

El valor del Comediante

Iván Fernández Arbeláez

Psicólogo, docente de cátedra Universidad de Antioquia, ivan.fernandez@udea.edu.co

En 2019 la instalación *Comediante*, de Maurizio Cattelan, fue comprada por 120 000 dólares. Si consideramos que dicha obra de arte consiste en un banano, fijado a un retablo blanco con cinta aislante gris, su costo podrá parecer, dependiendo del presupuesto y gustos en materia de arte del lector, más o menos excesivo. La obra fue descrita por Emmanuel Perrotin, propietario de la galería donde se exhibió, como “un símbolo del comercio global, del doble sentido y del uso de un recurso clásico para el humor”¹.

Si otro parroquiano común realiza una instalación similar al *Comediante* de Cattelan difícilmente obtendrá una oferta de compra. ¿Por qué entonces alguien pagaría, por una fruta pegada a la pared, dinero equivalente al de un bien raíz o un automóvil de lujo? La discusión sobre la estética, es decir si *Comediante* es comparable a *Las meninas*, supera el alcance del presente escrito. Lo que interesa examinar aquí es cómo el dinero, esa medida aparentemente objetiva del valor comercial es, en esencia, una de las mayores ficciones psicológicas humanas.

No afirmaré aquí que, con excepción de la gravedad, las hemorragias cerebrales y los cocodrilos —es decir de aquellos eventos que matan sin importar la opinión que uno tenga sobre ellos— el resto del mundo está formado por “construcciones sociales”. No. Mi argumento es que el valor comercial (el dinero que se paga por algo) es esencialmente esotérico: proviene de una conexión imaginaria que le atribuimos con su origen. Para comenzar llevaremos a cabo un experimento mental.

Imagine que quien adquirió el *Comediante* fue un tío suyo, quien se la envió a usted como regalo. Su tío, lamentablemente, murió poco después de enviarle la obra de arte. Usted, siendo honestos, siempre consideró al tío Edgardo un poco esnob

y nada le impide poner la pieza de arte en venta. Otro esnob local ofrece comprarlo por un valor un poco superior al original (150 000 dólares), para compensar molestias y el valor sentimental. Todo marcha divinamente, hasta que le llama el abogado de su tío, quien tiene la obligación de informarle, confidencialmente, que la obra comprada por su tío fue alterada, de manera inadvertida para todo el mundo, excepto para su tío: durante su traslado, el mensajero de la galería se la comió.

El joven mensajero, no obstante, reemplazó la fruta con otra que compró luego en un mercadillo vecino al domicilio de entrega (parece que ahora también conocemos el detonador de la hemorragia cerebral que mató a su tío). Ahora: ¿cerrará usted el negocio sobre la obra de arte conociendo que no se trata de la pieza original?

Asumiendo que no es usted una persona cínica, y que por sus venas no corre la sangre fría del estafador, coincidirá en que vender el *Comediante* genuino parece una transacción honesta mientras que, vender su “falsificación” no lo es. Pero el razonamiento no se restringe al arte con frutas tropicales. Si por ejemplo se entera usted de que una supuesta réplica de Velásquez, que adornaba su cuarto de servicio, resulta ser un original, esto es, que el genio realmente apoyó el pincel sobre el lienzo para dar origen al cuadrado que usted tiene en casa, es muy probable que decida ponerlo en un lugar más prominente: la sala, por ejemplo, donde pueda contar a sus invitados que “se trata de un Velásquez original”.

Esta visión esotérica de la monetización del arte no es improvisada. Según Jacob Goldstein, en su libro *Dinero: la historia de una cosa inventada*², las primeras tablillas de cerámica talladas no contenían mensajes de amor sino de obligación: “Fulano debe a Mengano”, en lugar de “Fulano ama a Mengano”. Parece que la primera letra fue

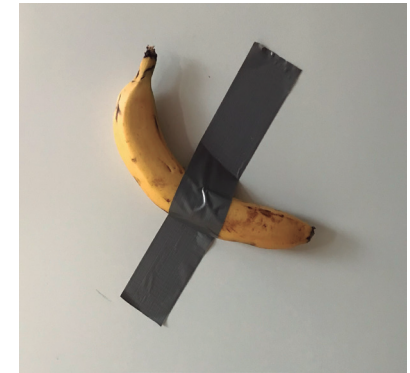
Diego Velázquez, “Las Meninas”, óleo sobre lienzo, 1656, Museo del Prado, obra en Dominio Público, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=22600614>



una letra de pago y que el dinero no reemplazó al trueque, como se suele pensar, sino que es la representación tangible de un sentimiento moral: el de la deuda.

En la actualidad, respecto a las letras que leemos o la música que escuchamos, más allá de una buena calidad de impresión o de la grabación, nos importa muy poco la conexión directa del objeto físico con su autor original. En cambio, con el arte plástico sucede un fenómeno de “contagio por cercanía”, similar al que ocurre con objetos completamente ordinarios que son subastados por haber pertenecido a una celebridad. No obstante, a diferencia de objetos de colección: como los palos de golf de John F. Kennedy o un suéter usado por el escritor Palmirano Julio César Londoño³, las obras de arte parecen tener un valor subjetivo generalizable y su compra, en muchos casos, se hace a manera de inversión. Tal como sucede con cualquier moneda o certificado de valor emitido por una entidad oficial.

En el siglo XVI Thomas Gresham observó que, cuando circulaban dos monedas equivalentes, pero de distinto material —plata y bronce, por ejemplo—, pasado cierto tiempo solo circulaban las monedas de bronce. La explicación tradicional apunta a la tendencia de los usuarios a acaparar



el material más valioso para fundirlo o exportarlo. Sin dejar de ser cierta dicha explicación, la observación de Gresham implica también otro principio de igual importancia: que un objeto tiene el valor que una autoridad reconocida colectivamente, sea esta un banco central o una galería de arte, dice que tiene. Tanto si valoramos una tablilla de cerámica, una moneda de bronce o una obra de arte, estamos sujetos psicológicamente a ese criterio que parece objetivo y confiable, aunque las burbujas financieras se encarguen periódicamente de demostrarnos lo contrario.

Si continúa usted reacio a aceptar sus creencias esotéricas acerca del origen de una obra de arte o del dinero, que es lo mismo para la presente argumentación, le invito a contestar una última pregunta: ¿recibiría usted donaciones provenientes de actividades moralmente controvertidas, como la trata de humanos, el tráfico de órganos o la desviación de recursos para alimentar niños y niñas vulnerables? Finalmente, puede que sea o no usted un esnob, que sacará el Velásquez del cuarto útil, para que presida sus reuniones sociales “donde debe estar” un clásico original. Pero puede también que su honestidad le incline a sentir que ese banano por el que va a recibir \$670 000 000 (seiscientos setenta millones de pesos colombianos) debería ser otro: ese otro banano que Cattelan en persona adhirió con cinta y que no debió haber terminado como refrigerio de un muchacho que, si bien tenía poca idea acerca del valor del arte moderno, conocía intuitivamente el valor del potasio en un momento de fatiga⁴. ■

¹ Luke O’Neil, “One banana, what could it cost? \$120,000 – if it’s art”, *The Guardian*, 6 de diciembre de 2019, <https://www.theguardian.com/artanddesign/2019/dec/06/maurizio-cattelan-banana-duct-tape-comedian-art-basel-miami>

² Jacob Goldstein, *Money: The true story of a made-up thing* (New York: Hachette books, 2020).

³ En un experimento psicológico se preguntó a los participantes cuánto estarían dispuestos a pagar por un suéter usado por el actor de cine George Clooney. A falta de un equivalente criollo opté por un admirado ensayista colombiano. El lector o lectora puede googlear ambas celebridades y llegar a sus propias conclusiones.

⁴ En realidad, por el carácter perecedero del material utilizado, lo que el comprador adquiere es un “certificado de posesión de la obra” que lo habilita para instalarla usando su propio banano y cinta, como si fuera la original. Por lo tanto, la anécdota del mensajero que se comió la obra de arte solo es un pretexto para la reflexión sobre el valor subjetivo que atribuimos a los objetos y es completamente ficticia. A menos que el lector o lectora tenga un tío Edgardo, que le haya heredado una costosa obra de arte conceptual, antes de morir de un derrame. En ese caso, la historia podría ser completamente cierta.



Dora Ramírez, "Para subir al cielo", acrílico sobre lienzo, 1971, Colección Museo de Antioquia, usada con autorización de la familia. Fotografía de Carlos Tobón

"Para subir al cielo se necesita una escalera"



Dora Ramírez, "La casa en el aire, homenaje a Escalona", acrílico sobre lienzo, 1970, Colección Museo de Antioquia, usada con autorización de la familia. Fotografía de Carlos Tobón