

## El fetitxisme de la mercaderia

# MATERIALS PER A LLEGIR EL CARÀCTER DE FETITXE DE LA MERCADERIA I EL SEU SECRET

EL CAPITAL: última secció del cap. 1º  
(Llibre I, Secció 1ª, capítol 1r, apartat D, 4ª)

### QÜESTIONS PRÈVIES

És important recordar tres qüestions abans de llegir aquest apartat del llibre 1r. d'*El Capital* de Marx:

- (1) D'una banda, que aquestes planes en concret són el nucli *filosòfic* d'un llibre que formalment parla d'economia. Un llibre que és l'obra militant de tota una vida. Convé insistir en el seu caràcter militant: *El Capital* no és un text acadèmic, sinó una eina teòrica per a intentar esbrinar el funcionament del capitalisme i per a contribuir a la seva superació.
- (2) Estem llegint, a més, un apartat que porta per títol *Forma del diner* i, curiosament, el que se'ns hi explica és que la forma del diner habitualment sembla plena de misteri; però que, en definitiva, l'economia resulta profundament política, en la mesura que es fonamenta sobre una relació social farcida de poder.
- (3) Finalment, convé saber que la tesi econòmica de Marx s'ha revelat errònia: el valor d'un objecte no prové, contra el que ell creia, ni de la seva necessitat, ni del valor treball que atresora, val a dir, de les hores de treball necessàries per a produir-lo, sinó del preu que hom li vulgui atorgar en un mercat. Tal com van explicar els utilitaristes és el mercat i no cap altra instància (ni tan sols la necessitat d'un producte) el que assigna els preus.

Però tot i que com a anàlisi econòmica sigui incerta, això no significa que en aquestes planes de l'obra de Marx no es plantegi un dels temes més significatius de la filosofia política de tots els temps, el de la profunda estranyesa, i fins i tot de l'esplèndida ironia, que hi ha en el fet que la mercaderia acaba constituint la identitat mateixa de les relacions socials. Possiblement, tal com va suposar Robert Kurz (1943-2012), en l'obra de Marx hi ha dos aspectes diferents: d'una banda trobaríem un Marx *exotèric*, bolcat a la política, que creu en el progrés i en la classe obrera com a portadora del sentit de la història. És el Marx 'modernitzador' admirat per Lenin o per Ho-Txi Mihn.

De l'altra, però, hi ha un Marx *esotèric*, interior, més escèptic respecte a les possibilitats de la revolució, més 'filosòfic' (entre cometes), que segons Kurz troba la seva formulació més punyent en el concepte de *fetitxisme*. Amb el concepte de

## El fetitxisme de la mercaderia

fetitxisme (seguim Kurz): *Marx mostra que l'aparent racionalitat de la modernitat capitalista tan sols representa, en certa manera, la racionalitat interior d'un sistema absurd objectivat: una mena de creença secularitzada en coses, que es manifesta en les abstraccions fetes palpables del sistema de producció.* [R. Kurz: *Lectures de Marx*; ed. original alemanya 2001; Introducció].

El Marx esotèric és un pensador més abstracte, un hegelianista que considera els humans amb una mirada pessimista, molt allunyat de la confiança cega en la tècnica. La continuïtat del 'fetitxisme' al llarg de la història, seria un argument per tal d'impugnar la creença ingènua en la idea de progrés. Que sempre estiguem construint-nos 'fetitxes' voldria dir que els humans necessiten autoenganyar-se i veure misteris, sacralitat i transcendència on no n'hi ha. La conversió d'un fet material, sensible, (les relacions socials de producció) en una cosa suprasensible (la 'divinització' del diner i del capital sota el capitalisme) té alguna cosa de màgia; i ser-ne conscients ens ajuda a copsar alhora el significat i els límits del capitalisme.

La gent adora fetitxes quan arriba a creure de debò que 'l'economia va sola' o que el valor i el diner per ells sols expliquen el món; prefereixen autoenganyar-se i cauen en una comprensió purament fetitxista de la realitat, en què valor, treball i diner semblen tenir sentit per ells tots sols perquè sense creure en alguna cosa sembla que els humans no suportin viure. I igualment seran fetitxes l'Estat, la política o la democràcia quan s'oblida que al seu darrere hi ha

### ALIENACIÓ I FETITXISME

El pensament de Marx sobre el fetitxisme de la mercaderia constitueix la darrera formulació, la més pessimista, de la seva teoria sobre l'alienació. L'home alienat (cosificat, convertit en cosa, en producte que es compra i es ven) és per a Marx el producte del capitalisme. En el capitalisme, ni l'opressor ni l'oprimit, mancats de consciència social, no són conscients del que realment estan fent, ni del paper que ocupen en la societat. Està alienat no només l'home de la fàbrica (el proletari) que ha de vendre el seu treball i que, com a conseqüència d'una vida duríssima, no té ni temps per a res que no sigui un entreteniment groller. També està alienat el burgès que l'explota i només pensa a treure'n diners i està alienada la societat en general quan posa al centre de les seves preocupacions no la felicitat sinó la creació de necessitats que se satisfan mitjançant un consum intensiu.

L'alienació constitueix la marca del capitalisme: de la mateixa manera que els nazis tatuaven els presoners dels camps d'extermini, l'alienació es pot explicar com una mena de 'tatuatge' que no es produeix sobre cos sinó sobre la ment. El tatuatge de l'alienació diu arreu que el diner és el nostre amo, que vivim subordinats al diner. Segons Marx, hi ha alienació perquè el capital domina sobre el treball i perquè els qui viuen sotmesos al capital són incapaços de trencar la dependència.

En aquest sentit l'alienació pot tenir moltes formes i altres pensadors marxistes com Michael Hardt i Antonio Negri n'han identificat algunes. Són alienats avui: l'endeutat perpetu, el qui depèn de les xarxes socials i només viu pels mitjans de comunicació i la publicitat sense tenir experiències autèntiques de relació humana, el qui està terroritzat i busca una seguretat a tota costa o el 'representat', val a dir, el qui creu que la política no va amb ell i la deixa en mans de polítics professionals però en pateix les conseqüències, etc. [Vegí's: Hardt i Negri: *Declaración*. Madrid: Akal, 2012]

Treballant en condicions d'explotació, segons Marx, el que estem fent és forjar les condicions de la nostra pròpia deshumanització: esdevenim coses, objectes, i perdem la nostra pròpia naturalesa humana. El concepte de 'fetitxisme' significaria, però, un pas més respecte al d'alienació. Potser l'alienació podria ser resolta per un

# El fetitxisme de la mercaderia

fet d'autodeterminació dels oprimits, que prenen en les seves pròpies mans el futur i fan la revolució. Però el concepte de fetitxisme sembla anar més enllà: la mercaderia crea un àmbit del qual no podem alliberar-nos mai, si tot es compra i tot es ven, llavors els humans semblen ser una mena d'eterns presoners del desig (convertit en desig de comprar).

## EL FETITXISME

El fetitxisme és una metàfora que expressa la forma de l'alienació tal com Marx la presenta a *El Capital*. Si el concepte d'alienació és filosòfic (deriva de Hegel i de Feuerbach), el fetitxisme és l'expressió de l'alienació en economia. De fet, la paraula 'fetitxisme' apareix també en Marx abans que es dediqués a l'estudi de l'economia, en un article de la *Gasetta Renana* de l'any 1842.

Pot semblar estrany que Marx usi un concepte com 'fetitxisme', que neix en l'àmbit de la religió: el primer estudiós a fer servir aquest mot fou Charles de Brosses, l'any 1757, per referir-se a les divinitats primitives. Però Marx usa aquest concepte també per un motiu que sovint es passa per alt: el filòsof sentia un gran interès per la literatura popular sobre fantasmes, sobre espectres, etc. Si Marx s'interessava per aquesta mena de temes era per una raó política. Amb la derrota de les revolucions de 1848, l'espiritisme i la literatura fantàstica es van divulgar molt entre les classes populars arreu d'Europa. La creença ingènua en què les coses eren mogudes per esperits i per fantasmes era una manera molt pròpia de gent senzilla, d'obriers de fàbrica, que a través de la creença en espectres cercaven un sentit a la realitat quan aquesta semblava tornar-se irracional. Hi ha una coneguda frase de Marx (*un fantasma recorre Europa*) que li va servir al *Manifest* per explicar què era el comunisme: una construcció que al 1948 encara era més fantasmagòrica que real, però que tenia la capacitat de produir por.

Aquesta intuïció marxiana sobre el poder dels fantasmes per tal d'explicar la realitat –i de la necessitat de combatre-la per tal d'establir una comprensió objectiva de la realitat– és un dels orígens del seu concepte de fetitxisme. Hi ha alguna cosa de similar al religiós en les relacions socials del capitalisme. Tant el capitalisme com les religions són opacs, creuen en fantasmes i els atorguen vida pròpia. Però, a més, en la religió un símbol té una doble essència, barreja la realitat amb la fantasmagoria: així, per exemple, el pa és quelcom material (es pot menjar), però per al creient té, a més un valor simbòlic (com a cos de Crist). Una cosa de similar passa en el capitalisme: les coses tenen una doble essència, material (natural-tècnica) i funcional (social). No necessàriament una determinada tecnologia ha de ser governada o construïda a partir d'una determinada construcció social (el capitalisme). Però el capitalisme té molt interès a fer creure que només es pot regir la tecnologia amb criteris de benefici empresarial privat del capitalista (prescindint del benefici social o comunitari). Criticar el fetitxisme equival, doncs, a dessacralitzar la realitat per tal de fer-la comprensible objectivament.

**Però abans de reduir el fetitxisme a ficció o falsedat, convé insistir en una qüestió que per a Marx i el marxisme és del tot fonamental: el fetitxisme no és només una il·lusió, constitueix una 'aparença socialment necessària'. Val a dir, és una manera de presentar-se, socialment necessària, de la realitat econòmica, que expressa una necessitat objectiva dins el mode de producció capitalista. Les mercaderies, com el diner, són una 'abstracció real', perquè en llur aparent simplicitat, recapitulen en elles mateixes tot el conjunt de relacions socials.**

**Una tesi central del marxisme és la creença en què el capitalisme no existiria si la immensa majoria de la gent no hi cregués i si el capital no pogués manipular el desig convertint-lo en diner. El capitalisme per tal**

# El fetitxisme de la mercaderia

**d'existir necessita que els humans creguin en fetitxes, visquin una vida de ficció per tal d'oblidar les condicions reals de l'explotació.**

## LES FORMES DEL FETITXISME

En filosofia de la religió la paraula 'fetitxisme' designa una forma de religió 'primitiva' que atorga poders sobrenaturals a objectes inanimats. Per al fetitxisme, els objectes (la muntanya, el núvol, el riu...) tenen ànima i poders propis, estan habitats per esperits amb una lògica pròpia, autònoma, independent de les seves relacions amb els humans.

En psicologia, la paraula fetitxisme va ser introduïda després de Marx. El fetitxisme en psicologia correspon a l'àmbit del que antigament s'anomenaven 'perversions' i que des de 1980 (DSM III), s'anomenen 'parafil·lies'. És un trastorn sexual, una obsessió psicosexual recurrent envers objectes inanimats (nines, una o algunes peces de roba...), o envers alguna part del cos d'algú (els peus, les mans, els pits, el cabell), i es dona de forma molt habitual entre els sadomasoquistes. Sense el fetitxe la persona malalta no aconsegueix una excitació eròtica. En aquest sentit, Freud va estudiar el fetitxisme com una forma infantil de plaer i no es pot descartar que l'obsessió pels diners tingui també un important sentit fetitxista.

En economia, el fetitxisme neix de considerar que les coses (els productes) tenen valor per si mateixos amb independència de les relacions socials que les han produït. El fet que la mercaderia aparegui com la forma elemental de la riquesa no significa que la mercaderia sigui riquesa en si mateixa. No ho seria mai si no fos sotmesa a tota una sèrie de relacions (socials) de producció. Només hi ha riquesa perquè hi ha una societat, més o menys complexa, i unes relacions socials que s'estableixen com a tals a través d'intercanvis econòmics. Si fóssim els únics habitants d'una illa perduda, com Robinson Crusoe, no hi hauria economia sinó supervivència, però tan aviat com habitem en societat, fem intercanvis: comprem i venem, establim relacions. I és en aquestes relacions socials que es crea la riquesa.

Cal fer-se conscient que un preu no és un objecte físic. Les coses tenen un pes o un volum independentment que això ens agradi o no. Però Marx insisteix que els productes no tenen un preu com a tal, sinó que depenen del que estiguem disposats a pagar-ne, de les hores de treball que hi hem posat, del desig o la necessitat que en tinguem. Per posar un exemple, l'aire i el sol, l'aigua i els boscos estan aquí i són importantíssims per a la vida, tenen valor en si mateixos (sense aire moriríem!) però només es converteixen en riquesa si aconseguim convertir-los en diners. En definitiva, per als humans les coses només prenen valor de debò en llur intercanvi, en les relacions socials que fan possibles, val a dir, quan es monetaritzen, es compren i es venen. No comprendre que l'economia és una forma de relació social significa caure en el fetitxisme.

Des del punt de vista de l'economia, és fetitxista qui creu que existeixen valors intrínsecs al marge de la relació social. Hi ha hagut al llarg de la història, teories econòmiques fetitxistes: els mercantilistes del segle 18 i els monetaristes actuals són fetitxistes. Al segle 18 creien que l'or tenia valor intrínsec i per això se n'havia d'acumular molt (com si un país que té molt or no pogués perdre una guerra!) i ara, a principis del segle 21, n'hi ha que creuen en el valor de la moneda fins i tot al preu d'ofegar la vida de les persones realment existents. Que un paper imprès per un banc central es consideri moneda i es prengui per expressió d'un valor, no deixa d'expressar un grau important de *fetitxeció* de les relacions socials entre compradors i venedors.

El fetitxisme no passa de ser una pura il·lusió cognitiva, perquè ni l'or ni el diner, ni tan sols el treball, no tenen sentit per ells mateixos al marge de les relacions socials

# El fetitxisme de la mercaderia

en què se sustenten i quan Marx en parla només fa referència a una de les seves formes el *caràcter de fetitxe de la mercaderia*, però convé saber que el fetitxisme del diner ha estat, i és encara als nostres dies, un tema més ampli que el de la pura mercaderia.

## MATERIALS PER A UNA LECTURA

Diu Marx a *El Capital*:

*Al primer cop d'ull una mercaderia sembla una cosa òbvia, trivial. De la seva anàlisi es dedueix que és una cosa molt enrevessada, plena de subtileza metafísica i capritxos teològics.*

La teologia és el saber que pretén parlar sobre Déu (és a dir, sobre l'Absolut) i la Metafísica és el suposat saber sobre el suprasensible. Analitzar la mercaderia ens ha de servir per adonar-nos que en el capitalisme, la mercaderia deixa de ser quelcom purament material per convertir-se en alguna cosa altra, diferent, ni més ni menys que en el *fetitxe* (el fals déu) capriciós al voltant del qual gira l'organització social i política. Però l'economia no és cap entitat metafísica, suprasensible, sinó estrictament material, objectivable. D'aquí la necessitat de criticar-ne el seu caràcter fetitxista.

Per a Marx els objectes prenen un caràcter de fetitxe quan esdevenen mercaderies. D'aquí el seu famós exemple de la taula:

*La forma de fusta, per exemple, es transforma quan en fem una taula. Nogensmenys, la taula resta fusta, una cosa ordinària i sensible. Però tan aviat com es presenta com a mercaderia es transforma en una cosa sensiblement suprasensible. No s'acontenta de tocar de peus a terra, i davant de les altres mercaderies es posa cap per avall i treu de la seva testa de fusta tot un reguitzell de pardalets i rareses més extravagants que si es posés a ballar.*

La taula quan entra al mercat deixa de ser una taula que serveix per menjar, per jugar a cartes o per estudiar. És un objecte de treball humà, de gust, de prestigi, de bellesa... i de preu. S'ha convertit en una mercaderia.

(p. 106) *El secret de la forma de mercaderia consisteix, doncs, simplement en el fet que presenta als homes els caràcters socials de llur propi treball com si fossin caràcters objectius dels productes d'aquest treball, com si fossin propietats socials naturals d'aquestes coses...*

Quan un producte entra al mercat deixa, doncs, de ser un 'objecte': esdevé tota una altra cosa, es torna 'màgic' com els fetitxes. En la mesura que es compra i es ven pren un significat diferent al del pur producte. El caràcter social de la producció, les relacions socials que s'estableixen entre productor i producte, es converteixen en diner i tornen diner tot allò que toquen. El mercat regula les relacions socials, únicament perquè les converteix totes en mercaderies.

*... i, per tant, també presenta la relació dels productors amb el treball global com si fos una relació social entre objectes existents al defora dels productors.*

Quan tot són mercaderies, productes i diner, també els humans esdevenen mercaderia, producte i diner. Això és el mateix que dir que deixen de ser finalitats en ells mateixos per esdevenir productes en un mercat, objectes de compra i venda. O en paraules de Marx:

## El fetitxisme de la mercaderia

*... els productes del treball es tornen mercaderies, coses sensiblement suprasensibles, coses socials.*

Hom pot parlar de fetitxisme perquè quan un objecte es torna mercaderia sembla com si de repent agafés una 'ànima'. I l'ànima és –ai las!– el diner que costa aquella mercaderia, amb independència del valor real que pugui tenir per a la vida.

*La forma de la mercaderia i la relació de valor dels productes del treball en què aquella és representada, no tenen absolutament res a veure amb llur natura física i amb les relacions entre coses que se'n deriven. És només la relació social entre els mateixos homes allò que, per a ells, pren aquí la forma fantasmagòrica d'una relació entre coses.*

Quan les coses són diner, quan tot es compra i es ven al mercat, hom arriba a creure que aquell producte té un valor en ell mateix independentment de llur natura física. La roba, per posar un exemple qualsevol, deixa de ser roba per convertir-se en prestigi, bellesa, etc. No comprem un pur objecte físic, sinó un símbol (una relació social) que es representa en diner. Per això creiem que el diner és l'autèntica realitat de la cosa. I Marx continua:

*(p.107) Per a trobar-hi una analogia hem d'escapar-nos cap a les regions nebuloses del món de la religió.*

Pot sorprendre aquesta afirmació perquè avui vivim majoritàriament en una societat postreligiosa (¿o potser perquè en l'únic déu en què creu la nostra societat és el diner?) i molta gent ho ignora tot sobre la religió. Però per al creient cristià, el pa i el vi, quan són consagrats pel sacerdot en l'eucaristia esdevenen el cos i la sang de Crist. Deixen de ser productes naturals i esdevenen formes sagrades. De la mateixa manera, quan un producte arriba al mercat, pren vida pròpia: deixa de ser un producte per convertir-se en un preu, en un estatus, en una forma de viure, etc.

*Aquí [en la religió] els productes del cervell humà semblen figures independents, dotades de vida pròpia i relacionades entre elles i amb els homes. Això mateix passa als productes de la mà de l'home en el món de les mercaderies. D'això en dic el fetitxisme que s'enganxa als productes del treball tan aviat com es produeixen com a mercaderies: per tant, aquest fetitxisme és inseparable de la producció de mercaderies.*

*(...) aquest caràcter de fetitxe del món de les mercaderies sorgeix del caràcter peculiar del treball que produeix mercaderies.*

Les coses deixen de ser productes dels humans per convertir-se en preus, en valors socials, en *relacions socials objectivades*, com en dirà Marx. Quan tot es converteix en diner, no importa el treball que s'hi ha posat, el patiment o la dificultat que hi ha al darrera: només importa el preu. El diner unifica tota la realitat diversa sota una única forma: la del preu.

*(p.108). Així, doncs, els homes no relacionen els productes de llur treball com a valors perquè aquestes coses valguin com a mers estoigs materials d'un treball humà homogeni. A l'inrevés. En la mesura que equiparen com a valors llurs diferents productes en l'intercanvi, equiparen també llurs diferents treballs com a treball humà. No ho saben, però ho fan.*

Interessa recalcar aquesta última frase: encara que els humans sàpiguen que no tot és diner, actuen com si tot fos reductible a diner i a preu. Equiparant-ho tot a diner, tot es pot adinerar i res no és valuós si no es compra i es ven. Creuen que el diner és una mesura objectiva del valor i d'aquí que les mercaderies tinguin un

## El fetitxisme de la mercaderia

valor sagrat, de fetitxe quan en realitat el que tenen és un preu. Reduint-ho tot a diners, els humans arriben a creure que les relacions entre persones són, en realitat, relacions entre coses. Per això potser no ho saben però ho fan: es degraden ells mateixos a mercaderia.

Marx no era un moralista perquè per a ell la moral burgesa és simplement una forma de dominació de classe; més aviat pensava que la moral (o al menys la moral no epicúria!) era una pura repressió. D'aquí la insuficiència de la filosofia per entendre i, encara més, per transformar la realitat.

*El valor, doncs, no duu escrit al front allò que és. Al contrari, el valor transforma cada producte del treball en un jeroglífic social.*

Això és així perquè quan separem el valor de les relacions socials en què aquest valor s'ha produït, es torna incompreensible, enigmàtic. Però mentre ens mantinguem en la falsa creença segons la qual existeixen valors econòmics en si mateixos, val a dir, al marge del mercat, no podrem entendre la realitat que ens semblarà plena d'enjòlit, de fantasmes i jeroglífics de mal resoldre.

*(p.109) El descobriment científic tardà que els productes del treball, en la mesura que són valors, són meres expressions cosificades del treball humà després en llur producció (...) de cap manera no destrueix l'aparença objectiva dels caràcters socials del treball.*

El caràcter social del treball, doncs, no pot ser obviat quan es mesura el preu d'un producte. Això és tant com dir que rere el producte hi ha persones, humans que produeixen, gastant la seva vida en la producció (i són explotats o explotadors). Obviar aquesta circumstància, desnaturalitza, a parer de Marx, la comprensió dels processos econòmics. Dissortadament, Marx es va equivocar en afirmar això: en el mercat, els preus, dissortadament, les relacions humanes no tenen importància. Si Marx, malgrat tot, és un moralista (moralista epicuri, cal repetir-ho!) és perquè no deixa mai de considerar l'economia com un producte humà, tot i que dissortadament els darrers cent cinquanta anys de capitalisme desmenteixin la seva tesi.

*Allò que a la pràctica interessa primordialment els que intercanvien productes és la qüestió de quants productes d'altri rebran a canvi del seu propi, és a dir, en quina proporció s'intercanvien els productes.*

Per a Marx tot són productes, doncs. Però això no explica per què canvien els preus i les magnituds d'intercanvi dels productes

*En realitat, el caràcter de valor dels productes del treball es consolida només amb llur actuació com a magnituds de valor. Aquestes canvien constantment, independentment de la voluntat, del coneixement previ o de l'actuació de les persones que fan intercanvis. Per a aquestes persones el moviment social d'aquestes magnituds que els controlen en comptes de ser ells qui les controlen.*

El que millor explica la misèria dels humans sota el capitalisme es pot resumir en aquesta frase: *el moviment social d'aquestes magnituds que els controlen en comptes de ser ells qui les controlen*. Hom deixa de ser autònom quan se sotmet al mercat, que és qui controla la vida humana per comptes que siguin els mateixos humans qui prenguin les decisions: sota el capitalisme els preus pugen i baixen i això no té cap relació amb cap decisió racional. La vida humana mateixa és un producte sobre el qual hom no té cap control. D'aquí que calgui parlar de 'fetitxisme'. Tot passa com si el món fos dominat per esperits, per 'déus fetitxes', i no per la racionalitat.

## El fetitxisme de la mercaderia

Marx, però, s'equivocà en creure que era el *temps de treball* el 'secret amagat' en la determinació dels preus. La seva tesi era excessivament simple, perquè la realitat és molt més tràgica. No serveix de res dedicar anys de la vida a fabricar un producte si a la fi ningú no el vol comprar. D'aquí que calgui retreure-li la seva coneguda afirmació:

(p.110) *La determinació de la magnitud de valor a través de la determinació del temps de treball, és, doncs, un secret amagat entre els moviments que van apareixent dels valors relatius a les mercaderies.*

En canvi, tota l'economia crítica comparteix l'afirmació marxiana segons la qual:

*... només l'anàlisi del preu de les mercaderies ha dut a la determinació de llur caràcter de valor.*

Per comprendre el significat (tràgic) d'aquesta afirmació cal anar enrere fins l'ètica de Kant, que és un autor amb qui personalment Marx no simpatitzava gens. El drama de la vida moral, tal com l'entendrien Kant i Marx, és confondre el valor dels humans amb el preu del seu treball. El valor és una qualitat i el preu és una quantitat. El valor es mesura en la dignitat, el preu en l'eficàcia i en els beneficis. Quan confonem valor i preu hem perdut la comprensió del significat de la vida humana. És per això que ens cal comprendre críticament com funciona en profunditat el capitalisme: només si ho fem així podrem acabar amb l'explotació.

El diner en el capitalisme actua com a fetitxe: es pretén que hom cregui que un preu és té una entitat en ell mateix, ontològicament, com si hi hagués una mena d'esperit interior a ell mateix. Però afirmant això, el que el capitalisme vol amagar és l'explotació de l'home per l'home i la misèria dels treballadors, junyits a un sistema irracional. El capitalisme és un sistema d'explotació en què els humans són explotats a canvi d'una ficció de felicitat i de benestar (un benestar que es compra amb diners ho converteix tot en diner i ens fa oblidar el valor intrínsec dels humans). Però l'explotació es produeix també en altres modes de producció: el feudalisme no era menys explotador que el capitalisme, tot i que extragués el seu benefici d'altres maneres, per exemple a través de la religió. D'aquí la coneguda frase de crítica a la religió:

(p. 112) *El delme que s'ha donat al curat [als capellans] és més evident que la seva benedicció.*

La religió cristiana és per a Marx la més adient al capitalisme en la mesura que ha educat els humans en l'esperança abstracta, en la fe en allò que no es veu.

(p.113) *Per a una societat de productors de mercaderies, la relació social general de producció de la qual consisteix a captar-se envers els seus productes en tant que mercaderies, és a dir, valors, i, en aquesta forma cosificada, a relacionar entre ells els treballs privats com a treball humà igual, la forma de religió més adient és el cristianisme, amb el seu culte de l'home abstracte, i especialment en el seu desenvolupament burgès, el protestantisme, el deisme, etc.*

Per això mateix:

(p. 114) *El reflex religiós del món real només pot desaparèixer quan les condicions de la vida pràctica quotidiana de treball presenten als homes, dia rere dia, unes relacions transparents i racionals entre ells i amb la natura. La figura del procés de la vida social, és a dir, del procés material de producció, només es treu el seu vel*



## El fetitxisme de la mercaderia

*de formes místiques quan es troba com a producte de d'homes lliurement units en societat, sota llur control conscient i regulat.*

En definitiva, el problema de l'economia no és que ens faci creure en abstraccions com si fossin realitats, passant per alt el caràcter social de les relacions econòmiques. El problema és que aquesta irracionalitat, el fetitxisme de les relacions de producció, és socialment necessari per tal que funcionin els mecanismes d'explotació social. Si hom arriba a creure que el diner és sagrat no s'hi pot revoltar. Per això és, en canvi, imprescindible que una nova societat (socialista, comunista...) *producte de d'homes lliurement units en societat* transformi les relacions socials de producció, alliberant-nos d'una concepció metafísica i irracional de la realitat.

Són els *homes abstractes* els qui poden creure més fàcilment en el valor abstracte del diner. En el capitalisme no importa la natura (que pot ser explotada de manera brutal). L'únic que importa és el diner.

(p.116-117) *D'on sorgeixen les il·lusions del sistema monetari? Aquest sistema no ha vist que l'or i la plata, com a diner, representen una relació social de producció, sinó que els ha vistos en la forma de coses naturals amb estranyes propietats socials.*

El fetitxisme de la mercaderia (la forma de l'alienació en l'economia capitalista), serà, doncs, l'error que consisteix a creure que un fet social, l'intercanvi de mercaderies, és una cosa abstracta, desarrelada i incompreensible. Són les contradiccions polítiques, les lluites socials entre posseïdors i desposseïts, el que marca l'activitat econòmica que és qualsevol cosa excepte un fet neutral i natural. Fer una crítica de l'economia política, com es proposà Marx al llarg de tota la seva vida, significa denunciar la il·lusió de creure, per exemple, en el valor de la moneda sense adonar-se que rere aquest fet hi ha lluites sovint brutals és necessària per tal de fer possible l'opressió de l'home per l'home.

(p.117) *I l'economia moderna, que es mira infatuadament i amb un somriure mofeta el sistema monetari, ¿que no s'adona del seu fetitxisme que es fa evident tot just comença a tractar el capital?*

És obvi per a Marx que l'economia moderna no podia copsar el seu propi fetitxisme perquè analitzar el sistema no com un sistema de valors d'ús de les coses, sinó en la seva profunda realitat de valor de canvi, significaria haver d'introduir el fet de l'opressió humana com a motor dels canvis històrics. El fet que l'intercanvi és *social*, però, no es pot passar mai per alt en l'anàlisi del capitalisme. El dolor, el malestar i l'angoixa dels oprimits (el fet que, en definitiva, un intercanvi econòmic no és un tema neutral) està per a Marx en l'entranya mateixa de la història. La forma del diner, en definitiva, només és abstracta i misteriosa per a qui creu que el diner és una entitat descarnada i abstracta, al marge del dolor dels humans reals.

**El text d' EL CAPITAL que esmentem correspon a la trad. catalana de Jordi Moners i Sinyol, Barcelona, Ed. 62, 1983.**

**Per a una perspectiva diferent sobre el tema del fetitxisme, vegi's:**

**Robert KURZ: *El mercado absurdo de los hombres sin cualidades: ensayos sobre el fetichismo de la mercancía.* Logroño: Ed. Pepitas de Calabaza, 2009.**

<http://www.rebellion.org/hemeroteca/izquierda/kurz290602.htm>

## **El fetitxisme de la mercaderia**

**AQUEST TEXT ESTÀ DEDICAT A LA MEMÒRIA D'EN PERE DE LA FUENTE I COLLELL (1946-2012), AMIC DE LA VERITAT, PROFESSOR DE FILOSOFIA A L'IES TERRA ROJA DE SANTA COLOMA DE GRAMANET, LLUITADOR ANTIFRANQUISTA I COMUNISTA DELS TEMPS DIFÍCILS, QUE VA FER DE LA SEVA VIDA UN EXERCICI DE DIGNITAT, D'ENTREGA ALS SEUS ALUMNES I DE SAVIESA.**

**ELS QUI HEM COMPARTIT AMB ELL EL SEU AMOR PELS LLIBRES, LA SEVA CONFIANÇA EN L'EDUCACIÓ COM A EINA D'ALLIBERAMENT I EL SEU SOMRIURE, MAI NO L'OBLIDAREM.**