
Seminario 2

Elementos Epistemológicos y Estéticos

Profesora: María Gabriela de la Cruz

Actividad 6

Bibliografía:

Karl Marx: el fetichismo de la mercancía / valor y valor de uso. El Capital, F.C.E., México 1973, Vol.1. P.37-47.

Ver videos: <https://youtu.be/hEPP5zxnwQc>

<https://youtu.be/lC0OuD-g0kl>

Marx en este capítulo de su libro El Capital en donde hace un desplazamiento de las relaciones intersubjetivas sociales a las relaciones de los objetos o con los objetos, las cuales son determinantes a la hora de realizar un reparto en las clases sociales.

“La mercancía en sí misma es una forma de conciencia a través de la cual los productores de mercancías organizan su proceso social de producción y consumo. Se trata, por cierto, de una forma muy especial de conciencia. Por una parte, se trata de una conciencia que está exteriorizada, asumiendo la forma enajenada de la objetividad del valor del producto de trabajo. Por otra parte, esta conciencia exteriorizada y objetivada coexiste con la conciencia inmediata y práctica del productor de mercancías, en un verdadero desdoblamiento. De este modo, el productor de mercancías controla inmediatamente, de modo directamente consciente, el carácter individual de su trabajo. Pero no controla de este mismo modo su carácter social. Lo hace, en cambio, sólo de manera "espontánea y natural, y por tanto inconsciente e instintiva", proyectando como valor del producto dicho carácter social. De esta forma, pierde el control sobre sus propias potencias sociales, que se le enfrentan como potencias que lo dominan”:
Alejandro Luis Fitzsimons. ¿QUÉ ES EL "FETICHISMO DE LA

MERCANCÍA"? UN ANÁLISIS TEXTUAL DE LA SECCIÓN CUARTA DEL CAPÍTULO PRIMERO DE EL CAPITAL DE MARX. Revista de Economía Crítica, nº21, primer semestre 2016, ISSN 2013-5254.

Consigna.

Van a suponer que son millonaries. Tienen para elegir. Van a elegir comprar un auto de todos los autos que están en el mercado nacional o internacional. Van a enumerar las características y a realizar un breve análisis de la forma y de su modelo y producción. Luego van a justificar la elección de compra en relación a los términos propuestos por Marx como Fetichismo. ¿Qué relaciones cambiarían en sus vidas? ¿Qué características cambiarían? ¿Con quienes se imaginan manejando? ¿A dónde irían? ¿A quiénes sorprenderían?

Y todos los aportes que quieran realizar.