

Forma y contenido, y la dialéctica del valor

La nota sobre generación y realización del valor, ([aquí](#)), conecta con la crítica a la idea de que el valor es una propiedad física ([aquí](#), [aquí](#)); y con la que sostiene que es individual ([aquí](#)). Cuestiones que remiten a la relación entre el contenido y la forma del valor. Es que lo que subyace a esos enfoques es que el contenido del valor – trabajo social objetivado – existe con independencia de su manifestación, de la forma del valor. De ahí una crítica que se me hace: que confundo la objetividad del valor con su expresión.

Aprovecho entonces la respuesta a esta crítica para profundizar en la dialéctica entre contenido (o esencia) y forma. Ya en entradas anteriores procuré acercar a los lectores a la dialéctica hegeliana y marxiana ([aquí](#), [aquí aquí](#)). Aunque estoy lejos de ser un experto en Hegel, y muchos (muchísimos, mejor dicho) pasajes de su obra no los entiendo, considero que, con ayuda de los especialistas y comentaristas, podemos captar algunas figuras del pensamiento dialéctico que son fundamentales para la crítica de la ideología burguesa, y en particular, de la Economía Política. Dedico entonces esta nota a la relación entre contenido y forma, aplicada a la teoría del valor de Marx.

Advertencia: lo que sigue supone un conocimiento básico del primer capítulo de *El Capital*.

Insistencia en “lo que se revela” y objetividad del valor

En el capítulo 1 de *El Capital*, encontramos muchas referencias a “lo que se manifiesta”, “sale a la luz” o “se pone de relieve” en la relación entre las mercancías. Por ejemplo, en la relación 20 metros de tela valen una chaqueta “*sale a la luz...* el propio carácter del lienzo” (p. 61; énfasis añadido). Luego, lo que “*pone de relieve* su carácter de valor [de la mercancía] es su propia relación con otra mercancía” (p. 62; *ibid.*; énfasis añadido). Asimismo la expresión de equivalencia de las mercancías “*saca a la luz* el carácter específico del trabajo en cuanto formador de valor” (*ibid.*). Poco después, el equivalente es “cosa en la que *se manifiesta* el valor” (p. 63). En este respecto, los precios son *el lenguaje* de las mercancías; y la tela “*revela* sus pensamientos” al entrar en relación con la chaqueta (p. 64). Antes, y en referencia a las variadas proporciones en que una mercancía se intercambia por otras, Marx escribe que debe poseer un contenido diferente de estos diversos *modos de expresión*” (p. 45; énfasis añadido).

Todo esto con una pregunta que recorre el texto desde el inicio del apartado dedicado a la forma del valor: ¿en qué consiste la objetividad del valor de las mercancías? ¿Qué tipo de propiedad es esa, la de ser valor, *que tienen* las mercancías (o sea, que es *de ellas*)?

Manifestación y existencia

La razón de esa insistencia en lo que se manifiesta es sencilla: el contenido (o esencia, o sustancia), para ser tal, *debe manifestarse*. Si no se manifiesta, lisa y llanamente, *no existe*.

Lo explicamos con un ejemplo. Supongamos que Pedro afirma que es un gran escritor, de la talla de un Borges o un Vargas Llosa. Supongamos que le preguntan qué escribió para afirmar tal cosa, y responde que es un gran escritor “en sí mismo”, o “en contenido”, aunque todavía no lo manifestó - u objetivó, o materializó - en escrito alguno. Esto es, el gran escritor que es Pedro existe, pero sin manifestación.

Pues bien, cualquier persona en su sano juicio dirá que esa no manifestación de la naturaleza de escritor de Pedro se debe, simplemente, a que no es un escritor. Con lo cual esa persona de sano juicio estará coincidiendo con una idea que es muy importante en Hegel – también en Marx: que la esencia (o el contenido, la sustancia) *no existe si no se manifiesta*. En otros términos, que la esencia, en sí misma, sin manifestarse, no tiene existencia. Como dice Hegel, la esencia “no existe ni en sí, ni por sí misma; *existe por medio de otro...*” (p. 340, CL; énfasis agregado). ¿Y qué es ese otro por medio del cual existe? Pues es su manifestación, su aparecer, que siempre es relación “hacia afuera”, con otro.

Por ejemplo, en el caso del escritor, la manifestación de su esencia - escritor - es relación con sus escritos; o con el público. Si no existe esa relación - ese hacia afuera - la esencia no tiene existencia. Otro ejemplo: si “en sí” Juan es una buena persona, debe manifestarse en sus acciones. De Boer dice: “Porque el bien mismo es nada aparte de su *aparición en hechos efectivos* y, considerados desde un punto de vista moral, esos hechos son nada por fuera de su finita reflexión del bien como tal” (p. 353; énfasis agregado).

Algo similar ocurre con el valor. Si el valor es trabajo social objetivado, como sostiene Marx, no puede existir al margen de la relación entre el trabajo privado, empleado en producir la mercancía, y los demás trabajos privados. Y esta relación debe manifestarse (aunque la manifestación oculte el contenido), porque de lo contrario, tampoco podríamos hablar de relación. Por eso también, el valor no puede existir al margen de la objetivación del trabajo en la mercancía; ni esa objetivación, al margen de la relación entre las mercancías: “... la objetividad del valor de las mercancías, por ser la mera ‘existencia social’ de tales cosas, *únicamente puede quedar expresada por la relación omnilateral de las mismas*; la forma de valor de las mercancías, por consiguiente, tiene que ser una forma socialmente vigente” (p. 81, t. 1, *El Capital*; énfasis añadido).

Por eso el valor de cambio se hace esencial para esa “existencia social” de la mercancía, ser valor. Por caso, si Juan ha producido *A* en 100 horas de trabajo privado, pero nadie desea adquirir *A*, decimos que no tiene valor (“no vale nada”). El trabajo privado de Juan no se ha validado como trabajo social. Pensar que el trabajo privado, abstraído de su relación con el trabajo social, genera de por sí valor, equivale a atribuir al valor una esencia “en-sí-misma”, al margen de su manifestación en el precio. Lo que equivaldría a sostener que el valor es propio de un mundo trascendente. Y desconocer la forma social - productores privados - que obliga a comparar los tiempos de trabajo a través de cosas, en el mercado.

Identidad y diferencia

Lo explicado en el apartado anterior también lo podemos ver en la relación dialéctica entre identidad y diferencia. Es que para que exista el valor en la cosa – el momento de la identidad – tiene que haber expresión en el otro, diferencia. La pura identidad (*A vale A*) es una igualdad vacía de contenido. Por lo tanto, hablar de la sustancia, o contenido, apelando a esa identidad abstracta, es quedarnos con las manos vacías, ya que la esencia absoluta, en esa simplicidad consigo misma, “*no tiene existencia*” (p. 340, CL; énfasis agregado). En cambio, cuando decimos *A vale B* tenemos la salida de la forma relativa (*A*) hacia la forma equivalente (*B*). Esto es, hay diferencia, *sin que por ello desaparezca la identidad*. Por el contrario, es por medio de esa relación con un diferente (en valor de uso) pero un igual (en valor) que *A* afirma su identidad como valor. Pero ya no es una identidad abstracta, sino concreta, porque contiene en sí la diferencia, la relación con el otro, y la identidad.

En otros términos, la identidad, separada de la diferencia, *no se sostiene; como tampoco la desigualdad separada de la identidad* (en este último caso, la identidad del valor desaparecería). Esto significa que la mercancía *A* se relaciona consigo misma como valor en tanto expresa este último en la mercancía *B*. Y solo por esa relación el trabajo invertido en *A* llega a ser “por sí” valor.

En este punto es ilustrativo el paralelismo que hace Marx entre este relacionamiento “con otro” de la mercancía, y el ser humano. En nota en p. 65 lo ilustra con lo que ocurre con el ser humano: “con el hombre sucede lo mismo que con la mercancía. (...) *Tan solo a través de la relación* con el hombre Pablo como igual suyo, el hombre Pedro *se relaciona consigo mismo como hombre*. Pero con ello también el hombre Pablo, de pies a cabeza, en su corporeidad paulina, cuenta para Pedro como *la forma en que se manifiesta el género hombre*” (p. 65; énfasis agregado). La identidad de Pedro en tanto ser humano – género humano – existe a través de su relación con otros seres humanos; relación que a su vez es *forma en que se manifiesta* esa identidad esencial. No existe un contenido, género humano, como un “en sí”, *al margen o por fuera la relación de los seres humanos entre sí*. Obsérvese, además, que no por esto la identidad de Pedro desaparece. Por el contrario, se afirma en y a través de su relación con Pablo.

Más en general, pensar que la identidad (valor de *A*) puede mantenerse al margen de la diferencia (*A vale B*) es caer en un error propio del entendimiento que abstrae y aísla. Esta forma de pensamiento, como dice Hegel, “tiene ante sí siempre la identidad abstracta y fuera y al lado de aquella solo ve la diferencia” (p. 362, CL). Es el pensamiento que mantiene la identidad por fuera de la diferencia, y la diferencia por fuera de la identidad (*ibid.*). Implica, además, concebir la identidad (la esencia) en “inmóvil simplicidad” (p. 365, CL). Para seguir con el ejemplo de Marx, en el relacionamiento de Pedro con Pablo hay movimiento; como lo hay en la vuelta de Pedro hacia sí, ya que no se disuelve en la relación con Pablo. De manera que estamos lejos de lo simple inmóvil y vacío. Por eso, la verdad está en el concreto, “en la relación de lo idéntico simple con un múltiple diferente a él” (p. 362, CL). En el caso del valor, el concreto es la unidad de la sustancia, o contenido, del valor (tiempo de trabajo social) con su forma, su expresión. Es la unidad del “ir hacia afuera”, la relación con el otro,

y por eso mismo ser valor. Por eso, es a través de la forma por la cual el valor pasa a ser un existente.

Observemos, por otra parte, que la relación entre lo múltiple (las múltiples expresiones del valor de *A*, en su relacionamiento con las mercancías *B*, *C*...) y lo que permanece como trasfondo (como sustancia, contenido), es señalada por Marx al tratar la forma desplegada del valor: “El valor del lienzo se mantiene invariable [es el momento de la identidad], ya es exprese en chaqueta, o café o hierro, etcétera, en innumerables y distintas [el momento de la diferencia] mercancías...” (p. 78, t. 1, *El Capital*). Identidad que, por otra parte, nos hace salir de la esfera de lo contingente – la forma simple del valor – para establecer la magnitud del valor – tiempos de trabajo – como la que rige las relaciones de intercambio.

Ampliación de la crítica a la “cosa-en-sí”

Destacamos que la crítica de la “cosa-en-sí” recorre buena parte de la *Ciencia de la Lógica* y la *Lógica de la Enciclopedia* (también de la *Fenomenología del espíritu*). Transcribo un pasaje de la Doctrina del ser:

“Se dice que las cosas están en-sí en cuanto se abstrae de todo ser-para-otro, lo cual significa en general: en cuanto se las piensa sin ninguna determinación, como nada. En este sentido no se puede saber qué es la cosa-en-sí. Pues la pregunta: ¿qué? pide que sean enunciadas determinaciones; pero cuando las cosas, de las cuales se desearía que fueran enunciadas, deben al mismo tiempo ser cosas-en-sí, lo cual significa precisamente sin determinación, se halla instalada en la pregunta, sin que uno se dé cuenta, la imposibilidad de contestación, o bien se puede dar una respuesta sin sentido. La cosa-en-sí es lo mismo que aquel absoluto del cual no se sabe nada” (p. 109 CL).

De nuevo, no existe el “valor-en-sí”, al margen de la relación del trabajo aplicado a la mercancía con el trabajo social general. Por eso, el valor no puede existir como propiedad objetiva (de la cosa) sin el momento del otro. En todo caso, ese “valor-en-sí” estaría más allá de nuestro conocimiento, ya que el valor de cambio (la forma del valor) no revelaría nada sobre la abstracta e indeterminada “cosa-en-sí”.

Este mismo criterio dialéctico se aplica a la propiedad de las cosas. Así, la propiedad social (“sobrenatural”, dice Marx) de la mercancía, su valor, es inseparable de su relación con otras mercancías. Aunque, a la vez, es propia de ella. Lo fundamental es que tal propiedad no se agrega desde fuera a una sustancia llamada valor, que existiría “en sí”.

Hegel escribe: “La cosa en sí...no es... esencialmente solo cosa en sí, de manera que sus propiedades sean el ser puesto propio de la reflexión extrínseca” [o sea, no hay nada forzado, puesto desde afuera] sino que son sus propias determinaciones, por cuyo medio ella se comporta de una determinada manera. No hay una base indeterminada, que se encuentra allende su existencia extrínseca [la existencia extrínseca es el relacionamiento con el otro, con el afuera] sino que está presente como fundamento en sus propiedades, vale decir, es la identidad consigo misma en su ser-puesta [ser puesta porque esa identidad consigo mismo

surge de la relación con la forma de manifestarse]. (...) por medio de su existencia la cosa en sí entra en relaciones extrínsecas y la existencia consiste en esta exterioridad... (p. 429, CL).

En este respecto, Taylor plantea que las propiedades de la cosa son una *expresión de su esencia*; ya que está en la naturaleza de la esencia manifestarse en propiedades que le están relacionadas *necesariamente* (p. 261).

La forma esencial

En línea con lo que hemos explicado hasta aquí, es importante comprender que la forma no se añade a la esencia, como si fuera algo venido del exterior. Es que la esencia está determinada como un contenido específico, y esa determinación es la forma. Como explica Stace, la concepción hegeliana de forma (también de materia) es la concepción de los griegos. Esto significa que la forma no es solo la figura, como se entiende hoy, sino la totalidad de los caracteres, el principio de diferenciación (Stace, p. 197). Moreau, comentando a Aristóteles, explica que la forma es “la razón determinante, la determinación esencial, lo que hace que una cosa sea lo que es” (p. 88). Y esta noción se aplica al valor.

Efectivamente, la forma del valor determina, y hace que el valor sea lo que es, tiempo de trabajo social objetivado. Esto es, un tipo especial de trabajo (por ejemplo, no es trabajo privado). Por lo tanto, no puede existir ese contenido al margen de la determinación. En consecuencia, la forma es, en cierta medida, contenido. Dice Hegel “la forma tiene en su propia identidad la esencia, así como la esencia tiene en su naturaleza negativa la forma absoluta. De modo que no puede preguntarse cómo la forma se añade a la esencia pues aquella [la forma] es solo el aparecer de esta [la esencia] en sí misma, la propia reflexión ínsita en ella” (p. 396, CL; reflexión es el relacionar; el relacionar de la esencia con la forma es propia de la esencia, es inherente a ella).

Esto es, la forma no existe al margen, o por fuera, o con anterioridad, al contenido. O, como explica Hegel, si se considera una forma que se agrega desde afuera, a lo que ya existe de por sí, se tratará de una forma inesencial. No afecta al contenido del libro que la tapa sea de tal o cual material; no afecta al valor de *A* que el mismo se exprese en 120 dólares o en 110 euros; estas son formas inesenciales.

En consecuencia, la forma, cuando es esencial, determina, y por esto mismo establece la identidad. Por ejemplo, tal trabajo es validado en el mercado como trabajo social a través y por medio de la forma en que se manifiesta el valor. Y al hacerlo, el valor se objetiva como propiedad de la mercancía. La forma determinante es, por lo tanto, esencial.

La importancia de la forma en el pensamiento crítico

Como hemos adelantado, del hecho de que el contenido, o la esencia, deba manifestarse para existir, no se desprende que ese contenido, en la sociedad capitalista, se manifieste en su verdadera naturaleza. La explicación de Marx del fetichismo de la mercancía se basa precisamente en que la forma de la mercancía oculta el fundamento que determina las magnitudes del valor, esto es, oculta “el contenido de las determinaciones del valor” (p. 87, t.

1. *El Capital*). Así, la igualdad entre los trabajos adquiere “la *forma* material de la igual objetividad de los productos del trabajo” (p. 88).

De la misma manera, el salario (pago del trabajo) es la *forma* mistificada en que aparece el valor de la fuerza de trabajo; y la ganancia, el interés y la renta son las *formas* mistificadas en que aparece la plusvalía. Una cuestión imposible de captar si se parte de la idea, típica de Ricardo, de que la forma valor es inesencial.

Textos citados:

De Boer, K. (2010): “Hegel’s Account of Contradiction in the *Science of Logic* Reconsidered”, *Journal of the History of Philosophy*, vol. 48, N° 3, pp. 345-374.

Hegel, G. W. F. (1958): *Ciencia de la Lógica*, Buenos Aires, Solar / Hachette.

Marx, K. (1999): *El Capital*, México, Siglo XXI.

Moreau, J. (1993): *Aristóteles y su escuela*, Buenos Aires, Eudeba.

Stace, W. T. (1955): *The Philosophy of Hegel*, New York.

Taylor, C. (1975): *Hegel*, Cambridge University Press.