

03-VALOR Y PRECIO

Miguel Cobaleda

En las infinitas interacciones humanas nos vemos obligados a establecer una equivalencia de elementos de muy diferente naturaleza y función: tomates y lecciones de álgebra, consejos jurídicos y llaves de tuercas, tratamientos médicos y cobrar en la caja del super, viviendas y aspirinas, etc. etc. Sostienen ciertos idealistas que no tendría por qué ser así, que en una sociedad absolutamente solidaria e igualitaria, cada cual toma lo que necesita y ofrece lo que puede, sin necesidad de equivalencias. Desde luego está claro que le faltan a la Humanidad docenas de milenios para llegar a ese estado (el paraíso comunista que ahora mismo –septiembre del 2021– una ministra –perdón– de España defiende como gran descubrimiento reciente, se probó y se comprobó que es todo menos solidario e igualitario, además de ser insolvente), pero es que en mi opinión también en ese estado sería preciso establecer equivalencias porque la equiparación de lo distinto lo exige.

Ahora bien, equiparar lo distinto no se puede. Se hace, pero no se puede hacer. Es inevitable, pero es irrealizable. El comercio es una realidad social que goza de una esencia contradictoria, ser real e imposible, ser lógico y carecer de sentido. Nos vemos obligados a establecer una equivalencia entre el kilo de tomates, el salario de un dependiente, una consulta médica, un destornillador, un bote de refresco, una lección de baile, una caja de compresas higiénicas, los premios de un torneo de golf, un artículo de periódico, un queso manchego... y así podríamos estar hasta el día del Juicio Final. Podríamos comparar cosas idénticas, tomates con tomates, incluso equiparar cosas emparentadas, tomates con ciruelas, hasta acaso relacionar asuntos del mismo nivel activo, una clase de álgebra con una consulta médica, pero está claro que no hay forma de relacionar el valor de un queso con el de un trofeo deportivo, por ejemplo, o el de una aspirina con el de un guión de cine. Es imposible, sí, pero es necesario.

Sabemos que los fenicios –unos genios a los que despreciamos de tapadillo (no nos atrevemos a despreciarlos por lo claro porque lo impide un tal Aníbal Barca, fenicio él, pero poco apto para ser despreciado)– inventaron el medio de equivalencia o comparación entre objetos, bienes y servicios totalmente dispares, inventaron el dinero, alabados sean. Se trata de un metro-patrón al que todo valor se refiere. Lo que sucede es que, al referir todos los valores a ese metro dinerario, el valor se convierte en precio, pero precio y valor no son en absoluto la misma cosa. Es decir, el dinero=solución pervierte el fondo lógico del problema al traducir la esencia en términos de circunstancia. Resulta además que el precio –a diferencia del valor– es acumulable –el dinero se puede sumar al dinero aunque vengan de orígenes remotos–, fungible –cuando el dinero se gasta, desaparece–, huérfano –no tiene ni padres ni ancestros, es del que en el instante presente lo detenta–, volátil –se desprende de los objetos con una levedad pasmosa, lo que cuesta mucho puede dejar de costar, lo que cuesta poco subir de precio como la espuma, dependiendo de circunstancias ajenas al valor de los objetos y ajenas incluso al mismo precio–, fluido y maleable –basta con que la bolsa mundial se acatarre para que todos los precios se vuelvan locos, vayan y vengan–.

La conversión de los valores en precio, inevitable –al menos mientras otros fenicios no inventen algo mejor–, oculta la esencia del valor con la máscara circunstancial de la tarifa dineraria, de modo que dejamos de valorar lo que se cotiza bajo –aunque sea muy valioso– y valoramos mucho lo que se cotiza mucho, aunque no valga nada. Esta perversión posibilita

que el sistema de valores deje de ser sustancial para pasar a ser adjetivo, es decir, adjudicando como valor (propiedad esencial del ente) lo que es ajeno a él, extrínseco. Un objeto que tenga por sí mismo –por sus atributos y naturaleza– un determinado valor, pasará a ser “apreciado” por su posición en la clasificación comercial, por su lugar en la lista de los bienes deseados. El ejemplar único de algún mamotreto infumable estará más cotizado que otro valioso si hay muchos ejemplares del mismo; un autógrafo del idiota pantallero de moda será mucho más deseado que una lección del sabio humilde y desconocido. Y cuanto más precio tengan tus servicios, más precio tendrán tus servicios, todo ello ajeno a que tengan siempre el mismo valor o que no tengan ninguno.

Pero no hay otro modo de equiparar que el dinero, el precio. De tal estado de cosas resulta que ser campeón deportivo equivale a tres yates, dos aviones privados, cinco residencias/palacios y cincuenta vehículos de lujo. Basta con que la sociedad incluya tus servicios en un lugar elevado de la lista para que el precio que te paguen por ellos sea inmenso; basta con que los sitúe en el puesto inferior para que no llegues a fin de mes. Ésa es la razón –inevitable, repito– de que patear balones con gracia suponga yates y palacios, mientras que apalea miles de serones con escorias radiactivas suponga solamente tumores y desplantes.