

COMUNICACIÓ

Joan González (Universitat de Barcelona)

Presentació fenomenològica dels diners

És imprescindible iniciar la ponència amb algunes precisions metodològiques. La fenomenologia és un mètode, simplificant necessàriament moltíssim en aquest moment, consistent a considerar «tot el que se'ns brinda originàriament –per dir-ho així, en la seva realitat corpòria– en la “intuïció” simplement com es dona, però també només dins els límits en què es dona»¹. Això pressuposa que hi ha un donar-se originari de les coses; un donar-se a la intuïció en què aquestes coses es manifesten en el seu ser. La proclama de la intuïció a l'originàriament donat se suposa com a antídoto contra la invasió en la vida teòrica d'objectivitats pressuposades no fundades que haurien guanyat carta de naturalesa. Les construccions científiques s'haurien independitzat del món de la vida que en algun moment els va donar el seu fonament, i haurien usurpat el fonament últim de la comprensió de la realitat. Enfront d'això, la fenomenologia proposa subratllar el retorn al món de la vida en el qual les coses ens són donades com el que realment són. No hi ha cap indicatiu, en la posició d'Husserl, d'anticientificitat; tot al contrari, la incorporació de la temàtica del món de la vida proposa fonamentar les ciències, el funcionament racional de les quals no és mai qüestionat. Es pretén tornar les ciències a la cleda de la científicitat amb majúscules, l'origen de la qual és sempre fenomenològic.

He fet aquestes breus consideracions prèvies perquè s'intenti comprendre una mica la gosadia del plantejament que aquí proposo: unes descripcions preparatòries per a una fenomenologia dels diners. Per començar, aquest projecte pressuposa que hom hauria de considerar els diners tal com es donen originàriament a la intuïció, i tan sols dins els límits en què es donen. Però, com es donen els diners a la intuïció? És possible una donació originària dels diners? Hauria de ser-ho, ja que els diners ens són alguna cosa molt pròxima. Tots portem segurament quelcom a la butxaca, i, si no, portem alguna targeta de crèdit. I, no obstant això, com es donen els diners?

1. Vegeu HUSSERL, *Ideen I*, I, § 24 (trad. de Gaos, p. 58).

Els diners no són els bitllets. Jo puc tenir molt pocs bitllets i molts diners. I també seria un error pensar que encara que no tingui *de facto* aquests bitllets aquí, encara que no els tingui al damunt, aquests bitllets són al banc. El banc no és un lloc que guarda els bitllets que no portem damunt, atès que si tots decidíssim anar a treure els nostres diners del banc, el banc no podria fer front a la nostra demanda, ni *de facto* ni, probablement, *de iure*. Els diners no són, doncs, els bitllets; els diners no són una «cosa». A quin tipus d'ens corresponen els diners? La resposta habitual tendeix a considerar els diners dins els objectes socials. Un objecte social és un objecte dissenyat per a servir en funcions agentives². Són «meres reserves de plaça per a ubicar patrons d'activitats»³. Però definint els diners com un objecte social, no els definim en la seva especificitat. Els atorguem una classificació dins una ontologia regional, en el millor dels casos. I, com classificar els diners en una regió d'objectes sense una investigació prèvia sobre la seva essència específica? Dir que els diners són com els contractes o les institucions no és encara dir «què són» els diners. I segurament la investigació hauria de partir de la descripció del cas particular per a després comprovar si la seva especificitat es correspon amb la del tipus definit. D'altra banda, si la relació de la fenomenologia amb les ciències ha de ser la que Husserl havia pensat (fonamentació de les ciències en el món de la vida), no cal descartar que una descripció fenomenològica dels actes intencionals associats als diners tingui algun interès per a la ciència econòmica. El debat sobre la natura dels diners torna a plantejar-se amb força en la teoria econòmica en la polèmica sobre la natura endògena o exògena dels diners⁴. En

2. Un objecte social és aquell constituït mitjançant la imposició d'una regla constitutiva del tipus «X compta com Y a C», on «X» és un objecte físic, la locució «compta com» nombra un tret de la imposició d'un estatus al qual es vincula una funció per mitjà de la intencionalitat col·lectiva, Y assigna un estatus no posseït prèviament per l'objecte X en virtut de les seves propietats físiques, i C remet al context; veg. SEARLE, 1995, p. 43.

3. Veg. SEARLE, 1995, p. 57: «*What we think of as social objects, such as governments, money, and universities, are in fact just placeholders for patterns of activities.*»

4. Una bona aproximació al problema de l'endogeneïtat-exogeneïtat del diner pot trobar-se en el volum col·lectiu de PIÉGAY-ROCHON, *Teorías monetarias poskeynesianas*, Madrid, Akal, 2006.

quina mesura una descripció fenomenològica dels actes associats als diners pot tenir o no alguna influència en aquells debats, i de quin tipus d'influència es tracti, és una qüestió que només podrà determinar-se a posteriori.

Què són els diners? No preguntem als economistes, ni als filòsofs, ni als teòrics del dret. Preguntem a la gent. La coincidència és aclaparadora: «*És quelcom que serveix per a comprar*». És una resposta evident. Tan evident que no sembla que puguem fer-ne res. I, no obstant això, aquí *evident* no és pas sinònim de *òbvia*. Ningú no respon «*uns papers de cel·lulosa rectangulars, de diversos colors segons el seu valor*», o «*allò que obtinc com a fruit del meu treball*», i tanmateix els diners són també això. Ningú no respon que «*els diners són quelcom que serveix per a vendre*», i tanmateix els diners són també això. El concepte d'«intercanvi», com a concepte més abstracte que recull tant el comprador com el venedor, molt difícilment farà la seva aparició quan ens referim a la comprensió pre-teòrica dels diners. Tampoc no es respondrà, segurament, amb la resposta clàssica de pràcticament la majoria de manuals d'economia: els diners són «*tot allò que sigui acceptat socialment com a mesura de valor, mitjà d'intercanvi, reserva de valor i sistema de pagament*». El que es respondrà, amb gairebé total seguretat, és que els diners són «*quelcom per a comprar*». Si ens oblidem, de moment, del «comprar», tenim que els diners són un «ens - per a». Aquesta és la caracterització que fa Heidegger de l'ens que m'apareix a l'encontre immediatament en el meu món circumdant. Els diners no són pre-compresos com quelcom teòric o abstracte; els diners són entesos com un útil (*Zeug*). L'útil és un ens la forma de ser del qual consisteix a «ser - per a» quelcom (*um zu*). Els diners estan més a prop, en la seva manera de ser, d'un martell que d'un electró (encara que no correspongui purament a cap dels tipus d'objectes de les seves regions respectives). «Per a què» són els diners? Per a comprar. «Comprar» és «obtenirquelcom amb diners». Hi ha aquí una aparent circularitat: els diners són quelcom que és per a comprar, i comprar és una forma d'obtenir quelcom mitjançant diners. Per sortir del cercle, hem de descriure aquesta forma d'obtenir quelcom en contrast amb altres formes d'obtenir quelcom que no siguin els diners. Perquè no tot «obtenir quelcom» es fa mitjançant els diners. El camperol obté de la pluja beneficis respecte a la seva activitat econòmica (i deixa d'obtenir-

ne en la seva absència), i el camperol no ha pagat res per la pluja. Un regal és quelcom no obtingut mitjançant els diners. I serien possibles bastants exemples més. En canvi, què caracteritza l'obtenció de quelcom mitjançant diners? Allò que s'ha obtingut mitjançant diners ha de ser descrit en la seva especificitat per a poder obtenir l'essència del que és un acte de compra.

Quan per a obtenir una cosa necessitem la mediació de diners, diem d'aquesta cosa que és una «mercaderia». Mercaderia designa una manera de ser d'una cosa, determinada precisament perquè els diners són l'accés necessari per a la seva obtenció. La mercaderia és la cosa quan, per a accedir-hi, necessito diners. Però amb això no estem donant, ni de bon tros, una definició de la mercaderia: la definició de la mercaderia la tindrem quan determinem què és necessari, atenent a la descripció de la cosa, perquè es precisi la seva obtenció mitjançant els diners.

Com és la cosa «mercaderia»? Per començar, la cosa «mercaderia» es caracteritza perquè és aquí «al davant». Està exposada; posada «fora». Fora de què? Fora de l'espai de les coses «a la mà». La mercaderia no està «a la mà»; no se m'ofereix en la disponibilitat immediata de les altres coses que m'envolten. Amb «disponibilitat» no ens referim aquí a «distància física». Quan parlem que la mercaderia no està «a la mà», no ens referim que no estigui al meu abast «físicament»; no ens referim ni tan sols al fet que la mercaderia estigui separada del meu cos mitjançant una distància física o mitjançant l'obstacle d'un altre ens (un aparador, per exemple). La manera de ser de la mercaderia no és tampoc «a la mà» quan en una botiga no hi ha cap distància ni separació física entre jo i la cosa; la mercaderia conserva el seu caràcter de mercaderia, en quant exposada, en les botigues en les quals jo camino «entre» elles; en aquelles botigues en les quals jo em moc entre elles i estan constantment al meu abast (al meu tacte, a la meua proximitat, fins i total fet de «provar-la»). En aquests casos, no perd la cosa «mercaderia» el seu caràcter de ser en quant mercaderia; per molta proximitat física que tingui respecte a mi la mercaderia, aquesta continua sense estar «a la mà», sinó que es presenta en tot moment com estant «enfrent»⁵.

5. HEIDEGGER, SuZ, § 22: «Das "zur Hand" Seiende hat je eine verschiedene Nähe, die nicht durch Ausmessen von Abständen festgelegt ist» (p. 102).

En canvi, en l'espai de la mateixa botiga hi ha coses que no tenen la manera de ser de la mercaderia i que, no obstant això, estan «a la mà», independentment també de la distància física que aquests objectes tinguin respecte a mi. Un cendrer o una paperera (en el benentès que no es presenten com a articles a la venda en la botiga) són coses «a la mà». El seu ser «a la mà» no ve determinat perquè aquests objectes estiguin «a aquest costat» de l'aparador, si és que hi ha aparador; un rellotge o un mirall (en el benentès que no són articles a la venda) són coses «a la mà» fins i tot estant a l'altre costat de l'aparador, i allunyades de mi «físicament». La manera de ser de la mercaderia destaca, doncs, en primer lloc, perquè la seva espacialitat no és l'espacialitat pròpia de l'ens «a la mà». Cal assenyalar també, en aquest moment de l'anàlisi, que la distinció entre la manera de ser de la mercaderia i la manera de ser d'una altra cosa que no és mercaderia no té res a veure tampoc, pel que hem recentment assenyalat, amb la *propietat* de la cosa, en el sentit que pertanyeria a tota cosa que no fos encara «meva» la manera de ser de la mercaderia. Les coses que són mercaderies no són, efectivament, «meves»; no són encara de la meva propietat, però no és aquest fet el que fa que la cosa es manifesti com a mercaderia, atès que el cendrer o la paperera de la botiga no són tampoc de la meva propietat i, no obstant això, no se'm manifesten sota la manera de ser de la mercaderia; de la mateixa manera, un banc del carrer en el qual m'assec després d'una llarga passejada o un arbre del camp sota l'ombra del qual em protegeixo del sol no són tampoc objectes de la meva propietat, i, no obstant això, no se'm manifesten com a mercaderies. Per tant, el fet que la cosa no sigui de la meva propietat és una condició necessària, però no suficient, per a determinar la manera de ser de la mercaderia⁶.

6. El fet que perquè una cosa sigui mercaderia sigui necessari que aquesta cosa no sigui «meva» és evident a la llum del que s'ha dit anteriorment: la mercaderia és la cosa quan per a accedir-hi necessito diners. Ara bé, és necessari emmarcar la nostra descripció del mode de ser de la mercaderia en la nostra fenomenologia dels actes de compra, i no al concepte jurídic de la propietat; és obvi que la mercaderia sempre és «d'algú», i fins i tot les mercaderies en dipòsit (estoc) tenen un propietari legal. La definició tècnica de Menger de «mercaderia» considera «mercaderia» quelcom tan general com els

La cosa que se m'apareix com a mercaderia és aquí exposada. L'exposició assenjala el caràcter específic de l'espacialitat de la mercaderia. L'espacialitat de la mercaderia (l'exposició) no és l'espacialitat d'allò «a la mà» (*Zuhanden*). L'espacialitat del «a la mà» és una espacialitat que es constitueix en una proximitat (*Nähe*) que no es mesura en centímetres. El cendrer és aquí al meu abast; se m'ofereix immediatament en el seu «per a què». El rellotge, a l'altre costat de l'aparador, no està al meu abast, pel que a centímetres es refereix, però és immediatament al meu abast pel que a la seva utilitat es refereix; és immediatament al meu abast quan percebo que estic fent tard. El mirall en el qual em veig, que és «aquí mateix» encara que estigui separat del meu cos per força de distància, és immediatament al meu abast quan m'adono, gairebé com qui no vol la cosa, que vaig despenjat. El mirall està al meu abast (i «abast», reiterem, no diu aquí gens de distància física mesurable quan allargo el braç) quan decideixo arreglar-me una mica els cabells abans de continuar mirant entre les mercaderies. Cendrer, paperera, rellotge, mirall, són ens «a la mà», independentment de la distància que els separi del meu cos. Per tant, amb l'expressió «a la mà» (*Zuhanden*) no designem un atribut més o menys objectiu de les coses, sinó una modalitat del ser dels ens. De la mateixa manera, amb l'«exposició»; amb el «ser aquí davant» (*Vorhanden*) de les coses que anomenem mercaderies, no designem tampoc un atribut més o menys objectiu de les coses, sinó també una modalitat del ser dels ens. Les expressions «a la mà» o «aquí davant» no són més que expressions metafòriques amb les quals penosament intentem obrir-nos camí, a partir del llenguatge, cap als fenòmens que requereixen ser dits.

D'altra banda, la mercaderia es presenta segons la manera ser de l'«exposat», de l'«aquí davant»; però no totes les coses que es presenten segons la manera de ser de l'«aquí davant» són mercaderies. La manera de ser de la mercaderia és una classe dins

«béns econòmics de tota mena destinats a l'intercanvi». El problema del caràcter genèric d'aquesta definició és que la seva amplitud podria implicar, sota el concepte de mercaderia, coses com el treball o els mateixos diners, fet que la porta més enllà del marc de la nostra fenomenologia dels actes de compra (veg. MENGER, *Principis d'economia política*, cap. VII, § I).

les coses que són segons la manera de ser de l'«aquí davant», però no l'única. La mercaderia és «aquí davant» en la manera de l'«exposició». L'«exposició» és, doncs, tan sols una manera entre d'altres de «ser aquí-davant». La no familiaritat (*Unvertrautheit*) o la novetat (*Neuheit*) suposen algunes altres formes de modalització d'una cosa «aquí davant»⁷. En aquestes maneres de ser de la cosa com «aquí davant», el «ser davant» de la cosa es basa, en algun sentit, en la «no familiaritat» amb el tracter respecte a la cosa, que es defineix sempre i en tot moment a partir de la familiaritat amb un àmbit de coses quotidianament constituït que aquesta nova modalitat de presentació ve a trencar. En canvi, en l'«exposició» com a modalitat de l'«aquí-davant» pròpia de la mercaderia, el caràcter de «ser davant» de la cosa no prové d'una falta en l'heure-se-les amb la cosa; no prové d'una insuficiència del tracte, o d'una presentació que irromp en la «totalitat respeccional» (*Bewandtnisganzheit*) en la qual es troben les coses de la meua quotidianitat⁸. Suposa una especificitat de l'«exposició» com a manera de «ser davant» pròpia de la mercaderia el fet que en aquest cas el «davant» no es constitueix des d'una ruptura de l'espacialitat del «a la mà», sinó des d'una estricta continuïtat (i, diríem fins i tot, interpenetrabilitat) respecte a la totalitat respeccional de les coses «a la mà». Allò no familiar o la novetat irrompen en la totalitat respeccional de les coses quotidianes «a la mà», i d'alguna manera ressalten respecte al fons de la quotidianitat; el «ser davant» del no familiar o de la novetat es confon, d'alguna manera, amb aquest caràcter «irruptiu»;

7. Heidegger entén per la «no familiaritat» (*Unvertrautheit*) el «conegut» (*gekannt*) però respecte a què no sabem heure-nos-les; l'exemple és el d'una persona que entra en un taller d'un sabater: podrà reconèixer algunes eines, però aquestes no són per a ell, certament, «a la mà». No són «estranyes», però són, d'alguna manera, no familiars (GA 24, p. 432). Penseu en el funcionament d'un cotxe (embragatge, alçaprem de marxés, etc) per a una persona que no té el permís de conduir, per exemple. En canvi, per a un aborígen de l'Amazones, les coses d'un taller de sabater es presenten segons el mode de ser de la novetat (*Neue*), en el sentit d'allò estrany, d'allò respecte a què no sabem en quin sentit podria arribar a ser alguna vegada «a la mà» per a algú (GA 24, p. 442).

8. *SuZ*, § 18, p. 84.

és decididament difícil separar on comença el caràcter de la irrupció amb el caràcter de «ser davant» de la cosa que es manifesta segons aquesta manera de ser⁹. En canvi, en el cas de la mercaderia, caminem naturalment entre elles, com si formessin part integrant de la nostra totalitat respeccional, i tanmateix el nostre tracte amb elles mai no és un tracte com amb qualsevol altre ens «a la mà».

Caminar per una botiga vol dir: caminar entre coses descol·locades; caminar entre coses el lloc de les quals és, provisionalment, estar «fora de lloc». El lloc de la camisa no és el maniquí, sinó el cos humà; el lloc del cotxe no és l'aparador del concessionari, sinó la carretera o el garatge. El cotxe, dins els límits de l'aparador del concessionari, no té espai per a córrer. El menjar, alineat sobre la prestatgeria, no té al seu costat cap taula en què poder dinar; no hi ha plats ni vasos ni bona companyia; tampoc no hi ha a prop cap fogó en què poder cuinar. Aquesta percepció de la mercaderia com «descol·locada», com fora del lloc en què podria

9. Al seu torn, la modalització de quelcom en «ser davant» pot produir-se segons formes diferents d'irrupció: l'«espatllar-se» de quelcom amb què tinc un tracte «a la mà» fins aquest moment ho fa rellevant, modificant de manera immediata el seu mode de ser anterior. En aquest cas, es dona una continuïtat entre el mode de ser de la cosa «a la mà» i la seva manifestació sota la nova modalitat (estic clavant un clau amb un trepant quan, de sobte, el trepant deixa de funcionar. Immediatament obro el trepant per inspeccionar on resideix l'error; el trepant no està manifestant-se de la mateixa manera en la primera situació, «a la mà», que en la segona, «aquí davant»); però en qualsevol cas hi ha una continuïtat en l'experiència respecte a un objecte que és el mateix). També l'aparició de quelcom insospitat en un context determinat pot fer que quelcom es presenti com «aquí davant»; un pingüí no destaca en el Pol Sud; allí un pingüí és com per a nosaltres un gat de carrer; però sí que destaca respecte al fons de quotidianitat constituït si fa la seva aparició en una platja de Calonge (com sembla que ha passat accidentalment alguna vegada). D'altra banda, l'aparició d'un pingüí al seu estany del zoològic es donaria també sota les condicions de «ser davant» que són ara centre del nostre interès; és a dir, sota les condicions de manifestació de l'«exposició». El pingüí està exposat al zoològic per a ser vist, com la roba en un aparador, i, en aquest sentit, és una mercaderia peculiar, car el pagament en diners no és per a comprar-lo, sinó per a veure'l, encara que el seu mode de ser sigui el mateix: l'exposició.

ser «a la mà» (connatural a l'exposició), assenyala el caràcter peculiar de la seva espacialitat híbrida¹⁰: la mercaderia és en un espai que no és «a la mà», però que és un espai *constituït perquè les coses puguin arribar a ser «a la mà» en la totalitat respeccional de les coses a la mà del meu món circumdant quotidià concret*. A partir d'aquesta última consideració, pot dur-se a terme una determinació ontològica del verb «comprar» que superi la seva mera determinació òptica com a «obtenir quelcom amb diners». «Comprar» és «obtenir quelcom amb diners» tan sols des de la perspectiva pre-analítica que no ha determinat encara els continguts descriptius específics d'aquest «quelcom» que és

10. Les coses exposades estan descol·locades respecte a la seva comprensió immediata com «a la mà», atès que han estat arrencades de totalitat respeccional alguna concretada en la qual poguessin funcionar com «a la mà». Però això no vol pas dir que estiguin descol·locades respecte a totalitat respeccional alguna *donada*, com si les haguessin tretes «literalment» de les seves condicions «a la mà». *La manifestació de la cosa en l'espacialitat de l'exposició és una manifestació originària*. La camisa que veig sobre el maniquí no ha estat tret d'un cos humà per a ser exposada aquí davant; el cotxe del concessionari no ha estat tret de la carretera per a ser exposat aquí (si és de primera mà, és clar). El pa exposat en les caixes del forn no ha estat tret de la taula per a ser exposat aquí. El «no ser a la mà» de la mercaderia no prové que s'hagi «sostret» a *aquestes* mercaderies concretes, exposades aquí davant, algun anterior «ser a la mà» des del qual haurien estat essent. Des de la constatació d'aquest fet, cal portar a terme dues consideracions importants. Primera: com pot una cosa que mai no ha estat col·locada en totalitat respeccional «a la mà» alguna manifestar-se com a «descol·locada»? Aquesta pregunta ens conduirà al paper que jugarà la mercaderia com a *idea*: la mercaderia no es presenta descol·locada respecte a totalitat respeccional alguna anterior, sinó que la mercaderia ha estat pensada perquè es mostri com a descol·locada respecte a *la meua* totalitat respeccional «a la mà» concreta *com a comprador*, totalitat respeccional concreta que ha hagut, doncs, de ser pensada hipotèticament *pel productor de la mercaderia*. Segona: la cosa ha estat feta per a ser exposada; això ens condueix a la categoria econòmica de la *producció* com a categoria generadora de l'espacialitat de l'exposició. Aquestes consideracions seran objecte d'anàlisi en la nostra fenomenologia genètica dels actes de compra.

obtingut mitjançant els diners. Aquest «quelcom» que s'obté mitjançant els diners és la «mercaderia». El contingut fenomenològic descriptiu de la mercaderia ha estat descrit tenint en compte l'espacialitat de la seva manera de manifestació. L'elecció de l'eix de l'espacialitat a l'hora de descriure la mercaderia no ha estat una elecció arbitrària, com si poguéssim haver escollit qualsevol altre eix per a descriure la mercaderia. La manera de ser de la mercaderia està directament vinculada a l'experiència humana de l'espacialitat¹¹. Des aquesta experiència, la descripció de la qual ha estat esbossada amb anterioritat, pot determinar-se el contingut ontològic de la paraula «comprar»: «*Comprar*» és canviar; mitjançant un acte de la voluntat, la modalitat de ser d'una cosa; concretament, és convertir la cosa exposada en cosa «a la mà»; és, per tant, integrar una cosa a la totalitat respecional de coses que configuren el meu món circumdant quotidià. En aquest sentit, és convertir l'exposat en col·locat; i col·locat en *el meu* món circumdant quotidià. Des de la definició fenomenològica de «món», vinculada a la totalitat de remissions i a la totalitat respecional, pot dir-se que «*comprar*» és ampliar el món. És absolutament necessari ser cauts amb qualsevol judici de valor respecte a aquesta última afirmació: el seu sentit és absolutament tècnic i específicament vinculat a la definició fenomenològica de món com a «totalitat de remissions» i «totalitat respecional». Els éssers humans volen «tenir coses», no perquè siguin avariciosos o perquè confonguin, com afirmen molts discursos més o menys angèlics, el «ser» amb el «tenir»¹², sinó perquè «tenir coses» implica que

11. No sols de l'espacialitat; haurà de ser tingut en compte l'aspecte fonamental de la *temporalitat* de la mercaderia. Però des de l'ordre expositiu és essencial començar des de la descripció de l'espacialitat de la mercaderia. La connexió entre els canvis en la comprensió de l'espai-temporalitat i els fenòmens econòmics (fonamentalment els diners) ha estat assenyalada amb encert per Simmel, encara que és guanyada des de categories no fenomenològiques (SIMMEL, GA 6, pp. 448ss); el concepte sociològic de «desancoratge» és reconegut per Giddens com a extret a partir de la investigació de Simmel (veg. GIDDENS, 1998, p. 23).

12. No descartem un contingut de veritat en la famosa tesi sobre la confusió substancial en l'ésser humà entre el «ser» i el «tenir» (veg. FROMM, 1978, pp. 77ss); tan sols discutim que el fonament ontològic del desig humà de «tenir moltes coses» recaigui en aquesta confusió.

des de l'àmbit de l'ens que em ve immediatament a l'encontre com «a la mà» s'estableixen noves possibilitats d'acció en el món. Això és un *fet descriptiu pur*, no susceptible (encara) d'avaluació o valoració. *Coses que m'envolten i que no poden ser incorporades a la totalitat de remissions i a la totalitat respectiva del meu món quotidià circumdant pel seu mode de manifestació poden passar a ser incorporades a la meva mundanitat quotidiana mitjançant un acte de compra: aquest és el sentit dels diners*. Els diners tenen com a finalitat dur a terme aquesta transmutació; aquesta «conversió» en la modalitat del ser. *Els diners modalitzen l'ésser dels ens a la seva manifestació*¹³. A la pregunta inicial que havíem

Bàsicament perquè el contingut de la tesi de la confusió no ha procedit prèviament a una descripció fenomenològica detallada del que signifiquen els conceptes de «ser» i «tenir» a l'òrbita dels nostres problemes, com per exemple la que hem dut a terme nosaltres amb el «comprar». La tesi de la confusió recau en l'àmbit de la descripció de la vida psicològica subjectiva de l'ésser humà des de certa denúncia d'una «pèrdua de sentit», i la circumscriu a l'àmbit de la terapèutica. Aquest punt de partença de la tesi de la confusió, que adopta des de les seves arrels més profundes una perspectiva terapèutica, condiona tot el desenvolupament posterior de les seves descripcions sobre la vida psicològica del subjecte en la societat moderna en la recerca de la felicitat, i els seus desenvolupaments només serien aplicables amb generalitat acceptant la tesi que tots estem malalts (veg. FROMM, 1992, pp. 18ss). tesi que, no essent descartable d'entrada, requereix d'una fonamentació més precisa per part de qui la sosté.

13. Tota la conceptualització de la ciència econòmica sobre les «necessitats» i les «utilitats» està decididament mancada d'una fonamentació ontològica a l'hora de fixar el seu contingut. En el millor dels casos, aquests conceptes són descrits i classificats per categories sense haver dut a terme una investigació ontològica sobre el seu fonament. Així, trobem pertot arreu «taules de classificació de les necessitats» (MARSHALL, 2005, p. 117) i col·leccions de definicions summament generals (i normalment preses d'una metafísica materialista) de la utilitat (JEVONS, 1998, pp. 93ss). Nosaltres intentarem circumscriure la fonamentació ontològica d'aquests conceptes a partir d'una investigació fenomenològica prèvia sobre el concepte de món, que els atorgui una base sòlida o, donat el cas, els mostri en la seva problemàtica.

dut a terme, la pregunta «*Què són els diners?*», havíem respost, pre-filosòficament, que «*els diners són (quelcom que serveix) per a comprar*». Els diners es defineixen des de la seva teleologia, des de la seva finalitat. Ara hem dut a terme el significat ontològic d'aquest «comprar»: modalitzar l'ésser dels ens a la seva manifestació. Però en tot moment, fins on hem dut a terme nostra descripció, ens hem fixat en la descripció del costat de la mercaderia; és a dir, ens hem fixat en la descripció de «el que compra». No hem dit res encara sobre «el que compra», entès com a mitjà (els diners) ni sobre la parella de subjectes que tenen lloc en l'acte de compra: el comprador i el venedor. La nostra anàlisi ha estat centrada en la mercaderia, com no podia ser d'una altra manera. En descripcions posteriors, ampliant el mateix contingut de la nostra fenomenologia descriptiva dels actes de compra, intentarem esmenar aquestes absències.

Bibliografia

- BENDIXEN, Friedrich, *La esencia del dinero*, Revista de Occidente, 1926.
- FROMM, Erich, *Psicoanálisis de la sociedad contemporánea*, FCE, 1992.
- *¿Tener o ser?*, FCE, 2002.
- FUENTESECA, Cristina, *La posesión mediata e inmediata*, Dykinson, 2002.
- GIDDENS, Anthony, *Consecuencias de la modernidad*, Alianza Ed., 1999.
- GILL, Louis, *Fundamentos y límites del capitalismo*, Trotta, 2002.
- HEIDEGGER, Martin, *Sein und Zeit*, Max Niemeyer Verlag, 1993.
- *Die Grundprobleme der Phänomenologie*, Gesamtausgabe Band 24, Vittorio Klostermann, 1975.
- *Holzwege*, Gesamtausgabe Band 5, Vittorio Klostermann, 1977.
- Prolegomena zur Geschichte des Zeitbegriffs*, Gesamtausgabe Band 20, Vittorio Klostermann, 1979.
- MARSHALL, Alfred, *Principios de economía*, Ed. Síntesis, 2005.

- MARX, Karl, *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie*, Karl Dietz Verlag, 2003 (trad. castellana, *El capital*, Akal, 2000).
- O'BRIEN, D.P., *Los economistas clásicos*, Alianza Universidad, 1996.
- PIÉGAY, Pierre (Ed.), *Teorías monetarias poskeynesianas*, Akal, 2006.
- SEARLE, John R., *The Construction of Social Reality*, The Penguin Press, 1995 (trad. castellana, — *La construcción de la realidad social*, 1997, Paidós).
- *Mente, lenguaje, sociedad. La filosofía en el mundo real*, Alianza Ensayo, 2001.
- SIMMEL, Georg, *Philosophie des Geldes*, Gesamtausgabe Band 6, Suhrkamp, 1989.
- STANLEY JEVONS, William, *La Teoría de la Economía Política*, Pirámide, 1998.