⁷. El esfuerzo útil mencionado por Veblen se encamina a la consecución del poder y de manifestarlo, no hay otro motivo que origine a este principio humano. “Poner de manifiesto la evidencia del poder, en lugar de conseguir un fin impersonal por sí mismo simplemente como artículo de uso humano, se convierte en el fin inmediato del esfuerzo”⁷⁸.

Visto de este modo, el poder es el medio por el cual se llega a la manipulación del hombre. Aquí cabe el viejo y conocido refrán *entre más se tiene más se quiere*, y este hecho solo se produce cuando se pretende ocupar un lugar en la sociedad que muchos llaman “privilegiado”. El valor-*status*, representa un medio para escalar una posición, para hacer sentir a quien lo posee superior a los otros y para aparentar bienes en una escala considerada ostentosa. Entonces, debe dejarse claro que primordialmente el poder es el que genera Valor en los objetos, pero al mismo tiempo los objetos poseídos representan y reproducen el poder ostentado. El poder se convierte en el fin perseguido, pero, también, en el medio de coacción.

Sin embargo, esto no es una tarea fácil como puede aparentar para algunos, la consecución de poder conlleva unos medios prácticos que tan sólo unos pocos pueden cumplir, estableciendo de este modo las jerarquías sociales. Los dos modos de presentar el alto *status* ante la sociedad son: el ocio ostensible y el consumo ostensible. Los hombres de hazaña deben practicar estos dos ejes fundamentales para la consecución del status, siendo el ocio el primero de ellos que debe apuntarse como muestra de superioridad.

Ya se había apuntado que el trabajo como modo industrioso de labor humana no posee ni un solo rasgo de hazaña en su desempeño, por eso es indigno y se relega su funcionamiento a los sectores más bajos de la sociedad. Siendo así, entre menos se encuentre una persona inmiscuida en estas labores, mayor será el rango social que ésta ostente. El ocio es una muestra de respeto y superioridad pecuniaria, la exhibición de la riqueza y el poder por este medio son un principio de la clase ociosa. De esta forma dos son los móviles del ocio ostensible, por un lado es la indignidad propia del trabajo industrioso, por otro lado ser una muestra de una capacidad pecuniaria que representa el éxito de la persona. El ocio es en

⁷⁷ Op. Cit. VEBLEN *Teoría...* Pág. 39. Negrita y Cursiva no es del original.

⁷⁸ Op. Cit. VEBLEN. “El instinto de trabajo...” Pág. 351.

este sentido gastar el tiempo en actividades no productivas industriosamente, mas se puede dedicar el tiempo a actividades ociosas como el perfeccionamiento de los modales.

El ocio, entonces, puede dedicarse a desempeñar tareas que perfeccionen el sentido de ser honorable. Los modales son un ejemplo fehaciente del modo como puede demostrarse la reputación que se ostenta. El tiempo dedicado a este tipo de actividades sólo puede desarrollarse a medida que la persona se aleje del trabajo industrioso, es decir, a medida que su nivel pecuniario ascienda y le permita disponer de un mayor ocio. Entonces, la labor de adquirir modales, hábitos y gustos refinados se convierte y obtiene una utilidad *per se*, la de ser digna y meritoria. La hidalguía de la persona se mantiene cuando existe una “buena educación” y se emplea bastante tiempo para sostenerla, esto, de la misma manera, discrimina toda persona que no puede adquirirla dado que su tiempo se emplea en el trabajo eximiéndola de dos modos: por cumplir con una labor indigna y por no poseer tiempo suficiente (ocio) para adquirir la hidalguía.

Pese a esto el ocio no es una labor que pueda desempeñarse por sí sola, basta con un poco de ayuda para desplegar cabalmente su función. Existe una subcategoría del ocio que es la encargada de, por un lado servir de muestra del ocio que se ostenta, y por otro lado cumplir labores que el amo no debe desarrollar. Tanto esposa como criados constituyen la subclase llamada por Veblen: ocio vicario, esta subclase son personas económicamente no libres y que prestan una doble utilidad para su amo. Esto se deriva de los rasgos culturales de propiedad, arriba mencionados, del hombre con tendencia a dominar: 1) una tendencia al dominio y la coacción, 2) una demostración de proeza de las posesiones y 3) la utilidad de esas posesiones. Debe hacerse notar, que esta subclase ociosa vicaria entra en ésta categoría por realizar trabajos no productivos económicamente, sus esfuerzos se encaminan a labores de sostenimiento de prestigio más que de creación de utensilios. Así Veblen resalta que las razones para sostener el servicio doméstico son: 1) que se está muy ocupado en los “deberes sociales” para realizar tales tareas, es decir, debe practicarse un ocio notorio ante la sociedad; 2) que el consumo ostensible ha hecho la vida tan engorrosa que sus derivados como: guardarropas, antigüedades, muebles, habitaciones y alimentos, deben consumirse con la ayuda de otras personas.

Siguiendo este orden de ideas se presenta, en este punto, el otro medio práctico para la demostración de riqueza y poder: el consumo ostensible. Como su nombre lo indica es el consumo dirigido a demostrar el elevado *status* de quien lo practica. Esta clase consumo expande ilimitadamente la gama de bienes que deben suplir las necesidades humanas, ya no se concentra en los bienes básicos alimentarios y de seguridad que requiere el humano, sino como su función es de significación ante la sociedad se incluye todo bien que represente socialmente una muestra de *status* del consumidor, entiéndase por ellos: coches, casas lujosas, bebidas alcohólicas finas, comidas extravagantes, narcóticos, etc... El consumo ostentoso

distingue notoriamente las clases, mientras las más bajas se esmeran en conseguir el consumo básico, la clase ociosa se esmera por derrochar el máximo, siendo un derroche útil en significación, un esfuerzo útil.

Debe notarse que el consumo de objetos para el señor deben ser los de mejor calidad, esto es un signo de prestigio cuando es diferenciador de los demás por el monto pecuniario que lleva consigo. Entonces, consumir un vino de una reserva especial a un vino común y corriente lleva una función de prestación distintiva para la persona que lo consuma, diferenciando notoriamente con la clase servil. Del mismo modo funciona con los narcóticos, aunque pueda consumirse en clases más bajas, los narcóticos más exóticos y extravagantes son de exclusividad del señor y en ocasiones de su acompañante femenino. El consumo de objetos triviales y de poca prestación distintiva es función de la clase ociosa vicaria, el consumo vicario sólo funciona como muestra de un gasto (derroche) ostentoso. En las clases más bajas pero pudientes de un consumo ostentoso, ésta función es de especial desempeño por la esposa, ésta es la encargada de representar el estandarte del *status* que se goza cuando se demuestra un derroche o consumo ostentoso.

Como si de una premonición se tratara, Veblen menciona que existen, además del consumo ostentoso y vicario, diversos lugares que frecuentan las personas para dar muestra de su *status*. Estos lugares deben tener la característica especial de ser frecuentado por una gran cantidad de personas desconocidas y un punto común de encuentro entre la comunidad. Para Veblen eran los teatros, las iglesias, los parques, las tiendas, pero nótese que actualmente podrían incluirse lugares como los centros comerciales y las discotecas, entre otros que han emergido en la actualidad dado que cumplen los requisitos. Esto contiene como finalidad dar muestra de la capacidad de derroche y mantener una firmeza ante la comunidad y la satisfacción consigo mismo.

En estos términos es de apreciar que el consumo ostensible tiene una mayor potencialidad efectiva que el ocio ostensible. El ocio es un medio de mantenimiento del *status* por medio del decoro que impone las actividades allí desarrolladas, es un punto importante pero efectivo en su mayor parte entre las clases elevadas. Mientras el consumo ostensible es un medio de demostración en una escala superior al ocio, puesto que su exhibición comunal hace que el efecto entre la masa se multiplique y genere una mayor satisfacción al portador. El consumo ostentoso es un medio un tanto menos decoroso pero mucho más efectivo cuando se trata de demostración del *status*, poniendo de manifiesto que el goce que se realiza por derrochar en el consumo de objetos acrecienta la exhibición de la fortaleza pecuniaria y de los valores-*status* de los mismos y de las personas.

Para la teoría económica en cuestión, en especial la ortodoxa, el gasto en bienes de consumo sea ostentoso o no es igualmente legítimo, dado la frontera de

posibilidades del consumidor y sus preferencias. La cuestión es, y ahí gira un punto de crítica realizado por Veblen, si la economía tiene como propósito incrementar el bienestar de las personas cómo puede considerar al derroche como una actividad normal de consumo. Veblen enseña cómo el derroche no es una actividad encaminada a mejorar el bienestar de las personas y por lo tanto es un gasto improductivo desde el mismo punto de vista económico. Pasando por esta etapa se puede mencionar que ahí donde la teoría económica fracasa es donde se puede dar un salto a la *crítica de la economía política del signo*.

2.2 La Teorización del Valor/Signo

La sociedad que Veblen alcanzó a teorizar dio un salto importante. Luego de la gran crisis del 29, prevista en los tratados de Veblen, que afectó profundamente la economía mundial, se necesitaba de soluciones efectivas dado que el fantasma del comunismo asechaba las economías occidentales. El PIB mundial cayó en un 20%; el comercio internacional disminuyó un 60% entre 1929 y 1932; aumentó significativamente el gasto del gobierno con relación al PIB en las principales economías mundiales. Para contrarrestar estos efectos los Estados asumen una política intervencionista de modo tal que se evite el contagio de las perturbaciones económicas extranjeras, con esto y los efectos económicos de la Segunda Gran Guerra la economía mundial creció en su producción entre un 5,3% y 9,4% entre 1950 y 1973⁷⁹. Caracterizando someramente los cambios económicos de la época, podría agregarse que para este mismo periodo, los años 30's, se consolida la industria norteamericana del entretenimiento audiovisual: *Hollywood*, comenzando a exportar toda una gama de bienes culturales que rápidamente se acogieron en mercados europeos y latinoamericanos, constituyendo el triunfo del eje dominante sobre la cultura⁸⁰.

El Estado de Bienestar (*Welfare State*) generado luego de la gran crisis pretendía acabar de una vez por todas, con su recetario de políticas económicas de corte keynesianas, el subconsumo que producía la economía liberal que tanto se defendía para ese entonces. La demanda efectiva era la tarea de las políticas económicas, dado que potenciándola el nivel de consumo incrementaría, y esto se lograría siempre y cuando el Estado incentivara las políticas fiscales y monetarias contra-cíclicas. De esta manera, las sociedades incrementaron su nivel de vida y fueron constituyendo paso a paso una sociedad opulenta, donde era necesario que se plantearan estrategias para que las personas, ahora con mayores ingresos, consumieran todo lo que su bolsillo pudiera, dado que éstas tienden a ahorrar una mayor parte cuando se incrementan los ingresos⁸¹. Así, "la abundancia (...) se

⁷⁹ FAZIO VENGOA, Hugo. *La globalización en su historia*. Bogotá, Colombia. Ediciones UNAL. 2002. pp. 123-124.

⁸⁰ *Ibíd.* Pág. 127.

⁸¹ Ver la Propensión marginal a consumir, sus factores objetivos y subjetivos según John Maynard Keynes en *La Teoría General de la Ocupación, El Interés y El Dinero*. Bogotá, Colombia. FCE. 2000.

convirtió en el vínculo social que servía para encadenar al individuo a un sistema de códigos de control donde el poder de la oferta determinaba la estructura de la demanda y de la sociedad misma.”⁸².

“Mientras, durante un siglo de revolución industrial, el consumo y el género de vida no habían cambiado profundamente en las sociedades en vías de industrialización, desde fines del siglo XIX a fines del siglo XX, a pesar de las crisis y las guerras, el consumo sufrió una gran alteración y al mismo tiempo el trabajo ocupó un lugar cada vez más reducido en la vida gracias a la disminución del año de trabajo, la prolongación de los estudios y ampliación de la jubilación (...) la economía definida por la producción y el consumo de las masas se encuentra dominada por el mercado y el *marketing*.”⁸³.

Bajo esta perspectiva, se manifiesta que la clase ociosa se incrementa pero a la vez se vulgariza. La asunción de una clase media permite disponer a las personas de un mayor tiempo dedicado al ocio, al mismo tiempo el ocio no es muestra de un refinamiento personal, de unos hábitos decorosos y honorables, del que se exhibe en las clases altas. El ocio se vulgariza entre la *masa ociosa* dado que no cumple los requisitos de valoración personal, sino deja a un lado su parte ostensible y entra en la zona mercantil. La mercantilización de la vida, y en este caso del ocio, es la forma más rápida de desprender los antiguos códigos o valores que daban vida al *status* y fomentar los nuevos códigos de diferenciación. De esta forma el consumo es quien conserva la potestad de ser portador de los códigos de diferenciación, la jerarquía se compone por la función del consumo ostentoso, es el destino social, la realización del ser, que viene a marcar el decoro y honor, pero también el poder.

En este sentido es que se requiere de una nueva hipótesis en el funcionamiento del Valor. Ya el arquetipo que mostraba que los objetos se entendían por una lógica de valor de uso y valor de cambio ha expirado, por el contrario ha nacido la nueva lógica que se funda en el intercambio simbólico y el valor-signo. El objeto debe entenderse ya no desde una teoría que reza sobre las necesidades y la satisfacción, sino sobre la prestación social y la significación⁸⁴. La economía política clásica tiene un marco muy estrecho para el entendimiento actual de los objetos. Cambios importantes han operado en la sociedad donde la televisión, la publicidad, la Internet (medios de comunicación masiva) han logrado un nivel monstruoso. El mercado ya abarca casi la totalidad del territorio planetario, pocos escapan a su lógica, el sólo hecho de la transformación del ocio en una actividad productiva marca una nueva etapa del desarrollo social humano. Bajo esta capa de ideas Baudrillard, sociólogo y filósofo francés, desarrolla la lógica que reside en el consumo, no obstante es necesario mencionar, para no crear confusiones, que

⁸² ALONSO, Luis E. y CALLEJO, Javier. “Consumo e individualismo metodológico: una perspectiva crítica”. UNED. En: Revista Política y Sociedad. No 16 (1994). Pp. 111-134.

⁸³ TOURAINE, Alain. *Crítica de la Modernidad*. México. Fondo de Cultura Económica. Pág. 98.

⁸⁴ BAUDRILLARD, Jean. *Crítica de la economía política del signo*. México. Siglo Veintiuno Editores. Quinta Edición. 1983. Pág. 2.

en el consumo es donde mora la muestra del Valor pues allí se hacen manifiestos las convenciones sociales de poder que originan sus distintas clases. El consumo es el proceso mediante el cual el hombre realiza su ser ante la sociedad y éste posee una lógica descrita de la siguiente manera:

1. Lógica Funcional del valor de uso
2. Lógica económica del valor de cambio
3. Lógica del cambio simbólico
4. Lógica del valor-signo

Para Baudrillard la primera es una lógica de las *operaciones* prácticas; la segunda una lógica de la *equivalencia*; la tercera una lógica de la *ambivalencia*; y la cuarta una lógica de la *diferencia*. Del mismo modo cada una tiene una representación determinada: la primera el objeto es un instrumento cualquiera, la segunda el objeto es mercancía, la tercera el objeto es un regalo o don (símbolo), y la cuarta el objeto es un signo. Solamente la última lógica y representación es la que da a entender el campo específico en el que el consumo de mercancías se desenvuelve⁸⁵.

Ha de notarse que según la lógica tratada aquí el valor-*status* que Veblen se esforzó en demostrar no se ha mencionado. Pero no haberlo mencionado no significa su olvido, el proceso de descripción de Baudrillard acoge el valor-*status* trabajado anteriormente, es decir, podría mencionarse que el valor-*status* es un germen del valor-signo, toda su lógica queda inmiscuida en el proceso donde el objeto se convierte en un significante social, un objeto que señala. El objeto-signo es el resultado de la confluencia de fuerzas opuestas, contradictorias que en el sistema industrial quedan reconciliadas: una moral del trabajo y una moral del ocio. El *simulacro funcional* asigna a los objetos una función distintiva, y de este modo es donde los objetos tienen una doble producción: producción como fabricación y producción como prueba, el trabajo le da el primer significado y el consumo el segundo. Pero este objeto-signo solo cobra sentido en el consumir, la moral que ha sustituido al producir, moral que posibilita la salvación terrenal del hombre y la única capaz de desarrollar su ser en el mundo.

Pero hay que entender que como tal el objeto es incapaz de manifestarse como un algo viviente, o algo que cobra vida. Es entonces cuando el “repertorio de objetos y de significaciones sociales vinculadas a esos objetos”⁸⁶ o el código deben concebirse como una función puramente humana-social. La señalización que generan los objetos es pura convención entre humanos y de allí la diferenciación social de unos a otros, usan ese código y las imposiciones que con él acaecen como si fuese un código moral, es decir, puede ser maleable al gusto de las convenciones actuales y deseables. De allí que sea el poder el que juegue el

⁸⁵ *Ibid.* Pp. 56-57.

⁸⁶ *Ibid.* Pág. 13.

papel fundamental en la constitución del código de los objetos, él es el único capaz de moldear el prototipo deseable y permanentemente cambiante en la significación del código. Esto permite entender que en la carrera por el *status* como signo de diferenciación siempre existan cambios en el código, y que estos se aferren a una lógica favorable para el mercado. La renovación constante de los códigos renuevan los valores-signo respondiendo al perpetuo juego del mercado donde confluyen los poderes que dictaminan lo deseable y permisible, los pactos sociales no se realizan democráticamente respondiendo a la voz popular, los códigos formales que han de regir son una confluencia de los poderes que han de regir el destino de la significación.

Antes de continuar, para dar a entender el consumo como lógica de la significación, dado que no se había mencionado, debe aclararse lo que la palabra Objeto designará de ahora en adelante. Se designa en este momento Objeto (con mayúscula) para diferenciar el objeto (con minúscula), ambos tienen connotaciones totalmente distintas. En cuanto al segundo se puede mencionar que, se trata de un objeto cualquiera en su relación objetiva, es decir, en cuanto a objeto útil que cumple una función. Por otra parte el segundo hace referencia al Objeto como objeto-signo, un objeto de fascinación que se reviste, en muchos casos, de inutilidad. Éste Objeto tiene una característica diferencial, la marca; el objeto se reviste de un nombre propio y adquiere sentido únicamente cuando se distancia de los demás objetos, cuando tiene una diferenciación con los otros y establece una relación de moda y prestigio: es lo que Baudrillard denomina el *objeto de consumo*.

“Lo que percibimos en la profusión actual de los objetos-signos, de los objetos de consumo, es la opacidad, la coacción total de código que rige la lógica social de los cambios.

El objeto convertido en signo no adquiere ya su sentido en la relación concreta entre dos personas, lo adquiere en la relación diferencial respecto de otros signos.”⁸⁷.

Por este motivo es que en la *psiquis* del consumo lo importante es tachar y renovar. La famosa *táctica de la maceta y el macetero* en la que lo importante es tachar dos o tres veces, o las que sea posible, el mismo objeto, con el fin de generar una demostración ansiosa por el signo. Compulsión que refleja el inconsciente del consumidor. La suscripción del tachado es una suscripción de “estilo”, el propósito es demostrar en qué grupo social se encuentra el individuo. El poseer un automóvil, que ya es una membresía social, no puede cumplir a cabalidad la función de significación, para esto es necesario una “sobrecarga de signos posesivos”. El automóvil debe inscribirse en el grupo social de preferencia, puede tener un gran estero y luces incandescentes por todos lados, o como puede ser un modelo refinado, pulcro y lujosos. En cualquiera de los casos el automóvil debe ser tachado las veces que sea necesario para mostrar su significación:

⁸⁷ Ibid. Pág. 56.

adscripción y diferenciación social. Pero el tachado también es limitación, la clase media en su compulsión al consumo demuestra su trayectoria social, pues su compulsión es significado de diferenciación y coerción hacia las clases menos favorecidas, generando satisfacción y gratificación; al mismo tiempo existe frustración con las clases superiores las cuales superan en posesión y honorabilidad. Por ello el consumo es un juego de satisfacción y frustración, un juego perverso que genera la idea de *alcance* al otro, aunque lleve toda la vida tratar de conseguirlo.

Asimismo el automóvil que se inscribe, también, en una lógica del placer por la velocidad, de un valor erótico⁸⁸, transmite ese placer y valor al discurso de los objetos. Lo efímero y pasajero es la estructura dominante en la arquitectura efímero/duradero⁸⁹, los objetos se inscriben en esta exigencia social y económica de la cultura moderna. La carga impositiva de la estructura de lo efímero será el complemento del tachado en un sistema de objetos que producen significación. La velocidad del cambio de los objetos responde entonces a toda la estructuración de la lógica moderna, una lógica que reconcilia dos tendencias inversas: “la necesidad de cambiar y la necesidad nostálgica de las cosas viejas”. La moda o, como prefiere llamarse muchas de las veces, lo moderno hacen equivalentes en el juego del cambio a dos cosas inversas, quitando la temporalidad a lo nuevo y lo antiguo. Entonces lo moderno no responde a un cambio real de estructuras, es el resultado de la mercantilización de la moda, la simulación del cambio. En esta simulación es donde el flujo y reflujo de objetos se hace patente, aquí se oculta una “inercia social” una estructura prefijada que frustra la movilidad social real⁹⁰. En la carrera por el status entre más se permanezca en esta dinámica más se asciende en la escala social, es decir, quien menos imagine y proponga cambios reales en la sociedad tanto más honorable y respetado será, hombres *sin pecho* son los que triunfarán en la sociedad donde el simulacro abarca casi la totalidad de los aspectos cotidianos. Así debe entenderse que el *consumo* es una configuración cultural de clase “*cuya exigencia de cultura, consecutiva a una relativa promoción social, está conjurada en los objetos y en su culto*”^{91 92}.

⁸⁸ BAUDRILLARD, Jean. *El Sistema de los Objetos*. México. Siglo Veintiuno Editores. 1969. Pág. 78.

⁸⁹ Op. Cit. BUDRILLARD. Jean. *Crítica...* Pp. 34-36.

⁹⁰ *Ibíd.* Pág. 33.

⁹¹ *Ibíd.* Pág. 42. La cursiva es del original.

⁹² De hecho Néstor García Canclini toma la elaboración de la teoría del valor propuesta por Baudrillard, es decir, la adhesión del valor simbólico y el valor signo además del valor de uso y valor de cambio. Con esto, menciona el autor, que se diferencia claramente lo socioeconómico de lo cultural. Los dos últimos hacen parte de la materialidad del objeto y de la vida social, recuérdese que el valor de cambio expresa el fetichismo de la mercancía; mientras los dos primeros expresan únicamente un proceso cultural, a saber, los procesos de significación. Para Canclini la cultura abarca, luego de tantos intentos fallidos por definirla –según él, “*el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social*”. *Diferentes, Desiguales y Desconectados: mapa de la interculturalidad*. Barcelona, España. Editorial Gedisa. 2004.

También existe un simulacro de la democracia, dado que es la coartada perfecta de la organización social-racional de occidente. Todo análisis sociológico (a lo que se le agregaría económico), dice Baudrillard, además de examinar la lógica de las operaciones sociales, debe examinar las operaciones ideológicas y políticas, dado que incluso en una sociedad democrática existen jerarquías igualmente marcadas que en los sistemas organizacionales anteriores, pues existen élites que plantean estrategias político-ideológicas para mantener un orden establecido. En este sentido funciona la perspectiva del mundo de los "A" y los "no A", donde el consumo está establecido como un eje universal y articulador de la sociedad, las disparidades y sus fricciones sociales quedan atenuados en él. Pensar que se adscribe a una clase superior por sólo tratar de alcanzar los bienes suntuosos, a saber: casa de campo, viajes al exterior, etc., es una ficción bien lograda en las estrategias de poder en la sociedad democrática. La universalidad del consumo, al igual que la de la democracia, es una ficción, solo una estrategia para seducir a las clases más bajas en un juego de perpetrar el poder. El consumo como satisfactor de necesidades, o ideal universal, es inconcebible en estos términos, ya que decir que la estratificación social sólo responde a una idea de posesión, y no de marca y distinción –entre estas las afiliaciones culturales, políticas, económicas, ideológicas, etc.- volatilizan las realidades ya simplificadas en los índices de consumo tan usados para representar la "realidad". Siendo así no se podría hablar de una sociedad de consumo, sino más bien de una sociedad de consumos⁹³.

Bajo este esquema es que el consumo debe considerarse como un lenguaje, en tanto en cuanto es un intercambio de signos. Todo lenguaje es un intercambio entre seres no individuados pero diferentes, es decir, direccionados por una lógica común (social) en el que las diferencias empiezan a producir elementos significativos. El análisis del consumo debe entenderse como un discurso en donde se es propenso a jugar con los signos de los objetos, donde los mecanismos de transmisión, entendiéndose por ellos, televisión, publicidad, cine, en fin medios masivos de comunicación, son los portadores del maleamiento sensorial de los seres humanos al acomodo de los intereses de poder. Los objetos cobran sentido no en un intercambio económico, sino en un intercambio en donde el lenguaje de los signos tiene sentido pero a la vez es manipulado: es un *intercambio de poder*. Este intercambio está determinado por una Ley Social, "que es la renovación del material distintivo y de la inscripción obligatoria de los individuos, (...), en esta escala de status"⁹⁴, donde el individuo interioriza sus normas y se adhiere al control social y esto puede ser más potente que un dominio político-ideológico; es un *intercambio simbólico* abstraído a la lógica del signo, en

⁹³ Se emplea éste término para designar, basándose en la construcción teórica de Baudrillard, que en la sociedad en la que no se cumple el ideal de consumo en su sentido universal: la compra, adquisición, posesión de objetos, contrae no sólo la satisfacción de las necesidades antropológicas, o incluso sociales, sino se consume además todo un esquema de significación social que adscribe a los individuos a determinados sectores.

⁹⁴ Op. Cit. BUDRILLARD. Jean. *Crítica*.... Pág. 59.

primer instancia, en la medida que los hombres se organizan en el cambio de signos que son soportados por categorías vacías de realidad, donde el código es el que recibe lo “simbólico” y lo transgrede a lo real. El intercambio, entonces, es un intercambio de poder en la medida que el poder domina las esferas de producción y consumo, ambas fetichizadas en el marco de las relaciones sociales de poder. El intercambio económico suponía el cambio de dos mercancías por un determinado precio. No obstante Marx analizó que en este intercambio subyacen relaciones sociales de poder en la producción, por lo tanto se genera un Valor y se coacciona por medio de éste. Luego, con Veblen y Baudrillard, el intercambio simbólico y de signos señala las relaciones sociales de poder en el consumo que dan significado a los objetos, un código a nivel de sujeto y valor-signo a nivel de objeto, que son formas de la inscripción del humano en un status social y poder de coacción. Todo intercambio, es un intercambio de poder en tanto éste es el que regula y determina el destino social.

En este intercambio de poder el consumo deja de ser meramente un intercambio y producción de significantes, sino que se transforma en un mecanismo de poder. Del mismo modo el Valor también es mecanismo de poder, en tanto funciona por medio de una lógica de las relaciones de poder imperantes en el intercambio. En las dos partes componentes del intercambio, producir y consumir, el valor se encuentra inmiscuido como máscara de las relaciones de poder, es decir, produce un fetichismo en ambos sentidos, generando una especie de hombre en el que su función de consumo no responde a sus necesidades reales (antropológicas), sino que lo ha adentrado en una totalización de un sistema de producción, abarcando así la totalidad de las funciones de vida. El poder y sus mecanismos de funcionamiento: producción, consumo, valor, código, intercambio de signos, etc., han trivializado al hombre hasta el punto de simular todo aspecto posible de la vida.

“Para resumir: el hombre no está ahí para comenzar con sus necesidades, y destinado por la Naturaleza a realizarse en tanto que Hombre. Esta proposición, que es la del finalismo espiritualista, define de hecho en nuestra sociedad la *función-individuo*, mito funcional de la sociedad productivista. Todo sistema de valores individuales, toda religión de la espontaneidad, de la libertad, de la creatividad, etc., están preñados de la oposición productivista. Incluso las funciones vitales son medianamente “funciones” del sistema. El hombre no se halla en parte alguna frente a sus necesidades.”⁹⁵.

Bajo este marco conceptual, el fetichismo de la mercancía aparece de nuevo pero esta vez referido no al valor de cambio sino, también, al valor de uso. La “falsa conciencia” que se le asignaba al valor de cambio en el intercambio económico sugería una transparencia natural en el valor de uso, pero ya no es así. Creer en una puridad del otro término, como se creía en la ideología cristiana encargada de fabricar las características del término fetiche, es robarle la posibilidad del examen

⁹⁵ Ibíd. Pág. 85. Cursiva es del original.

a las relaciones sociales de poder inmersas en la totalidad del proceso de intercambio. Entonces sólo servirán los referentes iniciales del análisis del fetiche para examinar la sociedad industrial moderna, donde no se supone que hay un *status* “verdadero” del objeto. El fetiche, en este sentido, obtiene una diferencia semántica respecto a su anterior, el fetiche es fuerza y no una fabricación, se sustituye así la manipulación de signos por una manipulación de las fuerzas. Los objetos se han dotado de fuerzas, se ha alienado la esencia y la conciencia; todo objeto dispensa una fuerza, sea ésta: felicidad, seguridad, salud, prestigio, etc., fuerzas que hacen olvidar que son signos, un código productor de diferencias.

El objeto entonces se desprende de toda función para dar paso, así, a la virtud, al signo. Esto permite entender el gusto por lo antiguo y lo moderno (véase supra) estas dos actitudes coexisten en una relación propia del sistema imperante; lo moderno tiene una relación voraz, un espectro de poderío, por otro lado lo antiguo tiene una relación ancestral, un remitirse a los orígenes. Ambas se capturan bajo la virtud del signo, lo que signifique éste es lo importante, su función es relegada a un segundo plano, sino extirpada. Esto se debe a que el objeto es abstraído de su función y se convierte en relativo al sujeto; con el carácter de posesión el objeto queda cumpliendo dos funciones: una que es como utensilio que remite al mundo, la otra que es, como posesión, logra un *status* subjetivo desprovisto de su función⁹⁶.

La desfiguración del valor de uso tiene un principio estructural similar al del valor de cambio y por ende su fetiche. Marx ya había mencionado cómo valor de uso un objeto es alienado a un proceso de mercado (véase supra 1.3), pero Baudrillard va mucho más allá. Las necesidades aparecen, entonces, como el similar al trabajo social abstracto, sobre la primera se funda el sistema del valor de uso y sobre la segunda el valor de cambio. Entonces la utilidad aparecerá como un código de utilidad al igual que el código de equivalencia en el intercambio. Ambos códigos convenidos y abstraídos socialmente son los que someten a los dos polos de la mercancía a un mismo proceso, por ello *el valor de uso es también una relación social fetichizada como sistema y no como operación práctica*.

La racionalización de las necesidades, bajo el esquema del código que permite la equivalencia, es la que produce que el deseo pierda su articulación coherente con la necesidad, la pulsión se racionaliza y la ambivalencia se reduce en la equivalencia, la necesidad es la que produce valor de la misma forma que el trabajo social abstracto. De esta forma la reducción del objeto al *status* de utilidad es la que permite la intercambiabilidad económica, entonces utilidad e intercambio tienen una conexión en la equivalencia que permite la comparabilidad de los valores de uso; solamente en el plano simbólico es que los objetos son incomparables. Así cuando se impone el código abstracto de funcionalidad de los objetos, es cuando cualquier objeto real o virtual puede tomar la forma

⁹⁶ Op. Cit. BAUDRILLAR, Jean. *El Sistema...* Pág. 98.

desarrollada: forma/mercancía. Por ello es que como en el valor de cambio el hombre/productor no aparece como creador sino como fuerza de trabajo social abstracta, en el valor de uso el hombre/consumidor no aparece como deseo y goce sino como fuerza de necesidad social abstracta. Así consumo y producción es la abstracción ideal del sujeto por la economía política, por eso Baudrillard afirma que: “toda la historia de la conciencia y la moral no es otra cosa que la historia de la economía política del sujeto.”.

En el valor de uso existe una reducción importante, es la creencia en la verdad que instituye el objeto, la creencia en la esencia llamada valor de uso. La finalidad simple que allí acaece es la que reduce la multiplicidad de los sentidos, donde la equivalencia comprime la ambivalencia simbólica. Permite, así, instaurar en el objeto una sola valencia: la utilidad. Además identificado el sujeto como sujeto de necesidades da campo a la constitución del individuo abstracto que le permite entrar en el juego de la economía política. De la misma manera que en la lógica del valor de cambio donde el sujeto está igualmente abstraído. Por eso ambos valores son la oposición estructural del universo de lo simbólico, aquí es donde la reducción semiológica permite comprender mejor el proceso. El valor de uso es comparado con el Significado (So) y el valor de cambio con el Significante (Se). Pero en esta lógica uno funciona como la *estructura lógica* y el otro como la *estrategia*. Valor de uso y So tienen un peso menor que la otra relación, valor de cambio y Se. La primera relación es la estructura lógica y la segunda la estratégica. La estructura lógica no es sino un modelo de simulación que es resultado de la dinámica del valor de cambio y el significante. Por ello tanto Valor de uso como So son una coartada para la estrategia. El sistema es su funcionamiento (valor de cambio y Se) es el que domina las necesidades y no el hombre quien realiza sus necesidades en el sistema. Pero esto es logrado gracias al trabajo ideológico que se ha realizado en el marco del valor de uso como imaginario de un alcance de satisfacción o democracia de las necesidades.

“Aparece entonces que el “fetichismo de la mercancía” se interpreta no ya según la dramaturgia paleomarxista como la instancia, en tal o cual objeto, de una *fuerza* que volvería a obsesionar al individuo, aislado del producto de su trabajo, con todos los prestigios de una inversión (trabajo y afectividad) desviada, sino como la fascinación (ambivalente) de una *forma* (lógica de la mercancía o sistema de valor de cambio), como la presión, para lo mejor y para lo peor, en la lógica coactiva de un sistema de abstracción. Algo como un *deseo*, como un deseo *perverso*, el deseo del código, se abre paso aquí, un deseo que tiende a la sistematicidad de los signos precisamente porque niega, porque suprime, porque exorciza todas las contradicciones nacidos de trabajo real –del mismo modo que, el objeto-fetichismo del fetichista, la estructura perversa viene a organizarse en torno de una *marca*, en torno de la abstracción de una marca que suprime, que niega, que exorciza la diferencia de los sexos.”⁹⁷.

⁹⁷ Op. Cit. BAUDRILLARD, Jean. *Crítica...* Pág. 94.

Entonces lo fetichizado no es un objeto tal o cual, sino todo el sistema y la mercancía como sistema. El fetichismo se refiere a la aprehensión del sujeto a un objeto ficticio (fetichizado), es decir, un fetichismo de la estructura Valor de cambio/Se donde no es la pasión de las sustancias lo que habla, sino una pasión por el cifrado- por el objeto vaciado de trabajo concreto y sometido al trabajo de la significación (proceso activo-colectivo de la producción y reproducción de un código). El trabajo ideológico que lo soporta está en la fascinación por la estructura y no tanto en los que el objeto pueda significar al sujeto (So). Por ello es la estrategia la que domina el ámbito de lo económico. La estrategia es la que permite plantear el cambio en el ámbito de los objetos mediante sus mecanismos de poder publicitarios y ajustar éstos a las exigencias del mercado. Esto se entiende por ejemplo en la conversión de la liberación sexual, del cuerpo, de la desnudez, del sol en aspectos mercantiles reducidos de ambivalencia por la lógica de la equivalencia.

2.2.1 El sentimiento de escasez como soporte del valor de cambio/signo

Ricardo afirmaba algo cierto respecto a un compuesto del valor de cambio de la mercancía: la escasez es una parte del valor cambio (ver supra 1.2) en tanto que a una mayor proporción de cosas de la misma especie menor será su valor de cambio, y viceversa. Sin embargo, esta proposición sólo es válida dentro de una economía política del signo, puesto que en el funcionamiento del intercambio estrictamente económico esta premisa no tiene una validez absoluta. Para la economía ordinaria el consumidor guía sus preferencias sobre la base del precio, y como el precio es el representante del valor de cambio, a menor valor de cambio el objeto “es” preferido por el consumidor.

No obstante, si esto es cierto, ¿por qué se pagan precios elevados por determinados tipo de objetos comunes? Es aquí donde la economía política del signo puede coadyuvar en la elaboración de una respuesta. El objeto-signo tiene la característica especial de independizarse de los demás objetos iguales, allí es donde éstos pueden tomar su posición de signo y rebelarse frente a la fuerza del deseo, donde la necesidad se constituye como fuente de valor al dirigirse hacia la funcionalidad simulada del sistema. Esta abstracción de la necesidad es la que permite entender a la escasez como un *sentimiento*, más que una realidad, que opera gracias al conjuro mágico del signo en los objetos.

Existen dos tipos de escasez, una la escasez de los objetos exóticos y otra la escasez de los objetos comunes. A la primera se le podría denominar una escasez real y la segunda una escasez artificial. Los objetos exóticos, es decir, aquellos que solo pueden encontrarse o producirse en sitios específicos y a los cuales no se le encuentran semejantes, son aquellos que por su elemento diferenciador se les atribuye un valor de cambio mayor que al conjunto de objetos similares. Piénsese, para retomar el ejemplo de Ricardo, en un viñedo específico que origina

unas uvas determinadas con las cuales se produce un vino de singulares características.

Pese a esto, la escasez real solo opera dentro de un sistema de códigos sociales y dentro del entendimiento de la producción de las necesidades. Dos son los atributos principales que obtiene el objeto en este sentido. El primero es el atributo real de la diferencia, pero que no cambia por su esencia especial el sentido “principal” de ser consumido o de satisfacción de necesidad. El segundo es el atributo de la efectividad social, o, para retomar palabras de Baudrillard, el “efecto Veblen” que es el gasto y consumo como medida del *status* (Véase supra 2.1 valor-*status*). Entonces, la escasez es un juego del sistema que, aprovechando su casual existencia real, la usa como arma predilecta en su modo de desarrollarse.

Ahora, la escasez artificial es el mecanismo preferido entre los dos tipos. De aquí se deriva la mayor parte del juego social de consumo y prestigio, es aquí donde el mercado adquiere la mayor parte de sus ganancias al ser más “accesible” a la persona común. En la escasez artificial la marca juega su papel entero, sólo por medio de ésta se puede coaccionar al público para pagar mayores precios por un artículo común. Además su complemento perfecto es la moda, el “cambio” de estilo que reproduce rápidamente el juego social del consumo. Sumado esto los dos determinantes mencionados en la escasez real, son las fuentes de la sobredeterminación del valor en la mercancía.

Para un objeto cualquiera, sea el objeto-camisa, su función real es la de abrigar o cubrir el cuerpo, función que satisface una necesidad “real” antropológica del ser humano. Esta camisa es una de las tantas dentro de un mercado inmenso de objetos-camisas, cada una vendida a un precio determinado. Pero ¿qué hace de una camisa sea diferente de las demás? Una marca es la diferencia entre objetos comunes, una moda es reflejo de actualidad, un gasto efecto de *status*, y un código de adscripción social. Cuatro son los principales determinantes de la sobredeterminación del valor de cambio de un objeto común, en el cual el sentimiento de escasez funciona como articulador perfecto en el sistema.

La escasez significa otro mecanismo de coacción. Pero a nivel individual-humano es un sentimiento que permite la disposición a la suma valorativa de los objetos. El valor es un hecho social pero su disposición a aceptarlo en el plano económico es individual, es decir la tendencia a sumirse en el Valor sólo existe dentro del pensamiento mágico del hombre. La sobredeterminación del valor de cambio de los objetos está sujeta al sentimiento de escasez como móvil anímico en el perpetuo desarrollo del mercado.

No obstante, el sentimiento de escasez tiene una solución. Por supuesto el sistema no podría funcionar con base a insatisfacciones y represiones continuas de las “necesidades”, es necesario que tenga vehículos de escape y uno de ellos, por no decir el de preferencia, es el crédito. Antes la compra de artículos para la

casa, o artículos personales era posibilitada por la frontera de producción personal-familiar, una ética del esfuerzo-recompensa. Pero la sociedad contrajo un cambio significativo en esta ética, el orden de las cosas cambió gracias al cambio de su código. *Antes la producción precedía al consumo, ahora el consumo precede a la producción, "Si antes era el hombre el que imponía su ritmo a los objetos, hoy en día son los objetos los que imponen sus ritmos discontinuos a los hombres, su manera discontinua de estar allí, de descomponerse o de sustituirse unos a otros sin envejecer."*⁹⁸, este es el *Status* de la sociedad actual.

En palabras de Baudrillard el crédito es equivalente a una "inversión mínima por una ganancia maravillosa". El crédito es el protector de los consumidores, dado que pagando solo una fracción de su valor real puede adquirirse en solo un instante lo inalcanzable. Este rescate es la salvaguarda al sentimiento de escasez, viene a la reivindicación de la compulsión de la compra, pero sin darse cuenta es el generador de la deuda. La deuda es el objetivo por excelencia del sistema, gracias a ella el funcionamiento está garantizado. Gracias a la deuda, también, se reproduce la estructura frente a un mundo deseoso de ella.

2.3 Medios Masivos de Comunicación como las armas de la Estructura.

La transformación y revolución del mundo, en el plano técnico tecnológico o puntualmente desde la primera revolución industrial, trajo un importante desarrollo en épocas donde la comunicación mediada era escasa. Desde entonces y hasta nuestros días el hombre ha explorado tanto este campo que es difícil escapar a la conexión, sobre todo desde el gran desarrollo de la Internet como el medio de comunicación preferido. Sea comunicación veraz o errónea la globalización exige la implantación de redes de comunicación cada vez más grandes para permitir la mayor conexión entre las diferentes economías mundiales, proveyendo a estas mismas de cantidades inmensas de información instantánea. No obstante la comunicación imperante y los medios masivos que la conducen son dominados ampliamente por una estructura que funciona según la lógica del mercado.

Estos *medios* tienen una particularidad. Se hace llamar medio, palabra proveniente del latín *medius*, que hace referencia a algo interpuesto entre dos cosas, pero que en el inglés se utiliza para el plural *media* y el singular *medium*. Entonces *mass media* para inglés o francés hace referencia a los medios de comunicación de masa. No obstante en la comunicación mediada se rompe la idealidad del comunicar. La comunicación es el acto en el cual un emisor lleva un mensaje a un receptor, pero al mismo tiempo el receptor podrá decodificar el mensaje e interactuar con el emisor. En la comunicación mediada no es lo mismo. El receptor no tiene chance alguno para dar una respuesta al emisor⁹⁹, entonces

⁹⁸ Véase: la precesión del consumo: una ética nueva. En BAUDRILLARD. Jean. *El Sistema...*

⁹⁹ MAIGRET, Éric. *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá, Colombia. Fondo de Cultura Económica. 2005.

quedan dos opciones o el mensaje se recibe o se rechaza, con toda la impotencia que este acto trae.

Muchos argumentan que la comunicación de masa (*mass media*) se desarrolla a partir de los progresos científicos y el avance del capitalismo, pero su punto decisivo entra a partir de finales de la primera mitad del siglo XX con la creación de la televisión. Desde entonces este medio de comunicación ha sido de vital importancia para el desarrollo del mercado, y de la reproducción de la ideología que lleva esta estructura. La televisión ha tomado la potestad imperante de la codificación de los hechos reales, es el instrumento familiar por excelencia y de ésta se deriva la mayor parte de la información recibida por las personas. No obstante la televisión tiene dos filos en la misma lanza, puede ser útil como medio de manipulación, o puede ser útil como medio de información, en su sentido ideal. La radio, la televisión, el cine y la prensa, el internet, adquieren un nuevo orden en la sociedad, su afloramiento es el anuncio de una nueva etapa en el desarrollo social, los *mass media* son los mecanismos preferidos por la estructura y por las personas.

El recorrido por los diferentes mecanismos de comunicación se centrará en el medio televisivo y publicitario. Como primera instancia, la televisión se ha convertido para millones de personas en una necesidad, algo de lo cual ya no es posible prescindir, con una característica peculiar: arrebatada al espectador porque exige la concentración y un procesamiento rápido, pues no permite la realización simultánea de otros oficios, como ocurre con la radio.¹⁰⁰ Es así, como se consolida en la sociedad una fuerza masiva de comunicación, convirtiéndose en una herramienta de obtención de ganancias. La venta de diferentes productos, e imágenes trae un estilo de vida incorporado a la hora de lanzarlo al mercado. Los medios de comunicación de hoy por su inmenso poder distorsionan la información y pueden crear en la mente humana una adaptación que pareciera haber sido contagiada a toda la sociedad. De esta manera, se puede catalogar los medios masivos de comunicación como un monopolio que predomina al mundo.

Bajo esta panorámica, el ser humano se ve atrapado en un mundo de signos y sonidos, esto es en realidad lo que hace que una determinada mercancía tome su carácter de masivo. No solo se está vendiendo la mercancía, sino por el contrario se vende una imagen, un prototipo de vida, una apariencia, un confort, es el espejo de la necesidad...

“El hombre no vive en un universo puramente físico sino en un universo simbólico. Lengua, mito, arte y religión (...) son los diversos hilos que componen el tejido simbólico (...) cualquier progreso humano en el campo del pensamiento y de la experiencia refuerza este tejido (...). La definición del hombre como animal racional no ha perdido nada de su valor (...) pero es fácil

¹⁰⁰ LÓPEZ F., Luis, *Introducción a los medios de comunicación*. Universidad Santo Tomás. Bogotá, 1987.

observar que esta definición es una parte del total. Porque al lado del lenguaje conceptual hay un lenguaje del sentido, al lado del lenguaje lógico o científico esta el lenguaje de la imaginación poética. Al principio, el lenguaje no expresa pensamientos e ideas, sino sentimientos y afectos.”¹⁰¹

Giovanni Sartori expresa el latente problema con los medios de comunicación, en este caso su énfasis radica en el medio televisivo, y cómo éste ha llegado a formar parte activa de la vida cotidiana. La televisión en muchos casos no educa, expresa el autor. No se educa sino que se entorpece al humano desde niño. Cabe resaltar que el *Homo Videns* representa para el autor una especie humana que está condicionada a observar de una forma que se podría denominar **zombi** los acontecimientos que son transmitidos. En este sentido el *Homo videns* es un ser destinado a aceptar lo que mira y lo que ve sin ninguna clase de objeción. El argumento se centra en el momento en que el *Homo Sapiens* (género humano) como lo llama el autor, es condicionado y transformado por el video o el tele-ver, de aquí se le da creación al *Homo Videns*.

Sartori argumenta que desde la niñez se condiciona al niño a vivir en función del televisor, lo que se puede denominar video-niño. Según sus palabras la televisión se ha convertido en el remplazo de la *Baby Sister*, es ella quien le enciende el televisor al niño y lo educa para que crezca observando programas que conducen a la violencia. Por ejemplo, en Italia según estudios de la ISTAT, el 95% de los niños entre los tres y diez años de edad permanecen frente a un televisor todos los días. Lo que hace pensar que desde antes de nacer al niño ya se le están enviando mensajes para que al nacer establezca una conducta basada en lo que los demás dicen, mas no en su libertad de pensamiento.

Cabe resaltar que los jóvenes de generaciones anteriores y venideras se forman y se formaran bajo una conducta que está predeterminada. Llena de costumbres y hábitos autoimpuestos, los jóvenes no distinguen el verdadero significado de las cosas, no tienen sentido crítico frente a los sucesos, no se preocupan por la literatura, por el cine, o por el arte, solo viven en “el mágico mundo” de la vanidad, de el lujo, del consumo ostentoso. Todo ello, es producto de una gran fuerza televisiva, o como expresa Sartori, es el empobrecimiento de la capacidad de entender, la televisión produce imágenes y anula los conceptos, de de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción. Se puede hablar también de la cultura del ocio, o de la cultura de la imagen.

Giovanni Sartori, expone una línea de conductas que se adhieren al hombre en el momento que se autoimpone el tele-ver como norma cotidiana. Anteriormente se había mencionado el punto crítico del video-niño como formador de las mentes humanas. También el problema de la desinformación juega papel dominante en la

¹⁰¹ CASSIER, Ernst. (1948) citado en: SARTORI. Giovanni. *Homo Videns: la sociedad teledirigida*. España. Punto de Lectura. 2007. Pág. 29.

atención del autor. La televisión puede mentir y falsear, exactamente igual a cualquier otro instrumentos de comunicación. La diferencia es que la fuerza de la veracidad inherente a la imagen hace la mentira más eficaz y, por lo tanto, más peligrosa.¹⁰² Pero sin lugar a dudas la mayor preocupación se remite al decrecimiento en la capacidad de pensar. Sólo el pensar es lo que separa al hombre de su completa animalidad y si esta facultad decrece, y esto gracias al tele-ver, el hombre habrá remplazado su sapiencia por su videncia.

Es importante mencionar que no es que los medios de comunicación, en este caso la televisión sean del todo nocivos, pues no se puede generalizar, solo se debe pensar en otra forma de hacer televisión, una televisión que sea pensada, que conlleve una razón de ser.¹⁰³ Muchas veces la televisión emite mensajes que no son pensados por los periodistas, o que simplemente siguen una orden. Por ejemplo, cuando se juzga la conducta de un asesino jamás se desmantelan los impulsos que éste tuvo para llegar a cometer un crimen, lo mismo ocurren con una cantidad de sucesos que son narrados a diario.

Pierre Bourdieu, sociólogo de profesión, es considerado uno de los intelectuales más influyentes de Francia durante la última mitad del siglo XX. El autor desarrolla una exploración que recoge dos declaraciones televisivas ejecutadas en el *Collège de France*. Aquí se exponen los logros que el autor obtuvo durante su trabajo. La primera exposición desmantela los mecanismos de censura invisible que se ejercen sobre la pequeña pantalla, es decir, deja a la luz pública lo que sucede en un plataforma de televisión; la segunda explica cómo la televisión ha trastornado intensamente el movimiento o funcionamiento de universos tan diferentes como los del arte, la filosofía, la política o incluso la justicia y la ciencia, poniendo a estas disciplinas en un serio peligro, ello producido por la lógica del índice de audiencia. La televisión en su recorrido por cubrir ciertos niveles de audiencia, simplifica de una manera grande y notoria la realidad, que conduce a una audiencia a observar banalidades y especializarla en la diversión y el entretenimiento.

Dado que Bourdieu es considerado una de los intelectuales más destacados en Francia, también amerita que sea un blanco de críticas. Al brindar un diagnóstico infalible sobre los peligros que traen las informaciones encubiertas que muestra a diario la televisión, las conclusiones que da el autor van dirigidas a despertar el interés de periodistas descontentos en pro de una expedición que tenga reformas en el medio. Esto, también, resulta de imprescindible lectura y reflexión para el desprevenido televidente que se resiste a creer en los efectos que las presiones económicas y políticas producen sobre la programación emitida. Es notorio que los argumentos que el autor expone amenazan de una manera clara la conducta de los periodistas, productores y empresarios que laboran en el medio de la televisión, que no dudan en alzar voces de protesta frente a este tipo de

¹⁰² *Ibíd.* SARTORI, Giovanni. *Homo Videns*. Pp. 52-53.

¹⁰³ BOURDIEU, Pierre. *Sobre la Televisión*. Barcelona, España. Editorial Anagrama. 1996.

aclaraciones, pero, como lo expresa Bourdieu, el periodismo es una de las profesiones en las que hay mas personas inquietas, insatisfechas, indignadas, o cínicamente resignadas.

Sin embargo, no se puede desconocer que Bourdieu fue uno de los pensadores que trajo enormes dudas sobre el medio televisivo, que sus lectores descubrieron de algún modo lo que sucede detrás de la pantalla, y que con ello, algunos aprendieron las maniobras que ejercen los periodistas, empresarios, productores y demás que tienen un poder sobre la televisión y por ende influencia sobre el poder de decisión del televidente. De esta manera, el poder de los medios de comunicación llámese como se llame (televisión, publicidad, radio etc.) causa un sinsabor en nuestra sociedad. Normalmente, en el universo de la televisión, se tiene la impresión de que los agentes sociales involucrados por más que aparenten “importancia, libertad, autonomía, e incluso a veces gocen de un aura extraordinaria” (poderes extraordinarios, talismanes, valores que se les atribuyen), “son títeres de unas exigencias que hay que describir, de una estructura que hay que liberar de su ganga y sacar a la luz”¹⁰⁴.

Ahora, piénsese acerca de la publicidad y la propaganda. A primera vista este tema puede ser tratado de manera simplista, dado que la opinión común es que la publicidad y la propaganda ahogan al consumidor en la marea mercantil. Aunque no es una opinión inválida y es bastante verídica, toda la estructura de la publicidad y la propaganda no puede ser tomada a la ligera. Primero que todo existe una descripción ambigua de los dos términos. Para muchos autores existe un límite en cada concepto, la propaganda hace referencia al marco de emisión de mensajes con contenido político-ideológico; por otro lado, la publicidad es un mecanismo de transmisión de mensajes comerciales al público. No obstante, a pesar de ser trazados estos límites, ambos conceptos se imbrican de manera tal que muchas veces pueden usarse cada uno haciendo referencia al otro. Para T.H. Qualter la publicidad es un encadenamiento de emisión de mensajes comerciales y políticos, atribuido a la sociedad capitalista, la publicidad es “vital en la formación de la ideología del nuevo capitalismo.”¹⁰⁵. Para Qualter la publicidad es un mecanismo nacido con la revolución industrial pues sólo es posible su asunción en una sociedad opulenta, un sistema en el cual se puedan crear necesidades y existan medios suficientes para satisfacerlas. Así, la publicidad llegó a abarcar el ámbito político en la medida en que el personaje debe mostrar una imagen y el votante debe consumirla.

¹⁰⁴ Ibíd. Pág. 53.

¹⁰⁵ QUALTER, Terence. H. *Publicidad y democracia en la sociedad de masas*. Barcelona, España. Ediciones Paidós. Pág. 55.

En el otro lado se pueden situar a Vance Packard¹⁰⁶ y Aldous Huxley¹⁰⁷. Para Packard, la propaganda es un hecho comercial y por medio de ella se persuade a los consumidores, penetrando el subconsciente y hallando los puntos débiles para cavar huecos y rellenarlos de ilusiones; de la misma forma la propaganda adquiere un nivel político donde el ciudadano es un consumidora más (nótese la comparación con Qualter). Huxley comenta por su cuenta, que este estilo propagandístico es su forma irracional, dotando a la propaganda de un sentido puro: su forma racional. Sin embargo, este ensayista y escritor inglés, define muy bien de lo que se trata una propaganda irracional: al mencionar que su función principal, y de ahí la eficacia de una propaganda, es hacer confuso el símbolo puesto, que la incompreensión de su naturaleza es el determinante de su éxito. “La gente sencilla tiende a igualar el símbolo con lo que el símbolo representa, a atribuir a las cosas y a los hechos algunas de las cualidades que se expresan en las palabras (e imágenes) con que el propagandista ha optado, para sus propios fines, por hablar de ellos.”¹⁰⁸. No obstante, tratar la propaganda como una forma racional es un vano intento cuando el poder está de en el medio. Es válido atribuir a la propagada una clara comprensión de la naturaleza de los símbolos por parte del interesado, y aún más cuando la propuesta de Huxley reza sobre la *educación para la libertad*; una educación que fomente la comprensión del lenguaje, el mismo que hace separar de la animalidad. Pero cuando el sistema educativo esta empeñado en crear máquinas de trabajo y no personas edificadas en todas las áreas, la propaganda como forma racional caduca en sólo un instante. El fetichismo, recuérdese a Baudrillard, se encuentra en toda la estructura y el poder es dueño de ella.

Por otro lado, Maigret, en el capítulo 3 de su libro: *sociología de los medios de comunicación*, hace énfasis en la delimitación de los dos conceptos a la sazón. Identifica la propaganda como un hecho meramente ideológico-político y la publicidad como algo particularmente comercial, es decir la primera como un trasmisor ideologías por cualquier medio y la segunda como un propulsor de productos. Lo interesante de este autor es que enseña como ninguna de las dos es tan efectiva como la opinión común cree. Sea de un lado o de otro lo que si es cierto es que tanto propaganda como publicidad son armas de una estructura, sea en el ámbito político o sea en el comercial ambas están encargadas de ser transmisoras ideológicas y ambas son promotoras de imágenes de productos o de personas (productos y personas igualadas a un mismo nivel), por ello puede optarse en decir que en realidad la publicidad es propagandística y la propaganda es publicitaria. Ambas funcionan en un mismo nivel pero su efectividad depende de varios motivos.

¹⁰⁶ PACKARD, Vance. *Las formas ocultas de la propaganda*. Buenos Aires, Argentina. Octava edición. Editorial Sudamericana. 1970.

¹⁰⁷ Op. Cit. HUXLEY, Aldous. *Nueva Visita a un mundo Feliz...*

¹⁰⁸ *Ibíd.* Pág. 78.

La Alemania Nazi es una referencia común para quienes aborda el tema de la propaganda. Hitler usó la propaganda como medio de persuasión de la mayoría de las masas que lo apoyaron, sin embargo no fue gracias a la propaganda que el partido nacional socialista ganara las elecciones parlamentarias de 1932, mientras Hindenburg fue reelegido presidente. Fue hasta la muerte de Hindenburg, quien meses atrás había nombrado a Hitler canciller, que el partido Nazi asumió el control de Alemania acabando así la república democrática. Pero, también, fue el voto de los no representados¹⁰⁹, campesinos protestantes en su mayoría, los que hicieron paso a la asunción del régimen, gracias a ellos el partido Nazi logró su mayoría en el parlamento.

De la misma manera, la publicidad no es tan eficiente, en algunos casos, como se cree. Por lo menos el 80% de los productos lanzados al mercado y que son apoyados de publicidad fracasan¹¹⁰. Muchas campañas son lanzadas diariamente por televisión, radio, y otros medios de comunicación en contra de las drogas ilícitas, el contrabando y toda actividad que “daña” el tejido social, a pesar de esto esta publicidad es comúnmente infructuosa. Puesto que esto es una realidad, ¿por que se invierten grandes cantidades en las campañas publicitarias? Grandes compañías hacen millonarias inversiones en campañas publicitarias que son lanzadas día a día por los distintos medios de comunicación, entonces, ¿cuál es la acción real de la publicidad, si es que la tiene? Y es claro que la publicidad tiene una acción real dentro de las mentes humanas, pero esto se debe a múltiples factores.

“Hay un montón de espejos/ en la feria de la ciudad/ se ríen de los reflejos/ nadie ve en ellos realidad/ si ellos de forma quisieran cambiar/ es muy fácil.../ sólo en otro espejo tendrán que mirar”¹¹¹. Sin duda alguna esta primera estrofa de la canción Espejos de la agrupación argentina Sui Generis trata de resumir lo que se pretende mencionar a continuación. Toda publicidad es un espejo, ahí reside una imagen y reflejo de lo que se es y lo que se pretende ser. La acción de la publicidad puede especificarse, al menos, en los siguientes puntos:

1. **Cavar huecos para llenarlos de vacío:** uno de los efectos claros y comunes de la publicidad es la creación de inseguridades. Sendas campañas son lanzadas al mercado con el fin de mostrar a la población que el perfil ofrecido de los productos es la meta a la cual se debe acceder, los objetos ofrecidos son reflejo del éxito social. Ocurre que en el ofrecimiento de los objetos se le dice a la población que la imagen propia y su relación con las cosas no es la deseada por la sociedad, por ello un “error” en esa relación es inmediatamente traducido en una inseguridad en la persona. En este sentido, la imagen propicia y el alcance de la perfección sólo es

¹⁰⁹ Op. Cit. MAIGRET, Éric. *Sociología de...* Pág. 90.

¹¹⁰ *Ibíd.* Pág. 100.

¹¹¹ SUI GENERIS. Álbum: Sinfonía para adolescentes. Canción: Espejos. Universal. Año: 2000

resuelta en el producto ofrecido, la imagen cubre el hueco del error. “El mensaje implícito en el anuncio es que la infelicidad individual y el malestar social pueden mejorarse por medio de más adquisiciones”¹¹².

2. **Disponibilidad de la imagen:** otro efecto de las campañas publicitarias es el logro de la aceptación de la imagen en la mente. Existen muchos artículos similares dentro de un mercado, entonces la campaña publicitaria se empeña en hacer diferente tal artículo al resto de los cientos con los que se equipara. Por ello es común que un artista o deportista reconocido sean objeto de estímulo publicitario, pues la asociación de estos con el producto hacen posible el fácil acceso del producto dentro del imaginario de la persona. Este tipo de impactos está soportado en estudios psicológicos reales, no obstante el impacto es temporal¹¹³.
3. **Persistencia como combate a la resistencia:** desde los años 50's hasta hoy la persistencia es una de las estrategias comunes de la publicidad, esta apoya inmediatamente el punto anteriormente mencionado. Como si de uno de los experimento de reflejo condicionado de Pavlov se tratara, la persistencia de un producto causa un efecto dentro de la mente humana. La música tiene un efecto claro sobre la memoria y de esto se aprovecharon los publicistas al lanzar el Canto Comercial¹¹⁴, la combinación música-producto es efectiva en el hecho de poder hacer que la persona grabe en su mente el nombre del producto o el objeto lanzado en la campaña. Normalmente las canciones clásicas pegajosas o las canciones de moda son las más utilizadas en las campañas publicitarias. Por otro lado, la publicidad visual de un producto debe hallarse en todo tipo de medio para lograr el mismo efecto, por ello se encuentra publicidad de lo mismo en periódicos, revistas, televisión, radio, Internet. El efecto de memorización por persistencia es una de las claves para el éxito de un producto.
4. **Explotación de las necesidades ocultas:** ya a finales de los 50's Packard describía las ocho necesidades ocultas que más se reflejan en las campañas publicitarias. Gracias a la explotación de estas necesidades es que la publicidad funciona como propulsor de la estructura: a) Seguridad emocional; b) Afirmación del propio valer; c) Satisfacción por el propio yo; d) Escapes creadores; e) Objetos de amor; f) Sensación de poder; g) Sensación de arraigo; h) Inmortalidad.

Marca e imagen son los dos fundamentos del signo en el objeto. Estas dos etapas del objeto son las que se explotan mediante los medios de comunicación, es decir, la estructura es posibilitada mediante ellos, la reproducción del fetiche es solo

¹¹² Op. Cit. QUALTER, Terence H. *Publicidad...* Pág. 69.

¹¹³ Op. Cit. MAIGRET, Éric. *Sociología de...* Pág. 101.

¹¹⁴ Op. Cit. HUXLEY, Aldous. *Nueva Visita a un mundo Feliz...* Pág.81

alcanzada gracias a sus armas. El mágico mundo de los medios de comunicación es el encargado de comunicar rápidamente a los televidentes interesados, y estos en el afán de sus vidas cotidianas necesitan de suplementos superfluos para llenar su existencia: sean objetos o “información”. Dimensionar el poder dentro de este mecanismo es una tarea importante dado que es el motor de la estructura. El poder, como se ha visto, es el que facilita la dispersión de la estructura por las capas de la sociedad y es el que establece las relaciones sociales según la estructura prefijada. El poder es el que puede crear el valor, pero su origen se encuentra en una relación de poder.

3. RELACIONES DE PODER COMO EL FUNDAMENTO DEL VALOR

El Valor no es un problema eminentemente económico, aunque la interpretación de éste por medio de los precursores del pensar económico moderno, Smith y Ricardo, da muestra hoy en día de la potencialidad de sus postulados para iniciar a comprender el problema del Valor. A pesar de esto, en desarrollo teórico de la economía se realiza un giro de la interpretación que toma curso hacia la elaboración de una teoría de precios y sustraen así el problema del Valor. Empero, se logró un intento bien elaborado de reinterpretación del concepto desde la economía política de Marx, puesto que allí el valor se examina como resultado de una relación social de poder.

Es aquí donde el análisis adquiere un nuevo curso. Entonces, examinar el Valor se convierte en un oficio que explaya sus límites de la economía clásica y se imbrica en los campos del entender lo social. Precisamente desde allí surgen dos figuras representativas que han aportado tanto al entender social, como al económico, nombres como Veblen y Baudrillard saltan a la vista. El primero de ellos comprende que el fenómeno del Valor interesa en tanto el *status*, como resultado de una relación social de poder, es decir como valor, es fundamento para entender el comportamiento social de adquisición de bienes que no pueden adscribirse a una mecánica de la transacción comercial en su sentido tradicional. Por otro lado, Baudrillard comprende el valor adhiriéndolo con el código y el signo, es decir como aprehensión de imágenes para llenarlas de significación, además de todo un proceso de fetichización hacia una estructura, un complejo estructural de valores que sustentan la dinámica social y económica de gran parte de la humanidad.

Pero es hasta este punto donde se hace de vital importancia indagar en las acciones que permiten que exista el Valor, en la dinámica humana que crea el valor, en el principio que fundamenta su existencia. La importancia de indagar este principio es preeminente en tanto el valor económico y el valor signo son resultado de una dinámica, mas no la dinámica que da origen. Solo cuando se comprenda la dinámica inicial podrá ser entendida toda la estructura que da forma al valor económico y el valor signo, puesto que ellos tienen un origen común: las *relaciones sociales de poder*.

Si bien, hacer alusión a relaciones sociales de poder, o preferiblemente *relaciones de poder*, se suscita un nombre común asociado a este término: Michel Foucault, en tanto gran parte de su obra indaga sobre los efectos que originan estas relaciones de poder sobre el sujeto; y se hace resaltar en este punto que se cambia la noción de relaciones sociales de poder, por relaciones de poder puesto que hablar de Poder es hablar de una fuerza vital que se encuentra en todo el conjunto humano, por ello su patencia sólo es explícita en el conjunto de las relaciones humanas. Entonces, en este punto surge un enlace más que necesario con la filosofía de la que Foucault extrae muchos de sus recursos, se trata de la

filosofía de Friedrich Nietzsche y su concepto central que abarca sus últimas interpretaciones del hombre: *La Voluntad de Poder*¹¹⁵.

3.1 Relaciones de poder o la concreción del Valor.

En este punto puede que se presente una sensación de haber abandonado el tema central del trabajo. Entonces hay que mencionar que tanto la Mercancía como el Valor hacen parte del juego de poder que se analiza pasos abajo. En cuanto Valor se apreciará que su fundamento reside en ser una relación de poder. En cuanto mercancía, sea esta sujeto u objeto, ambas están objetivadas en un sistema de racionalización del mundo, y su constitución depende del manejo del saber dominante creando así diversas posibilidades para ser, o más bien valer, dentro del sistema racionalizado por las fuerzas productivas.

La Voluntad de Poder, como se vio, genera unos efectos mediante un choque directo de sus consecuencias. Esta voluntad de poder sólo se hace efectiva dentro de este choque y es precisamente lo que concibió Michel Foucault para realizar su análisis de la construcción de sujetos. Empiécese a examinar el presente tema desde un aforismo nietzscheano, entendiendo que Nietzsche es la fuente del pensar de Foucault en tanto examen de las relaciones de poder. “Donde divisé un ser vivo, allí encontré también voluntad de poder: e incluso en la voluntad del siervo encontré la voluntad de ser señor.”. Examínese este aforismo, encontrado en el pasaje de la *superación de sí mismo* en el *Zarathustra*, como prueba de que Nietzsche entendía que esta voluntad la posee todo ente en cuanto ser vivo. Incluso los siervos tienen dos especies de poder, una que le produce satisfacción y la otra que no tiene en cuenta puesto que hay un sentimiento de comodidad frente a una voluntad superior.

Los poderes, tal como lo enseña Foucault, deben producir satisfacciones. Esta es la estrategia principal de las voluntades supremas para el sostenimiento de un *statu quo*. El poder no usado por el siervo es el que posee en tanto que de él depende su amo, pero este olvido es gracias a la satisfacción producida por la sensación de poder generada por el hecho de que el siervo tan bien es amo de algo aún más débil. “Servir al más fuerte, a eso persuade al más débil su voluntad, que quiere ser señora de lo que es más débil todavía: tal es el único goce que no quiere privarse.”. Nietzsche no desconoce que el poder circula en todo ente en tanto ser vivo, sólo que las voluntades débiles están sometidas en tanto hay satisfacciones y comodidades proporcionadas por los objetos circundantes. Las voluntades supremas, no superiores en un sentido nietzscheano puesto que Nietzsche entiende lo superior como lo que ha realizado el tortuoso camino de la

¹¹⁵ El concepto de *Voluntad de Poder* será utilizado en el presente trabajo más como referencia que como un desarrollo, puesto que su importancia desborda los límites aquí propuestos. De este modo, se ha descrito en el **apéndice a la sección 3.1** la apertura de un debate sobre la teoría del Valor que vincule el concepto de Voluntad de Poder como un eje articulador.

transvaloración, no desconocen este hecho y lo utilizan para construir los sujetos desde una posición de conocimiento específica. El conocimiento del mundo como relación mercantil conoce el hecho de la satisfacción del poseer artículos fabricados por la industria, este es el punto decisivo de la relación de poder capitalista, en tanto existan variantes y múltiples satisfacciones muy pocos querrán salir del círculo vicioso que encierra este saber específico que abarca los tres últimos siglos de la humanidad.

“El poder tiene que ser analizado como algo que circula, o más bien como algo que no funciona sino en cadena. Nunca está localizado aquí o allá, no está nunca en las manos de algunos, no es atributo como la riqueza o un bien. El poder funciona, se ejercita a través de una organización reticular. Y en sus redes no sólo circulan los individuos, sino que además están siempre en situación de sufrir o ejercitar ese poder, no son nunca el blanco inerte o consistente del poder ni son siempre los elementos de conexión. En otro términos, el poder transita transversalmente, no está quieto en los individuos.”¹¹⁶.

De esto puede comprenderse que la construcción del sujeto es múltiple y que como tal los efectos del poder son igualmente múltiples dependiendo del saber que los conduce. En el libro tercero, parte I, sección c de la voluntad de poder, Nietzsche nos habla de *la creencia en el «yo» sujeto*. En todos estos aforismos comenta la ficción de la creencia en un yo apriorístico divisa de la filosofía cartesiana y kantiana. “«Sujeto» es la ficción que pretende hacernos creer que muchos estados similares son en nosotros el efecto de un mismo «substratum», para Nietzsche el cuerpo es solo una cárcel de múltiples sentimientos, de múltiples estados, es decir, de múltiples almas, por eso su hipótesis es la de “el sujeto como pluralidad”¹¹⁷.

Bajo esta perspectiva es que se permite Foucault mencionar que es el sujeto y no el poder lo que realmente le interesa en su investigación¹¹⁸. De lo que se trata es de investigar lo que debe ser el sujeto, y este *deber ser* está condicionado por su situación de sometimiento y entrega, por el estatuto que lo rige, por su posición en lo real e imaginario, todo esto en pro de llegar a ser un sujeto de tal o cual conocimiento, “en pocas palabras, se trata de determinar su modo de «subjetivación»”¹¹⁹. Si se mira en perspectiva, lo que Foucault trata de hacer es una indagación de la posición de valores que asumen los sujetos en determinadas relaciones de poder que circulan por la sociedad. Estas relaciones que producen

¹¹⁶ FOUCAULT, Michel. *Microfísica del Poder*. Curso del 14 de enero de 1976. Madrid, España. Ediciones la Piqueta. Tercera edición. 1992. Pág 144.

¹¹⁷ VOLUNTAD DE PODER aforismo 485. MÁS ALLÁ DEL BIEN Y DEL MAL aforismo 20.

¹¹⁸ FOUCAULT, Michel. “El sujeto y el poder”. Publicado en Chicago University Press, 1983. De la traducción de Santiago Carassale y Angélica Vitale.

¹¹⁹ FOUCAULT, Michel. *Obras Esenciales*, Volumen III. Foucault. Barcelona, España. Ediciones Paidós. 1999. Pág. 364.

unos efectos específicos que hace en la práctica que “un cuerpo, unos gestos, unos discursos, unos deseos sean identificados y constituidos como individuos”¹²⁰.

Pero para entender la construcción de los sujetos es necesario entender cómo se forma la relación de poder. Entendiendo que el poder tiene distintos puntos y está disperso por toda la capa de la sociedad, y entendiendo a demás que el poder es una fuerza una tensión y lucha, las relaciones de poder es precisamente el choque de esas fuerzas, es la guerra de los valores sociales en pro de crear sujetos. El poder no puede analizarse como una cesión, contrato o alienación, el poder debe entenderse como una guerra. Se exhibió, anteriormente, que la transvaloración de los valores era precisamente una guerra con las antiguas posiciones de valores, como puntos de vista y medición, los valores están chocando indefinidamente, creando tensiones y guerras, afirmando el carácter de un grupo de personas e individuos en particular.

Las relaciones de poder se asientan en la sociedad en momentos determinados, esta relación de fuerza es localizable históricamente en contextos de guerra. Es entonces cuando la política como intento de cese a la guerra no acaba la tensión o lucha, la reinscribe en el esquema social. El poder político tendría el “papel de reinscribir, perpetuamente, esta relación de fuerza mediante una especie de guerra silenciosa, de inscribirla en las instituciones, en las desigualdades económicas, en el lenguajes, en fin, en los cuerpos de unos y otros.”¹²¹. Para el caso de la sociedad actual los valores han mudado durante la época pero no se ha mudado su cuerpo principal, desde la perspectiva de Nietzsche, aún no hay una transvaloración en tanto la sociedad se ha inscrito siempre en la misma fórmula del accionar. La época capitalista ha sabido dominar la reconstrucción de valores una y otra vez sin hacer cambiar el fundamento del sistema, todas las tensiones sociales originadas en el sistema se han ido cambiando poco a poco con tal de mantener intacto su origen: la racionalización capitalista del mundo. Los valores en cuanto condiciones de conservación y crecimiento sólo han mantenido su primera propiedad, por lo tanto la decadencia es la condición de la época moderna. No con esto se quiere afirmar la necesidad de otro sistema político como el socialismo, se pretender fundamentar un revuelco total del pensar humano en cuanto construcción de ideales a lograr.

La fundamentación política de la Voluntad de Poder, o relaciones de poder que analiza Michel Foucault presta el marco necesario para entender cómo se asientan los valores en la sociedad y cuál es el efecto contundente. Como acción política los valores están en una tensión perpetua y se asientan en cuanto chocan entre sí, si no existe tensión no existiría voluntad de poder como fundamento del Valor. Solo en las relaciones es que puede entenderse el Valor como la lucha decisiva por la cual lo hombre o grupos de hombres se juegan el dominio y el

¹²⁰ Óp. Cit. FOUCAULT, Michel. *La Microfísica...* Pág. 144.

¹²¹ Óp. Cit. FOUCAULT, Michel. *La Microfísica...* Curso del 7 de enero de 1976. pp. 135-136.

saber del mundo. Entonces, es cuando se comprende que los valores son los que fundamentan la construcción de los sujetos, discursos y saberes, que a su vez constituyen el prototipo estándar de hombre, el modelo ejemplar a seguir, es decir la normalización de la sociedad bajo un esquema.

La creación de sujetos, normalización de la sociedad bajo un esquema, es la más alta construcción del ser humano desde la inauguración del pensar moderno. El efecto contundente de este pensar, su movimiento esencial en cuanto pensar desde la subjetividad a todo el mundo como una disposición o existencia para abarcar, es: “que el tiempo de los hombres se ajuste al aparato de producción, que éste pueda utilizar el tiempo de vida, el tiempo de existencia de los hombres.”¹²². La existencia del hombre se ha degradado es tal magnitud que este mismo asume su carácter de existencia para un aparato de producción, el Valor fundamental de la época reside en el pensarse del hombre como disposición.

Al asumirse de tal manera la humanidad queda encerrada en el círculo del Valor supremo. Al intentar entender en esta posición de valores es que puede comprenderse el porqué del exceso en el pago de artículos mercantiles, puesto que normalizarse dentro de una posición de valores es definir la existencia dentro de esta relación de poder que asume sólo el carácter productivo de toda acción humana. Por ello el sustento del sistema reside en agobiar la existencia del hombre desde su nacimiento en el alcance de unos ideales productivos para el sistema, intentar explayar el entendimiento por fuera de ese límite es atentar contra la existencia cotidiana del hombre. Pero como lo enseña Nietzsche y Foucault entender que el mundo es una lucha de poderes y que la fuerza más importante, para arrebatarse la definición del existir a un sistema productivo, es que el hombre en tanto hombre pregunte por su posición de valores, es decir por su vida y su existencia.

3.2 Consideraciones Finales

Como se mencionó desde un inicio, la reapertura del debate sobre el Valor más que generar conclusiones ocasiona un despliegue de preguntas, muestra de esto es la extensión del debate hacia la interpretación nietzscheana del Valor. Lo contundente aquí expuesto es que el Valor es un producto del Poder, específicamente de las relaciones de poder que circulan por todas las capas de la sociedad. Estas relaciones de poder generan un campo de acción de los valores, estos a su vez comienzan a funcionar dentro de los cuerpos de los hombres, creando así los modos de subjetivación.

La época moderna se caracteriza por un hecho fundamental, los valores han generado un tipo específico de hombre: el hombre racionalizado en el sistema

¹²² FOUCAULT, Michel. *La verdad y las formas jurídicas*. Barcelona, España. Editorial Gedisa. 1996. Pág 130.

occidental de producción. Todo en cuanto es productivo vale para estos tiempos. Los entes vivos o no quedan así en la disputa de ser o no ser valor, y sólo en tanto sea valor reviste el carácter de existencia para el sistema.

Lo anteriormente mencionado es bien trabajado por la economía política en cuanto desarrollo del valor económico. Su gran aporte a la teoría del Valor fue el de proyectarlo con su carácter esencialmente productivo, es decir abrió el campo para generar de ahí en adelante la fundamentación de los nuevos postulados que recaerán sobre esta teoría. Marx, uno de los tres clásicos del pensamiento económico realiza un gran aporte a la discusión y enseña al mundo las relaciones oscurecidas por la mirada inicial del valor económico; descubre que hay un trasfondo mezquino en la generación del Valor y éste es que existe una relación de poder que le imprime el carácter decisivo en el intercambio social de bienes.

Ahora, si bien esto es cierto, pensadores como Veblen y Baudrillard ahondan en el tema y se dirigen aun más allá. Gracias a los aportes por ellos presentados puede decirse que el problema del Valor queda unificado en el campo económico-social y se demuestra que las relaciones de poder no sólo penetran el campo de la producción de bienes, sino también su consumo. Es así como se enseña que el sistema de producción mercantil ha podido unificar sus dos pilares, producción y consumo, para ajustar la racionalización entera de los hombres: se constituye un ser humano comprometido con la reproducción del sistema, su modo de ser productivo es su forma esencial, es decir esencia es ser valor.

Pero esta tarea no ha quedado concluida, precisamente es allí donde las relaciones de poder se hacen patentes para comprender que son el fundamento del Valor. El poder es el que fundamenta el valor en tanto que poder siempre está en una perpetua campaña por su expansión. Es así como las relaciones de poder que permean el tejido social son las que permiten racionalizar todos los procesos humanos en el sistema de producción occidental. Los contra poderes, o contra valores incluso han perdido en muchos de los casos su campo de acción puesto que el sistema ha quebrantado su lógica y ha impuesto la propia. Póngase de ejemplo la revolución sexual de la década de los 60`s: el sistema de producción ha racionalizado esta lógica y ha convertido el cuerpo mismo con su desnudez en un objeto masivo de consumo. Esto es lo que las relaciones de poder efectúan, amplían el marco que abarca el sistema, ampliando espacios sociales y creando la sensación de libertad en los individuos, éstos sin poder notar que sus decisiones están siendo manipuladas de alguna manera.

Es por esto que en el marco de la teoría del Valor se hace necesaria su amplia comprensión, puesto que su lógica es múltiple, como su forma de accionar. Sólo cuando esto se comprenda es que pueden abrirse las puertas para que la teoría económica tenga una mayor comprensión de los fenómenos económicos y sociales que tanto le interesan estudiar. Sólo preguntando y ahondando en los

temas olvidados es que puede advertirse el riesgo que corre la humanidad a entrar en una etapa superespecializada y menos crítica, como lo ya lo advertía el poeta:

**BALADA DEL ABOMINARIO
DIATRIBA IMPRECANTE Y ORATORIA¹²³**

Hola! Bausanes estridentes
pletóricos de vulgaridad!
Andad los caminos trillados
por la vetusta humanidad:
pero dejadnos nuestras rutas
llenas de luz u opacidad,
todas bañadas de silencio
recogimiento y ansiedad...

Andad los senderos hollados
por la vetusta humanidad,
oh supercríticos morosos
hartos de suma fatuidad,
arlequinescos figurines
pletóricos de vulgaridad,
de vicios fáciles y tontos
y de la unánime verdad,
y de ideales consagrados,
y de vacua sinceridad!

Dejadnos reír libremente
de vuestra amnesia sensorial;
dejádnos locos a los locos
soñando en vaga nimiedad:
en lo impreciso, en lo quimérico,
en lo ayuno de realidad,
en las empresas que fracasan,
en los ritmos sin claridad
donde dialogan locas almas
ebrias de personalidad,
enamoras de sus vicios
de su acritud, de su maldad!

Locos ególatras intrépidos
enemigos de la necedad,
enemigos de lo consagrado
por su notoria utilidad!

¹²³ DE GREIFF, León. *Obra Poética*. Caracas, Venezuela. Biblioteca Ayacucho. 1993. Pp. 11-12

Adversarios de lo manido,
de lo obsoleto, de lo usual,
de las sonantes academias,
de los casos de actualidad,
de las virtudes de precepto,
de los juicios de autoridad...!
Y que desdeñan vuestros rostros
estucados de seriedad,
revestidos de suficiencia,
insufribles de necedad,
ventripotentes apopléticos,
amarillosos de vanidad,
canijos, lánguidos, obesos,
glabros, velludos... variedad
infinita de formas y modos
para idéntica mentalidad...!

Lindos bausanos estridentes;
pletóricos de vulgaridad;
arlequinescos figurines
prodigiosos de vaciedad;
esclavos de un molde preciso;
magníficos únicos sin par
como hidrocéfalo narciso
de su misma insustancialidad
Monopolistas de "lo bello",
incapaces de interceptar
una emoción desemejante
a la emoción que es el ritual!

ENVIO

Entes raquíticos, estóolidos
ídos al Limbo, presto, andad!
Andad al Limbo figurines,
turba de lo sacramental,
inocuos y zurdos y vacuos,
solemnes y zafíos y tal...!
mientras nosotros vamos, lentos,
a la Quimérica Ciudad
entre coros de befas y burlas
de la vetusta humanidad...!
1917

4. APÉNDICES

4.1 Apéndice a la sección 1.1.1

Una Consideración acerca del Tiempo

En la economía el concepto del tiempo ha sido adherido, sin presentar discusión, de una tradición del pensar filosófico en los casi 250 años de la disciplina, sin contar a los fisiócratas y mercantilistas, y anteriores divagaciones que existan sobre la disciplina. Sin embargo el tiempo es un eje articulador en el universo económico, es el que permite relacionar los objetos como el número, y a la economía le interesa el número mas no identificar el objeto en su esencia.

El Tiempo ha tenido un brillante pensador para occidente, y es la concepción de tiempo que ha permitido el desarrollo (del tiempo como variable) de la disciplina económica, sea economía ortodoxa o sea heterodoxa, Aristóteles. Aproximadamente escrita en el siglo IV a.c., la *Física* de Aristóteles contiene un análisis de carácter lógico sobre los componentes del mundo físico. En él está su interpretación del Tiempo y el Movimiento, pues como asegura Aristóteles: “el tiempo es o un movimiento o algo perteneciente al movimiento. Pero puesto que no es movimiento, tendrá que ser algo perteneciente al movimiento.”¹²⁴.

Por ello para dar inicio a las consideraciones del tiempo es necesario, primero, definir lo que Aristóteles entiende como movimiento, dado que éste posibilita la concepción del tiempo. Iniciando con la cosas, Aristóteles menciona que éstas son las únicas que pueden tener movimiento, en tanto es la cosa tiene movimiento. “Las cosas –algunas sólo en acto, otras en potencia y en acto –son o un <<esto>> o una cantidad o una cualidad, y de la misma manera en las otras categorías de lo que es.”¹²⁵. Continuando en su análisis muestra a continuación de una manera más explícita su argumento:

“Ahora bien, no hay movimiento fuera de las cosas, pues lo que cambia siempre cambia o sustancialmente o cuantitativamente o cualitativamente o localmente, y, como hemos dicho, no hay nada que sea común a tales cambios y no sea o un <<esto>> o una cantidad o una cualidad o alguna de las otras categorías. Así pues, no hay movimiento ni cambio fuera de los que hemos dicho, ya que no hay ninguno que se encuentre fuera de lo que hemos dicho.”

La cosa como un algo material y físico tiene la “capacidad de mover o ser movida” y este movimiento está expresado en sus componentes físicos: sustancia, cantidad, cualidad y lugar. Por eso mismo no hay movimiento ni cambio fuera de algo que *no es cosa*; pues fuera de ella *no es* y no hay propiedades materiales,

¹²⁴ Op. Cit. Aristóteles. *Física*. Pág. 270.

¹²⁵ *Ibíd.* Libro III. Pág. 177.

por lo tanto no tendrá la posibilidad de mover o ser movida. Pero aún así falta dar el toque final para dar a entender lo que es el movimiento, esto es: el acto y la potencia.

Ahora bien, dado que “el movimiento es la actualidad de lo potencial” se entiende por movimiento aquello que es el *acto de lo que está en potencia*, pero no es acto ni potencia. Téngase en cuenta por actualidad, no sólo una actualidad simple, sino una “actualidad activa” una actualidad que está siempre actualizada¹²⁶ (*enérgeia*), y de esta manera posibilita el movimiento (*kinēsis*). Pues la potencia (*dýnamis*) no constituye en sí el movimiento dado que es un estado de la cosa, una potencia y por lo tanto le hace falta la actualidad para ser movimiento. Y el acto (*entelécheia*) es la forma acabada y por lo tanto ya no tiene movimiento. “El movimiento es, pues, la actualidad de lo potencial, cuando al estar actualizándose opera no en cuanto a lo que es en sí mismo, sino en tanto que es movable.”¹²⁷. También hay que tener en cuenta que el movimiento hace referencia a la actualidad de la potencia, más no de la cosa. Aristóteles plantea un ejemplo que puede dar a entender esta afirmación: “el bronce es una estatua en potencia, pero el movimiento no es la actualidad del bronce en tanto que bronce, pues no es lo mismo ser bronce que ser algo en potencia”¹²⁸.

Según esta perspectiva el movimiento vendría a ser una unión entre acto y potencia, sin ser ninguno de estos dos, es decir, un momento entre los dos extremos. Por ello, Aristóteles prefiere decir que “el movimiento es un cierto acto, aunque incompleto; la razón está en el hecho de que lo potencial, cuya actualidad es precisamente el movimiento, es incompleto.”¹²⁹. El movimiento es en tanto se sigue dando prolongadamente sin determinar su finalización, cuando la potencialidad esté actualizándose constantemente (cuando la *dýnamis* es actualizada por la *enérgeia* para ser *kinēsis*), cuando éste se complete ya será acto (*entelécheia*) y el movimiento cesará.

Bajo esta perspectiva se puede indicar unos ejemplos ilustrativos que indiquen las características del cambio o movimiento de las cosas (para hacer más explícita la exposición) entendiendo el cambio como movimiento de las cosas; así hará más entendible su naturaleza. De aquí pueden mostrarse las clases de cambio: el *cambio de la sustancia* y el *cambio casual o accidental*. Y a su vez el cambio accidental o casual que se distingue por ser cambios: cualitativos, cuantitativos y de lugar.

El *cambio sustancial* es, como lo indica su nombre, cuando una sustancia da paso a una nueva. Por ejemplo: cuando la leña es quemada en la fogata y solo quedan

¹²⁶ Ver nota al pie No 5 Pág. 178 de la *Física*. Libro III.

¹²⁷ *Ibíd.* Libro III. Pág. 179.

¹²⁸ *Ibíd.* Libro III. Pág. 180.

¹²⁹ *Ibíd.* Libro III. Pág. 182.

cenizas. Por otro lado, el *cambio accidental o casual* es cuando una cosa no se modifica en su sustancia pero sí en sus características. Para referirse al cambio cualitativo piénsese por ejemplo en un humano, cuando crece sus extremidades se hacen más fuertes y desarrolla facultades que antes no poseía. Un *cambio cuantitativo*, es que en el crecimiento el humano se hace más grande en sus proporciones, y en el envejecimiento hay de nuevo una contracción disminuyendo el tamaño. Y un *cambio de lugar* es cuando hay un desplazamiento de un lado a otro.

Pese a esto la economía tiene otra concepción del movimiento. Si bien Aristóteles ve en el movimiento un acto final, es decir, *entelécheia*, donde las cosas tienen en sí un propio límite, un lugar donde el movimiento ya no puede avanzar, la economía despoja esta visión. Las cosas tienen un desgaste ilimitado y el movimiento nunca cesa, o lo hará en el momento en que la cosa deje de existir. Así establece la economía su relación con las cosas. Este poder ilimitado es posible gracias a los avances en ciencia y técnica que permiten a la gran industria disponer de los *recursos*¹³⁰ necesarios para su avance.

Ahora bien, explicado el movimiento, teniendo en cuenta las diferencias de su concepción en la época en la que Aristóteles lo describió como en la época actual, aunque de una manera superficial dado que no deja entrever toda la lógica aristotélica, *el tiempo* es quien ocupará las posteriores consideraciones. De esta manera se podrá proseguir con el entendimiento del valor económico, pues si no se entiende cómo fue construido el mundo bajo las consideraciones filosóficas y las concepciones económicas, no se entenderá la naturaleza de la valoración económica.

¿Qué es el Tiempo? No se dará, por supuesto, una respuesta a esta pregunta, pero sí se verán algunos principales aportes al tema, e incluso cómo la economía lo ha entendido para formular sus teoremas. Y pues Aristóteles trata de averiguar qué es dado que “una parte de él ha acontecido y ya no es, otra está por venir y no es todavía”¹³¹, por ello quiere saber si el tiempo hace parte de lo que es o lo que *no es*. Pero existe una demarcación que es la medida del Todo, el ahora es un límite entre lo que *ya no es* y lo que *todavía no es*, es decir, entre el pasado y el futuro. Además el Todo está compuesto por partes, pues el tiempo infinito contiene al tiempo periódico.

No obstante el ahora no puede ser una parte del tiempo, pues como lo explicará Aristóteles, el ahora no tiene duración como el punto no tiene longitud. Si tuviese duración el ahora, y si el tiempo estuviese compuesto de horas, el tiempo no tendría duración, pues el ahora tiene duración cero (0). Por otro lado si el ahora

¹³⁰ Nótese que la palabra **Recurso** denota en sí la posibilidad de obtener de él cuanto sea necesario para un fin productivo.

¹³¹ *Ibíd.* Libro IV. Pág. 264.

tuviese duración real no podría ser el límite entre el pasado y el futuro, pues sería una parte más del tiempo y no podría delimitar lo que ya no es y lo que todavía no es.

Existe otra dificultad con el ahora, Aristóteles se pregunta si el ahora es el mismo siempre o si es distinto. Si fuese distinto y ninguna de las partes del tiempo, pasado y futuro, fuesen simultáneas, entonces el ahora no podría ser simultáneo y el ahora anterior sería destruido¹³². Pero esto sería imposible pues el ahora no tiene duración y por lo tanto no pueden ser contiguos. Pero el ahora tampoco puede ser el mismo, “porque ninguna cosa finita y divisible tiene un solo límite”, pues si fuese siempre el mismo entonces “los acontecimientos de hace diez mil años serían simultáneos con los actuales, y nada de cuanto suceda sería anterior o posterior a nada.”¹³³.

Para aclarar la conceptualización del ahora Aristóteles, en el literal C sección 13: *El ahora. Infinitud del tiempo. Algunos términos temporales*, presenta un ejemplo que permita decir qué es. Continuando con la comparación del punto con el ahora, esto permite dilucidar la naturaleza ambigua y siempre confusa, en tanto que es el mismo pero su ser es distinto.

“El ahora es la continuidad del tiempo, como ya dijimos, pues enlaza el tiempo pasado con el tiempo futuro, y es el límite del tiempo, ya que es el comienzo de un tiempo y el fin de otro. Pero esto no es evidente como lo es el punto, que permanece. El ahora divide potencialmente, y en tanto que divide es siempre distinto, pero en tanto que une es siempre el mismo, como en el caso de las líneas matemáticas. Porque en el pensamiento el punto no siempre es uno y el mismo, ya que cuando divide es distinto en cada caso; pero en tanto que la línea es una, el punto es lo mismo en todos los casos. Así también con el ahora: en un sentido, es el divisor potencial del tiempo; en otro es el límite y la unidad de ambas partes. La división y la unificación son lo mismo y con respecto a lo mismo, pero su ser es distinto.”¹³⁴.

En este punto, cuando la naturaleza del ahora se ha descrito y cuando se entiende qué es el movimiento, se puede introducir el concepto del tiempo que entiende Aristóteles. Puesto que el tiempo sin movimiento no podría ser concebido en el pensamiento aristotélico, “sin cambio no hay tiempo; pues cuando no cambiamos en nuestro pensamiento o no advertimos que estamos cambiando, no nos parece que el tiempo haya transcurrido”¹³⁵. Esto es, según Aristóteles, el principio fundamental para la definición del tiempo. El tiempo como un Todo existente fuera de las cosas solo se entiende cuando el movimiento se hace presente, incluso cuando algo o alguien está en un estado de reposo el tiempo aún sigue presente, pues aunque un algo u alguien se encuentre en la oscuridad debe tener cambios

¹³² Ibíd. Libro IV. Pág. 266.

¹³³ Ibíd. Libro IV. Pág. 267.

¹³⁴ Ibíd. Libro IV. Pp. 282-283.

¹³⁵ Ibíd. Libro IV. Pág. 269.

físicos o “en el alma” advirtiendo también un tiempo; o por más reposo que se mantenga en una cosa, por ejemplo una gran roca, el tiempo aun existe cuando hay un movimiento general en las demás cosas. Por eso “el tiempo es o un movimiento o algo perteneciente al movimiento. Pero puesto que no es un movimiento, tendrá que ser algo perteneciente al movimiento”¹³⁶.

De esta manera Aristóteles podrá deducir la naturaleza del tiempo, pues si el movimiento sigue la magnitud, y la magnitud tiene continuidad, el movimiento tendrá continuidad y al igual el tiempo. Y si existe un antes y después en la magnitud, será esto igual para el movimiento y el tiempo. Así pues, “cuando percibimos un antes y después, entonces hablamos de tiempo. Porque el tiempo es justamente esto: número del movimiento según el antes y el después”¹³⁷. He aquí lo que Aristóteles trata de entender, el tiempo como un número.

Así describe el tiempo Aristóteles, pues “el tiempo no es un movimiento, sino en tanto que el movimiento tiene número (...) distinguimos lo mayor y menor por el número, y el movimiento mayor o menor por el tiempo. Luego el tiempo es un número”¹³⁸. Pero debe entenderse el tiempo como número en tanto que es lo numerado, pues lo que numera o por mediante lo cual se numera es otra cosa. Además el ahora, que permite delimitar el antes y el después, sigue a la cosa desplazada que es la que permite identificar el movimiento, y el antes y después del movimiento. El ahora es como el punto del desplazamiento. Pero este ahora, como se había mencionado anteriormente, es uno en cuanto a desplazamiento pero distinto en cuanto a su ser. Entonces, “así como la cosa desplazada y su desplazamiento van juntos, así también el número de la cosa desplazada y el número de su desplazamiento van juntos. Porque el tiempo es el número del desplazamiento y el ahora es, al igual que lo desplazado, como la unidad del número”¹³⁹.

Puede sonar algo confuso la explicación aristotélica del tiempo, pero es una explicación bastante lógica para entenderlo. Si bien él mismo lo ha dicho, para entender el tiempo hay que entender el ahora y el movimiento. El movimiento es un concepto más claro, pero el ahora que “no es tiempo, sino un accidente suyo; pero, en tanto que numera, es número”¹⁴⁰ requiere de un especial cuidado. Aristóteles termina la definición del tiempo diciendo “el tiempo es número del movimiento según el antes y el después, y es continuo, porque es número de algo continuo”¹⁴¹.

¹³⁶ Véase nota al pie No 14.

¹³⁷ *Ibíd.* Libro IV. Pág. 271.

¹³⁸ *Ibíd.* Libro IV. Pág. 272.

¹³⁹ *Ibíd.* Libro IV. Pág. 274.

¹⁴⁰ *Ibíd.* Libro IV. Pág. 275.

¹⁴¹ *Ibíd.* Pág.275.

Una última consideración hay que tener en cuenta ¿existe el tiempo o no, si existe o no el alma?, pregunta Aristóteles, pues el tiempo aunque esté ligado al movimiento, quién podría percibir el tiempo si no es el alma. Pues bien tanto el alma como el tiempo tienen una relación bastante estrecha. Sin sujeto que perciba, qué se podría entender de lo percibido. Sin el “alma” que perciba el tiempo, quién podría percibir el tiempo.

“si no pudiese haber alguien que numere tampoco podría haber algo que fuese numerado, y en consecuencia no podría existir ningún número, pues un número es o lo numerado o lo numerable. Pero si nada que no sea el alma, o la inteligencia del alma, puede numerar por naturaleza, resulta imposible la existencia del tiempo sin la existencia del alma, a menos que sea aquello que cuando existe el tiempo existe, como sería el caso si existiera el movimiento sin que existiera el alma; habría entonces un antes y un después en el movimiento, y el tiempo sería éstos en tanto que numerables”¹⁴².

Como se ha visto, considerar el tiempo significa un esfuerzo que los economistas no pretenden hacer. A pesar que hasta ahora solo se ha mencionado una percepción del tiempo, es visible la complejidad que la compone. Como tan bien es visible la relación que ésta tiene con la economía y a su vez la diferencia que posee. En la visión anteriormente presentada queda plasmado el entendimiento del tiempo desde dos puntos que desencadenaran los debates posteriores del tiempo, a saber, el tiempo como una entidad de realidad objetiva, y el tiempo como una percepción del “alma”.

Por su parte, la economía ha depreciado el entendimiento del tiempo a tal punto que lo reduce a una unidad numérica que puede ser utilizada como *variable* en un modelo económico. Si bien Aristóteles concede al tiempo el número, también entiende que este número no puede entenderse sin el ser que numera, es decir el “alma”. Por otro lado la economía también entiende el tiempo desde la perspectiva del número, pero aún simplifica más esta categoría. Las unidades numéricas temporales están en función del *tiempo productivo*, un tiempo homogéneo que se asemeja al tiempo entendido por Newton¹⁴³; una entidad real objetiva independiente del ser. Este tiempo se aleja cada vez más del “alma” extirpando la posibilidad de la unión del ser con en el tiempo. Pues el “alma” como conciencia y conocimiento es la que posibilita la realización del ser en el hombre, y cuando se extirpa esta posibilidad de la comunión de ésta con el tiempo, éste pierde todo

¹⁴² Ibíd. Libro IV. Pág. 287.

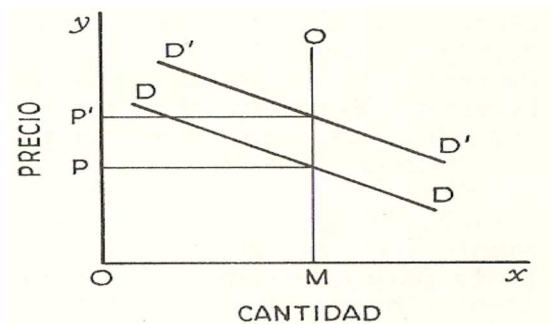
¹⁴³ Isaac Newton concibe el tiempo como “absoluto, verdadero, y matemático, en sí y por su propia naturaleza sin relación a nada externo fluye uniformemente, y se dice con otro nombre duración. El tiempo relativo, aparente y vulgar es una medida sensible y exterior (precisa o desigual) de la duración mediante el movimiento usada por el vulgo en lugar del verdadero tiempo; hora, día, mes, año y son medidas semejantes.” a lo que añade más adelante “todos los movimientos pueden ser acelerados o retardados, pero el flujo del tiempo absoluto no puede ser alterado.”. PHILOSOPHIÆ NATURALIS PRINCIPA MATHEMATICA. Madrid, España. Tecnos. 1987. pp. 32-34.

carácter humano y se convierte en una entidad puramente independiente del hombre, posibilitando su reducción a la variable.

Para hacer claro lo mencionado anteriormente se presentará un ejemplo de un modelo económico de equilibrio competitivo. Si bien no se hará énfasis en los detalles estrictamente económicos del modelo, se presentará un análisis de la concepción del tiempo en el mismo. La particularidad de este modelo a presentar es que, en el *Manual de Teoría Económica* de Alfred Stoiner y Douglas Hague¹⁴⁴, se exhiben tres tipos de tiempo. Se cita a uno de los más reconocidos economistas de la escuela neoclásica, Alfred Marshall maestro de John Maynard Keynes, quien postula el modelo y menciona “que todos los problemas más importantes que se presentan con la introducción del tiempo en un análisis económico de este tipo pueden ser tratados considerando **cómo y hasta qué punto** se llega al equilibrio entre oferta y demanda en tres periodos de tiempo”¹⁴⁵. Nótese de primera mano que la importancia del tiempo en el modelo se limita, ya que lo importante es conocer el **cómo se llega a un punto de equilibrio** en el lapso temporal. Es visible que tanto Marshall como muchos economistas no se preguntan **qué** es el tiempo, sino se asume, como se había mencionado anteriormente, como una variable.

Entonces el tiempo es Tiempo uno (t_1): periodo de mercado; Tiempo dos (t_2): periodo corto; Tiempo tres (t_3): periodo largo. El primer tiempo (t_1), periodo de mercado, hace referencia a uno o pocos días, donde el precio puede mantener un equilibrio bastante frágil, pues si se eleva la demanda de inmediato se elevará el precio. Además el precio de un periodo de mercado a otro variará como es de esperarse. Esto puede representarse de la siguiente manera:

Figura 1 Tiempo de Mercado



Fuente: Manual de Teoría Económica pág. 163

¹⁴⁴ STOINER, Alfred. Y HAGUE, Douglas. *Manual de Teoría Económica*. Madrid, España. Aguilar S.A. Ediciones. Cuarta Edición. 1968.

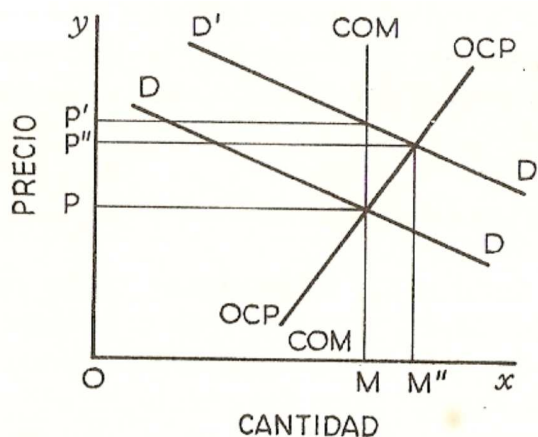
¹⁴⁵ *Ibíd.* Pág. 159. El énfasis no es del original.

Como se puede apreciar, en este periodo corto de tiempo el precio inicial (P) estará sujeto a cambios debido a la demanda, cuando ésta aumenta de (DD) a ($D'D'$), el precio igualmente se incrementara de (P) a (P'). La oferta en este periodo es (OM) lo que significa que ésta está limitada por el número de empresas que ofrezcan el producto en un solo día o pocos días, por lo cual la oferta no se alterará.

El segundo tiempo (t_2), periodo corto, se caracteriza por la reacción de la oferta. En este periodo se aplica de manera más visible el supuesto preferido por los economistas, el *ceteris paribus* (todo lo demás constante). Por ejemplo en este periodo no se tomará en cuenta el posible cambio de oficio de los marinos debido a los bajos salarios, como tampoco se tomará en cuenta las posibles influencias meteorológicas. “ignoraremos factores tales como el cambio en las condiciones meteorológicas que darán lugar a fluctuaciones diarias en el volumen del pescado y que, por tanto, afectaran el precio de un día para otro”¹⁴⁶. Se nota que lo indeseable en los modelos económicos se resuelva de manera mágica gracias al “gran” supuesto del *ceteris paribus*, posibilitando la formación de equilibrios y resolución de ecuaciones.

Pero la oferta solo puede incrementarse con una mayor producción, lo que supone se deben contratar más marineros, y para esto ofrecer mayores salarios. Por lo tanto el nuevo precio de mercado debe procurar sostener el incremento de salarios, o como prefiere llamar el manual “asegurar que los nuevos factores de producción dispuestos a trabajar en la industria pesquera”. Por ello el precio debe ser más alto que el precio inicial (P), pero más bajo que el segundo precio (P'). A continuación esta situación se reflejará en la siguiente figura:

Figura 2 Periodo Corto



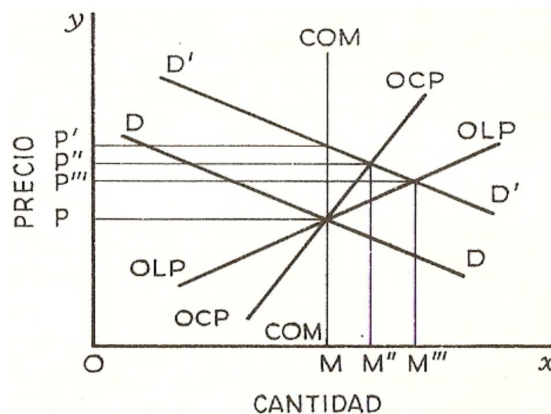
Fuente: Manual de Teoría Económica pág. 164

¹⁴⁶ Ibíd. Pág. 163.

La nueva curva de oferta (OCP) muestra su adaptación a las condiciones de demanda (D'D'), gracias al incremento de la producción (M''), lo que al mismo tiempo disminuye el precio (P') a (P''). Así el precio no es tan alto como en el primer periodo de mercado, pero se venderán más artículos que en la primera situación.

El tercer tiempo (t₃), periodo largo, la oferta estará mejor adaptada a las condiciones de la demanda. Aquí las empresas de otros sectores deben estar atraídas al sector de manera que se crean nuevas. Sin embargo los nuevos empleos creados no se pueden esperar que sean totalmente eficientes. Además, pueden generarse nuevos artefactos y equipos que pueden repercutir favorablemente al sector. Por lo tanto, la nueva curva de oferta (OLP) estará un poco más inclinada hacia la derecha que las dos anteriores, como se observa en la siguiente figura:

Figura 3 Periodo Largo



Fuente: Manual de Teoría Económica pág. 165

En el largo plazo la oferta se adaptará de mejor manera a las condiciones de la demanda, de tal forma que el precio se reduce de (P'') a (P'''). También la frontera de producción se ampliará a (M'''). La variación del precio de (P) a (P''') dependerá de la manera en que se adapte la oferta en el largo plazo. El precio en este periodo aun oscilara, pero lo hará según los ajustes que se hagan dentro de la "dinámica" entre oferta y demanda.

Como se puede ver en este modelo, basado en muchos supuestos y en el que se supone se adhiere el tiempo en el análisis, el tiempo es una variable en la que lo importante es equilibrar la oferta y la demanda, es decir lo importante es ver cómo fluctúa el precio. Además, este tiempo está en función de cuánto se debe producir para ajustar las dos curvas. "Una razón importante para introducir el periodo de tiempo de Marshall es la de que, mediante él, pueden resolverse las disputas que

frecuentemente han tenido lugar entre los economistas sobre si es más importante la demanda o la oferta en la determinación del precio.”¹⁴⁷.

Por otro lado, el tiempo es tomado como un lapso, un periodo. En este periodo el análisis se hace estático, se pasa de un periodo a otro variando unas cuantas cosas y dejando lo demás *ceteris paribus*. El tiempo se reduce de tal manera que ya no sólo es la variable que se incluye en el modelo, sino que los acontecimientos que ocurren allí son sólo unos cuantos. El tiempo no incluye la complejidad que lleva consigo, no es el que posibilita la multiplicidad de sucesos que ocurren, no adquiere la importancia que tiene en el ser de un hombre. El tiempo para la economía se hace tan burdo que el humano en él es tan solo un factor de producción.

Precisamente en el carácter de producción radica el entendimiento del tiempo según la economía: el tiempo productivo. El uso del tiempo en la economía es distinto a lo que ésta quiere entender por el tiempo, el uso y su ser son dos cosas distintas. El uso es lo que se describió en los modelos arriba presentados, es decir, un lapso que transcurre homogéneamente, una variable, un número. Pero su ser es el tiempo productivo. Un tiempo que está sólo pensado para el proceso de producción y si menos unidades de éste se gastan más beneficioso será para el sector industrial. Por eso su ser radica en lo que unidades de éste se gasten en la función de producción.

El tiempo como tal es una complejidad, sólo su definición es tan ardua que ha sido tema de los grandes filósofos, y sin embargo la economía lo reduce a una variable y un entendimiento precario. Al respecto Tomas Mann abre la posibilidad o posibilidades de concebir el tiempo de otra manera. Consigue adherir de nuevo el tiempo al ser y darle el valor humano que le merece.

“-Dices <<realmente>>, pero no tiene sentido decir <<realmente>> (...)
El tiempo no posee ninguna <<realidad>>. Cuando nos parece largo es largo, y cuando nos parece corto es corto; pero nadie sabe en realidad lo largo o lo corto que es en realidad.

-¿Cómo que no? ¿Acaso no podemos medirlo? Tenemos relojes y calendarios, y, cuando pasa un mes, pasa para mí, para ti y para todos nosotros.

-Atiende un instante (...) ¿Entonces, un minuto dura lo que tú crees que dura cuando te tomas la temperatura?

-Un minuto dura siempre lo mismo... Dura el tiempo que emplea la aguja del segundero en describir su círculo completo.

-Pero en eso no tarda siempre lo mismo...según nuestra apreciación. En realidad, insisto: en realidad (...) en realidad se trata de un movimiento, un movimiento en el espacio, ¿no es cierto? ¡Espera! Medimos el tiempo por medio del espacio. Pero eso es como si quisiésemos medir el espacio en función del tiempo, lo cual no se le ocurre más que a gente desprovista de rigor científico. De Hamburgo a Davos hay veinte horas de ferrocarril... Sí, claro, en tren. Pero a pie, ¿cuánto hay? ¿Y en la mente? ¡Ni siquiera un segundo!

¹⁴⁷ Ibíd. Pág. 161.

-Pero hombre... (...) ¿Qué te pasa? Creo que te está afectando estar aquí, entre nosotros.

-Calla. Hoy estoy muy lúcido. ¿Qué es el tiempo? (...) ¿Me lo quieres decir? El espacio lo percibimos con nuestros sentidos, por medio de la vista y el tacto. ¡Bien! ¿Pero a través de qué órgano percibimos el tiempo? ¿Me lo puedes decir? ¿Lo ves? ¡Ahí te he pillado! Entonces, ¿cómo vamos a medir una cosa de la que, en el fondo, no podemos definir nada, ni una sola de sus propiedades? Decimos: el tiempo pasa. ¡Bueno, pues que pase! Pero en lo que se refiere a medirlo... ¡Espera! Para poder medirlo sería preciso que transcurriese de una manera uniforme, ¿dónde está escrito que lo haga? A nosotros no nos da esa sensación, desde luego, tan sólo aceptamos que lo hace para garantizar un orden, y nuestras medidas no son más que puras convenciones, si me permites..."¹⁴⁸

En este diálogo Thomas Mann evoca una de las discusiones más arduas sobre el tiempo. ¿Es el tiempo una entidad independiente de las cosas como lo creía Newton? ¿O es acaso una percepción interior que no puede desligarse de la percepción humana? La discusión presentada es entre el mundo mecánico de la llanura, y el apartado mundo de la montaña donde el tiempo y la muerte están ligados estrechamente, y el tiempo pasa discontinuamente ya que como lo menciona Mann la "unidad temporal más pequeña es el mes"¹⁴⁹. Es un tiempo que adquiere nuevamente su atadura con el "alma", retoma su sentido humano; deja a un lado que el impuso mecánico de las manecillas controle su significado "Decimos: el tiempo pasa. ¡Bueno pues que pase!".

4.2 Apéndice a la sección 3.1

La Voluntad de Poder Como Origen del Valor.

"Sobre cada pueblo está suspendida una tabla de valores: es la tabla de sus triunfos, la voz de su voluntad de poder."¹⁵⁰ Por primera en su obra Nietzsche afirma el concepto en el cual toda su filosofía se asentará: la voluntad de poder concepto el cual no puede desprenderse y no puede entenderse sin sus parejas: eterno retorno, superhombre, transvaloración de los valores y nihilismo. En este primer momento Nietzsche no deja en claro qué quiere decir con voluntad de poder, mas afirma su producto esencial: los valores.

De esta forma es que puede llegar a explorar sus obras principales, su obra más reconocida y que es la entrada al final de su periodo filosófico: Así Habló Zarathustra; y su obra cumbre e inacabada: La Voluntad de Poder. En el caso de Zarathustra debe reconocerse como un tratado sobre las cuestiones que más conciernen a la filosofía: el hombre, el tiempo, el ser, la voluntad, el conocimiento

¹⁴⁸ MANN, Thomas. *La Montaña Mágica*. Barcelona, España. Editorial Edhasa. Primera Edición. 2008. pp.97-98.

¹⁴⁹ *Ibíd.* Pág. 87.

¹⁵⁰ Op. Cit. NIETZSCHE, Friedrich. *Así Habló...* De las mil metas y la única meta. Pág. 81.

de sí, etc., y su unidad sólo puede encontrarse en la concatenación de las ideas presentadas, aparentemente de manera dispar, pero que como tal es necesario dejarse llevar por la metáfora y poder así descubrir pensamientos que no pueden decirse con simples palabras.

Desde un inicio, Nietzsche presenta lo que según él es el camino a recorrer para el surgimiento del nuevo hombre. Son tres transformaciones las que el espíritu humano debe recorrer para llegar a la cúspide de su voluntad. Con el discurso inicial de las tres transformaciones, Nietzsche abre las puertas de su Zarathustra anunciando su pensamiento más esencial: la voluntad de poder como fundamento del nuevo espíritu; sin embargo esta empresa no será alcanzada con gran facilidad y no es una tarea destinada a cualquiera, pero que cualquiera puede lograr. Pero antes de continuar con esta última afirmación ¿a qué se refiere Nietzsche con las tres transformaciones anunciadas?

Son tres transformaciones, nos dice Nietzsche, las del espíritu: “de cómo el espíritu se transforma en camello, el camello en león, y finalmente en niño”¹⁵¹. Tan pronto anuncia las tres transformaciones, inmediatamente se puede pensar que son cuatro los estados del espíritu: el espíritu en la nada, el espíritu-camello, el espíritu-león y, finalmente, el espíritu-niño. Así se observa que la figura de la nada, del *nihil*, es decir del estado en el que parte el espíritu, es una de las precondiciones de su filosofía en tanto él concibe la historia de occidente como *nihilismo*. “¿Qué significa nihilismo? *Que los valores supremos pierden validez*. Falta la meta; falta la respuesta al «por qué».”¹⁵². Es así como el espíritu tiende a su primer estado, el camello, que como tal está “en espera de que le carguen” ¿de qué? De valores. Este primer estado puede contemplarse como un estado de aceptación de doblegarse ante los valores imperantes. Pero semejante carga no es satisfactoria para el espíritu, por ello en su viaje hacia *su* desierto se exige una nueva transformación. Pero hay que hacer un alto momentáneo en el *viaje a su desierto*, en tanto que debe examinarse la doctrina propuesta por Nietzsche para el logro de la nueva transformación. Entonces la pregunta a formular es ¿cuál es el desierto? El desierto es el hombre mismo.

Espíritus-camellos son los únicos capaces de viajar hacia su desierto, hacia ese lugar árido y seco llamado hombre, de aquí se desprende la fórmula por la cual debe guiar el camello su búsqueda: el conócete a ti mismo. En la tercera parte de Zarathustra Nietzsche escribe *El espíritu de la pesantez*, y en él menciona: “¡El hombre es, empero, la única carga pesada para sí mismo!”... y más adelante continúa: “Y eso, porque lleva encima de sus hombros demasiadas cargas ajenas. Semejante al camello, se arrodilla para que le carguen bien.”. Precisamente desde este punto es que surge la premisa del conocimiento de sí puesto que como

¹⁵¹ *Ibíd.* De las Tres Transformaciones. Pág. 49.

¹⁵² NIETZSCHE, Friedrich. *La Voluntad de Poder*. Madrid, España. Editorial. EDAF. 2000. Pág. 35. Cursiva es del original.

búsqueda solo puede realizarse en un viaje sobre el desierto, buscando la soledad como único refugio. “Difícil de descubrir es el hombre, y lo más difícil de todo es descubrirse a sí mismo: a menudo el espíritu miente a propósito del alma. Esa es la obra del espíritu de la pesantez.”. Es desde este punto en el que inaugura una de sus obras posteriores diciendo que: “No nos conocemos a nosotros mismo, nosotros los conocedores.”¹⁵³, y es precisamente en esta obra donde comienza a comprender el mundo, y en este caso la moral, como voluntad de poder, un ejercicio de *medición* que da origen a los sentimiento de culpa o deuda.

“El sentimiento de culpa o de estar en deuda, el sentimiento de obligación personal, para retomar el hilo de nuestra investigación, ha tenido su origen, como ya dijimos, en la más vieja y primigenia relación personal que existe: en la relación entre comprador y vendedor, acreedor y deudor; aquí es donde compareció frente a frente por primera vez una persona con otra persona, aquí se *midió* por primera vez una persona con otra.”¹⁵⁴.

En este mismo párrafo, el número 8 del segundo tratado de la *Genealogía*, en donde Nietzsche hace alusión al hombre en común con el *manas*, es decir el hombre (en alemán *Mensch*) en similitud con el medir (en alemán *messen*) ambas en conjunción con la raíz *manas*¹⁵⁵. Así es como el propio Nietzsche se permite decir que “el hombre se designó a sí mismo como el ser que mide valores, que valora y mide, como el «animal estimativo en sí». En busca de esto va el camello a su desierto, en busca del hombre como animal estimativo, en el *conocerse* como potencia para medir, es aquí donde la nueva transformación adquiere su sentido, y “en león se transforma el espíritu, que quiere conquistar su propia libertad, y ser señor de su propio desierto.”. Esta es la parte del espíritu como irrupción, del espíritu del hombre como lucha ¿contra qué lucha el espíritu? Contra los valores milenarios, contra el *tú debes* como premisa máxima, la lucha es contra el mundo suprasensible como manifestación absoluta de la voluntad humana. Frente al *tu debes* se asienta un *yo quiero*, es decir se manifiesta la voluntad y la lucha se hace patente, lucha de voluntades, lucha de poderes, la voluntad de poder se afirma en la vida y esta sólo busca crear valores para conservar y aumentar ¿qué se busca conservar y aumentar? La vida misma, es decir, la voluntad de poder. Pero el león es solo “un sagrado no al deber” es una lucha por la libertad, pero es necesario un último paso de la transformación del espíritu, el paso creador.

Conquistado el desierto, cuando el león puede encontrar “en lo más santo ilusión y capricho”, es decir cuando los ideales se desvalorizan cuando se manifiestan sus incumplimientos, es cuando el león se afirma como conquistador, cuando queda libre del amor a los ideales: “para ese robo –del quedar libre del amor a los ideales, se refiere Nietzsche aquí- es necesario el león”. Pero no basta con oponerse, esta no es la condición suprema para la creación, el oponerse aún está

¹⁵³ NIETZSCHE, Friedrich. *Genealogía de la Moral*. Madrid, España. Editorial EDAF. 2000.

¹⁵⁴ *Ibíd.* Pág. 114. cursiva es del original.

¹⁵⁵ Para esta comparación ver la nota al pie No 45 de la *Genealogía* en la presente edición.

resentido y si queda en este estado la transformación será incompleta, es allí donde surge la última transformación: el niño. “Inocencia es el niño, y el olvido, un nuevo comienzo, un juego, una rueda que se mueve por sí misma, un primer movimiento, un santo decir sí.”. Pero, ¿Cuál es el olvido, y cuál es la rueda que se mueve por sí misma? Nietzsche está afirmando desde su primer discurso, *De las tres transformaciones*, el contenido de su obra, está explicitando dos de los conceptos fundamentales en su filosofía: la rueda que gira sobre sí, el eterno retorno; y el santo decir sí, la voluntad de poder. Pues bien, el niño es el olvido, es el afirmar la voluntad de poder como condición de la vida, un santo decir sí, una nueva valoración de las cosas: “el espíritu lucha ahora por *su* voluntad propia, el que se retiró del mundo conquista ahora *su* mundo.”.

Para clarificar el punto de las tres transformaciones, Estanislao Zuleta sintetiza de manera excepcional la importancia de cada transformación y de su interdependencia, que como él menciona “ninguna de estas tres figuras puede afirmarse por sí misma y solo existen en la medida en que se contraponen, es decir, solo existen si coexisten en una tensión interior”¹⁵⁶. De esta forma es que Zuleta considera las tres transformaciones como etapas psicológicas. Entonces, el camello hace referencia a la instancia en donde se hace una inscripción de las normas, en este punto se configura el ideal de un yo. Aquí se concatenan todas las imposiciones culturales: el idioma, las costumbres, los deberes, la alegría a pertenecer a una familia, a una clase, a un pueblo: “porque para hacer algo hay que pertenecer a algo.”: El león, comenta Zuleta, es el riesgo de marchar a la soledad, el dolor de decir no a lo más venerable para ser sí mismo así sea con el riesgo de la expulsión. Por último, el niño es la instancia de creación, de ser algo que no han obligado a ser, “no sea la obediencia al pasado, ni la simple negación del pasado.”, puesto que para afirmar el sí debe recurrirse a una instancia más allá de la deuda y venganza, es poder decir -revalorar- al pasado como un *fue así porque lo quise*. Sólo de esta manera es que puede asentarse la voluntad para la creación, la voluntad de poder.

Pero la voluntad de poder como condición del hombre y su existencia es el resultado de un proceso histórico, proceso el cual Nietzsche llamó nihilismo. Así nihilismo se transforma en la forma por la cual todo valor supremo, es decir, lo suprasensible como ideal de mundo a cumplirse se desmorona, y nunca el ideal será realizable en el mundo sensible. Por lo tanto la consumación del nihilismo se realizará una vez se transmuten todos los valores existentes hasta el momento, se asienta el santo decir sí frente al no de los valores precedentes; comenta Heidegger que “Esta transvaloración constituye la esencia acabada del nihilismo”¹⁵⁷. Bajo esta perspectiva, nihilismo asienta un carácter polivalente dado

¹⁵⁶ ZULETA, Estanislao. *Comentarios a Así Hablaba Zarathustra de Friedrich Nietzsche*. Medellín, Colombia. Hombre Nuevo Editores. 2009. Pág. 47.

¹⁵⁷ HEIDEGGER, Martin. *Nietzsche*. Segundo Tomo. Barcelona, España. Ediciones Destino. 2000. Pág. 223.

que en un sentido es mera negatividad, todo lo válido hasta el momento debe decaer; pero por otro lado se debe afirmar una nueva posición de valores para consumir su tarea. El mundo desvalorizado aún seguirá existiendo como mundo, y mientras tanto el hombre siga existiendo existirá un punto de vista es decir, “la vida se muestra en su esencia como instauradora de valores”¹⁵⁸.

A pesar de esto, la tarea a realizar, como se mencionó anteriormente, puede ser realizada por todos pero no todos la pueden realizar. El hombre en cuanto es hombre posee voluntad y esta voluntad es la que afirma el carácter instaurador de valores, pero voluntad como dice Nietzsche, no es una mera palabra sencilla como parece. La unidad de este principio existe solo en cuanto palabra, dado que voluntad afirma una multiplicidad no explícita solo en cuanto se nombre. Entonces ¿qué es voluntad para Nietzsche?:

“Los filósofos tienen la costumbre de hablar de voluntad como si fuese la cosa mejor conocida del mundo. (...) La voluntad se me aparece ante todo como algo *complejo*, algo que no tiene unidad más que en su nombre, y en esta unidad del nombre es precisamente donde reside el prejuicio popular que ha engañado la circunspección siempre muy deficiente de los filósofos. (...) en toda voluntad hay, ante todo, una pluralidad de sentimientos: el sentimiento del estado del que se *quiere salir*, el del estado a que se *tiende*, la sensación de estas dos direcciones mismas (...) Del mismo modo que el sentir, y un sentir múltiple, es evidentemente uno de los ingredientes de la voluntad, contiene también un pensar: en todo acto voluntario hay un pensamiento directriz, y hay que guardarse de creer que se puede aislar este pensamiento del «querer» para obtener un precipitado que seguirá siendo voluntad. En tercer lugar, la voluntad no es únicamente un complejo de sensaciones y pensamientos, sino también, y ante todo, un estado *afectivo*, la emoción de mandar de la que hemos hablado anteriormente (...)”¹⁵⁹.

Es así cuando debe entenderse que esta multiplicidad de sentimientos, estados y acciones puede ser lograda por cualquiera, pero no es deseable o alcanzable por todos. Mandar es mucho más difícil que obedecer. En el obedecer solo hay un proyección de la docilidad del alma, un alma que queda subalternada por una voluntad superior. Por otro lado, en el Mandar hay también un mandar-se y esto es más difícil de lograr que el estado dormitivo de la docilidad. Por ello nace así una nueva exigencia, el hombre debe estar en constante superación de sí mismo, solo de esta manera, “ser un creador en el bien y en el mal”, es que puede afirmarse una nueva concepción de hombre, una que sea destructora y quebrantadora de valores, una que pueda afirmar “¡Y rompamos todo aquello que podamos romper a nuestras verdades! ¡Hay aún muchas cosas por edificar!”¹⁶⁰, una nueva concepción del hombre a la que Nietzsche llama: el superhombre.

¹⁵⁸ HEIDEGGER, Martin. *Caminos del Bosque*. La frase de Nietzsche “Dios ha Muerto”. Madrid, España. Editorial Alianza. 1996, pp. 190-240.

¹⁵⁹ NIETZSCHE, Friedrich. *Más allá del bien y del mal*. Madrid, España. Editorial EDAF. 2005. Pp. 68-69.

¹⁶⁰ *Así Habló Zarathustra*. De la Superación de Sí Mismo.

En tanto se ha derrumbado lo suprasensible queda el hombre como voluntad representadora e impositora de valores, es decir la esencia de la subjetividad acabada en el pensar moderno. “Por eso la voluntad de poder, en cuanto subjetividad acabada, sólo puede poner su esencia en el sujeto como el cual el hombre es y, más precisamente, aquel que ha ido más allá del hombre que existía hasta el momento.”¹⁶¹. Concibiéndolo como un proceso que sugería el pensar occidental, que se acentúa en el pensar moderno desde Descartes, Heidegger menciona que este pensamiento no es una “arrogancia del señor Nietzsche”, sino “puro ejercicio de la voluntad de poder”, y debe entenderse a ésta como el acabamiento de la metafísica de occidente.

No obstante hay que aclarar que superhombre debe entenderse no como una figura de superioridad, entendida desde una mala interpretación de la voluntad de poder, sino más bien debe entenderse como una figura de superación ¿de qué?, del último hombre u hombre moderno que está atrapado en la consagración a los valores válidos hasta el momento. Por eso Zarathustra anuncia la fórmula del superhombre: eterno retorno y voluntad de poder. Ambas partes se copertenecen para hacer surgir esa figura del hombre nuevo. Por eso es necesario mencionar a qué hace referencia estos dos conceptos, que si bien se han mencionado, se ha hecho de manera implícita siendo ellos las directrices del pensamiento nietzscheano.

El tiempo tiene una particularidad para el pensar anterior a Nietzsche y es que pasa, es decir la actitud asumida frente al tiempo es la del ya no es o no ser, puesto que siempre se asume el tiempo como lo que pasa. Por eso dice Nietzsche “Que el tiempo no camine hacia atrás es su secreta rabia: la piedra a la que no puede remover, se llama ‘lo que fue fue’.”. Por eso venganza contra el tiempo y su fue es la aversión de la voluntad. De este modo puede entenderse que, primero el tiempo expresa una característica para Nietzsche es el fue; segundo, que el resentimiento o venganza es la actitud asumida frente a esa concepción de tiempo, en donde todo es visto con rabia, con resentimiento o nostalgia y esto es lo que pretende condenar con una nueva visión de la voluntad.

Siempre hay un debate en la humanidad: hay una pérdida en tanto siempre hay un movimiento entre el ya no es del tiempo, y el todavía no es, frente esta devaluación de la vida por causa de la concepción de tiempo es que Nietzsche pretende asumir su más alta aspiración. “la contavoluntad –aversión– contra el tiempo rebaja lo pasajero. Lo terrestre, la tierra y todo lo que pertenece a ella es lo que propiamente no debería ser y que en el fondo tampoco tiene que ser verdadero.”¹⁶². Por eso la formulación de un Eterno Retorno es la actitud a asumir

¹⁶¹ Óp. Cit. HEIDEGGER, Martin. *Nietzsche*. Pág 245.

¹⁶² HEIDEGGER, Martin. *Conferencias y Artículos*. ¿Quién es el Zarathustra de Nietzsche? Barcelona, Ediciones del Serbal, 1994. Pág. 104.

frente a la venganza del tiempo y su fue, es la liberación de la atadura del tiempo pasajero “solo entonces el hombre puede pasar por el puente, y liberado del espíritu de la venganza, ser el que pasa al otro lado, el ultrahombre.”¹⁶³. Esto que comenta Heidegger es la acentuación del Sí al tiempo como voluntad del hombre para la liberación, Zuleta hace una acertada conclusión del Eterno Retorno:

“El *eterno retorno* más bien es, pues una forma de concepción y de vivencia del tiempo que se reinscribe todo el pasado en un sentido y que configura el presente como conjunto de posible e imposibles, que es determinado retrospectivamente por el futuro, es decir, sólo en una perspectiva futura se puede calificar un presente digamos como obstáculo o como medio de algo que está en el futuro, si nada estuviera en el futuro entonces no sería calificable en absoluto ningún presente.”¹⁶⁴.

Entonces, Voluntad de Poder es la forma como se inscribe el pensamiento de Nietzsche frente al devenir. Esto no quiere decir en ningún momento una aspiración a dominar a otros en las distintas índoles del accionar humano, esta mala interpretación del pensamiento de Nietzsche es muy frecuente para socavar su pensamiento o inscribirlo de forma política como excusa para dominar coercitivamente. Voluntad de Poder es una forma de reinterpretar el mundo de manera subjetiva, es decir la mayor objetividad es interpretar el mundo de manera subjetiva, y la expresión máxima de subjetividad es la voluntad de poder.

Voluntad y poder se pertenecen, desde aquí, de manera apriorística, su unión reside en que ambas expresan una parte de la otra. Voluntad en tanto que querer, como se había mencionado anteriormente, es un aspirar a algo, es un ejercicio de dominio y fuerza, es un alcanzar poder. Y poder es ser señor en cada grado alcanzado de poder, esta es su esencia, y en tanto poder debe ser autorrecogimiento de poder. Su unión es la manera en que se puede concebir una reinterpretación de las cosas desde la subjetividad, el ejercicio efectivo de esta es la vida misma del hombre que se empeña en realizar su punto de vista como el ser de la totalidad de lo ente. Heidegger entiende estas dos palabras como:

“En la fórmula ‘voluntad de poder’ la palabra poder solo nombra la esencia del modo en que la voluntad se quiere a sí misma, en la medida en que es el ordenar. En cuanto tal ordenar, la voluntad se reúne consigo misma, esto es, con lo querido por ella. Este autorrecogimiento es la facultad de poder del poder. Existe tan poco una voluntad misma, como un poder por sí mismo. Así pues, voluntad y poder tampoco se limitan a estar agrupados en la voluntad de poder, sino que la voluntad es en cuanto Voluntad de la voluntad, la voluntad de poder en el sentido del otorgamiento de poder. Pues bien, el poder tiene su esencia en el hecho de que, en cuanto voluntad dentro de la voluntad, está al servicio de la voluntad. La voluntad de poder es la esencia del poder. Muestra

¹⁶³ *Ibíd.* Pág. 105.

¹⁶⁴ *Óp. Cit.* ZULETA, Estanislao. *Comentarios...* Pág. 89.

la esencia incondicionada de la voluntad que, en cuanto pura voluntad, se quiere a sí misma.”¹⁶⁵.

Una vez expuestas todas las interrelaciones entre: Voluntad de Poder, Eterno Retorno, Nihilismo, Transvaloración de todos los valores y Superhombre, puede hacerse un intento de aproximación de la palabra Valor para Nietzsche. ¿Qué es valor para Nietzsche? “es el punto de vista de condiciones de conservación y crecimiento en relación con seres complejos, que tienen una vida de duración relativa dentro del devenir.”, en cuanto punto de vista el valor es lo que se toma en consideración, y en cuanto considerar es un medir la fuerza respectiva de cada valor. Por eso Heidegger comenta que el Valor se relaciona con el tanto, con un *quantum* y con el número. En el aforismo 704 de la voluntad de poder afirma Nietzsche que el valor puede “emplearse el número y la medida. Debería intentarse construir un orden científico de los valores simplemente sobre una escala de número y medida de la fuerza...”. Desde aquí se desprende la relación entre la conceptualización de Nietzsche con la de la economía, voluntad de poder como principio del Valor, de similar manera como Marx había mencionado que el valor económico era resultado de la fetichización, del ocultamiento de las relaciones de poder adscritas en el proceso de realización de una mercancía. En el aforismo 8 del segundo tratado de la genealogía de la moral se hace contundente esta relación en donde Nietzsche señala el principio motor de la construcción de Valor.

“Poner precio, determinar el valor, idear equivalencia, cambiar productos: todo esto ha dejado su impronta en tal medida ya en el primerísimo pensar del hombre que es en cierto sentido *el* pensar; aquí se ha criado la más vieja forma de perspicacia, aquí cabe conjeturar asimismo que reside el primer germen del orgullo humano, de su sentido de preeminencia frente a los animales.”.

Cualquier economista estaría de acuerdo con esta afirmación, en tanto puede sustraerse al pensar económico. Pese a esto, el pensamiento tiene una dirección más amplia y señala la posición del hombre frente al pensar subjetivo de la tradición occidental. La relación entre esta forma de pensar y la economía reside en que ambas son producto de la metafísica de occidente que señala el camino de las cosas en tanto una mente activa las piensa, es decir desde la posición subjetiva que ve al ente como un existencia y como tal está a disposición del hombre que quiere afirmarse frente a ellas. Bajo esta panorámica, sólo resta señalar un punto en el surgimiento del Valor como condición del pensar del hombre occidental: las relaciones de poder.

¹⁶⁵ Op. Cit. HEIDEGGER, Martin. *La Frase de...* pp. 190-240.

5. BIBLIOGRAFIA

ALONSO, Luis E. y CALLEJO, Javier. Consumo e individualismo metodológico: una perspectiva crítica. UNED. En: Revista Política y Sociedad. No 16 (1994).

ARISTÓTELES. Física. Libro IV. Madrid, España. Editorial Gredos. Primera Reimpresión.1998.

BAUDRILLARD, Jean. Crítica de la economía política del signo. México. Siglo Veintiuno Editores. Quinta Edición. 1983.

----- El Sistema de los Objetos. México. Siglo Veintiuno Editores. 1969.

BOURDIEU, Pierre. Sobre la Televisión. Barcelona, España. Editorial Anagrama. 1996.

DE GREIFF, León. Obra Poética. Caracas, Venezuela. Biblioteca Ayacucho. 1993.

FAZIO VENGOA, Hugo. La globalización en su historia. Bogotá, Colombia. Ediciones UNAL. 2002.

FOUCAULT, Michel. El sujeto y el poder. Publicado en Chicago University Press, 1983. De la traducción de Santiago Carassale y Angélica Vitale.

----- Microfísica del Poder. Madrid, España. Ediciones la Piqueta. Tercera edición. 1992.

----- Las Palabras y las Cosas. México; Siglo veintiuno editores. Decimosexta edición. 1985.

----- La verdad y las formas jurídicas. Barcelona, España. Editorial Gedisa. 1996.

----- Obras Esenciales, Volumen III. Foucault. Barcelona, España. Ediciones Paidós. 1999.

HUXLEY, Aldous. Nueva visita a un mundo feliz. Bogotá, Colombia. Editorial Seix Barral. 1984.

HEIDEGGER, Martin. Caminos del Bosque. La frase de Nietzsche "Dios ha Muerto". Madrid, España. Editorial Alianza. Pp. 190-240.

----- Conferencias y Artículos. ¿Quién es el Zarathustra de Nietzsche? Barcelona, Ediciones del Serbal, 1994.

- Nietzsche. Segundo Tomo. Barcelona, España. Ediciones Destino. 2000.
- LÓPEZ, Héctor F. El Mito de la Modernidad. Bogotá: Ediciones Horfe. 1997.
- Ensayos de Economía. Valor y Dinero. Bogotá: Ediciones Horfe. 1998.
- LÓPEZ F., Luis, Introducción a los medios de comunicación. Universidad Santo Tomas. Bogotá, 1987.
- MAIGRET, Éric. Sociología de la comunicación y de los medios. Bogotá, Colombia. Fondo de Cultura Económica. 2005.
- MANN, Thomas. La Montaña Mágica. Barcelona, España. Editorial Edhasa. Primera Edición. 2008.
- MARX, Karl. Contribución a la crítica de la economía política. Moscú, URRS. Editorial Progreso. 1989.
- El Capital. Tomo I. Barcelona, España. Ediciones Orbis. Segunda Edición. 1986.
- NAREDO, José M. La Economía en Evolución. Historia y perspectiva de las categorías básicas del pensamiento económico. España: Siglo veintiuno editores. Tercera edición. 2003.
- NEWTON, Isaac. PHILOSOPHIÆ NATURALIS PRINCIPA MATHEMATICA. Madrid, España. Tecnos. 1987.
- NIETZSCHE, Friedrich. Así Habló Zarathustra. Bogotá, Colombia. Editorial La Oveja Negra. 1982.
- Genealogía de la Moral. Madrid, España. Editorial EDAF. 2000.
- La Voluntad de Poder. Madrid, España. Editorial. EDAF. 2000.
- Más allá del bien y del mal. Madrid, España. Editorial EDAF. 2005.
- PACKARD, Vance. Las formas ocultas de la propaganda. Buenos Aires, Argentina. Octava edición. Editorial Sudamericana. 1970.
- QUALTER, Terence. H. Publicidad y democracia en la sociedad de masas. Barcelona, España. Ediciones Paidós.

RICARDO, David. Principios de economía política y tributación. Bogotá, Colombia. Fondo de Cultura Económica. Primer Edición, Segunda Reimpresión. 1997.

SARTORI, Giovanni. Homo Videns: la sociedad teledirigida. España. Punto de Lectura. 2007.

SMITH, Adam. La Riqueza de las Naciones. Tomo I. Libro I. Barcelona, España. Ediciones Folio.

STOINER, Alfred. Y HAGUE, Douglas. Manual de Teoría Económica. Madrid, España. Aguilar S.A. Ediciones. Cuarta Edición. 1968.

TOURAINE, Alain. Crítica de la Modernidad. México. Fondo de Cultura Económica.

VEBLEN, Thorstein. El Instinto de trabajo útil y el fastidio del trabajo. En: Revista Española de Investigaciones Sociológicas. No 86 (Abril-Junio, 1999). Pp. 343-354. *The Instinct of Workmanship and the Iirksomeness of Labor*, publicado originalmente en *The American Journal of Sociology*, vol. 4, 1898-1899, pp. 187-201.

----- Teoría de la clase ociosa. México. Fondo de Cultura Económica. 2005.

----- The theory of the leisure class. Oxford, Gran Bretaña. Oxford University Press. 2007.

ZULETA, Estanislao. Arte y Filosofía. Medellín: Hombre Nuevo Editores. Quinta Edición. 2007.

----- Comentarios a Así Hablaba Zarathustra de Friedrich Nietzsche. Medellín, Colombia. Hombre Nuevo Editores. 2009.

Canciones

SUI GENERIS. Álbum: Sinfonía para adolescentes. Canción: Espejos. Universal. Año: 2000