

El misterio del dinero y la tragedia de la presentación artística

Ezequiel Ipar¹
UBA - Conicet
Buenos Aires, Argentina
ezequielipar@yahoo.com

Resumen

A lo largo de la historia, el arte ha abordado el misterio del dinero desde múltiples perspectivas críticas que tienen básicamente un doble objetivo. Por un lado, revelar y denunciar el carácter ilusorio de las justificaciones ordinarias que presentan al dinero como un medio facilitador de relaciones libres, equitativas y pacíficas. Pero por otro lado, el arte no ha escapado a la necesidad de reflexionar sobre la extraña proximidad que existe entre las formas a través de las cuales el dinero se vincula a lo real y su propia existencia como pura mediación indeterminada, siempre desligada del mundo de lo útil, lo justo y lo verdadero. El presente trabajo invita a reflexionar sobre el significado de esta curiosa duplicidad (dialéctica) a través de la cual el arte se ha relacionado históricamente con el dinero.

Palabras clave: Dinero, arte.

Clasificación JEL: Z0, Z1.

Abstract

¹Sociólogo, Doctor en Ciencias Sociales (UBA) y Doctor en Filosofía (USP). Docente de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA) y de la Facultad de Humanidades (UNMdP). Investigador del Conicet (IEALC-UBA). Ha publicado en coautoría con Gisela Catanzaro *Las aventuras del marxismo. Dialéctica e inmanencia en la crítica de la modernidad*, así como numerosos artículos en revistas especializadas en Filosofía, Teoría Social y Crítica Cultural. Actualmente dirige un proyecto de investigación grupal (Conicet) sobre filosofía política y sociología de la democracia.

Throughout history, art has addressed the mystery of money from multiple perspectives reviews, which basically have a dual purpose. On the one hand, to reveal and denounce the illusory nature of ordinary justifications that present money as a means of enabling free, fair and peaceful relations. But on the other hand, art has not escaped the need to reflect on the strange proximity between the ways in which money is linked to the real and its very existence as pure indeterminate mediation, always detached from the world, the useful, the just and the true. This work invites to reflect on the meaning of this curious (dialectic) duplicity through which art has historically been associated with money.

Keywords: Money, art.

JEL classification: Z0, Z1.

1. Auris sacra fames

En distintos pasajes de su *Teoría Estética* Adorno realiza una serie de comparaciones –algunas, por cierto, muy extrañas– entre la estructura de las obras de arte y la morfología de las “mercancías”². Estas comparaciones, analogías y relaciones se repiten una y otra vez; insisten tanto en su obra sobre el arte en general, como en sus análisis sobre la posición del arte en las sociedades modernas. El punto de partida que las fundamenta es relativamente sencillo: en ambos casos se trata de *objetos* que, siendo productos del trabajo humano ordinario, desarrollan una “misteriosa” forma de vida que los vuelve *sujetos* de un proceso extraordinario. Lo que tienen de extraordinario estos objetos (las obras de arte y las mercancías) es que al atravesar la vida social se desdoblán y se escinden: por un lado, existe un cuerpo material y sensible, susceptible de ser percibido, representado, trabajado y consumido por “el hombre”; pero, junto con él, aparece otro cuerpo, un segundo cuerpo espiritual e inteligible, creador de todo tipo de fantasías, *presentaciones*, creencias y reencarnaciones. En torno a esta fisura entre estos dos *objetos sociales*, generadora de un tipo muy peculiar de (deseos,

²Cfr., ADORNO, Theodor. *Teoría Estética* (Trad. Pérez, Jorge Navarro). Madrid: Akal, 2004. Págs. 25-26, 36-38, 96-98, 301, 312-315.

capacidades y) creencias, Adorno traza las coordenadas para una posible *reflexión recíproca* entre las obras de arte y las mercancías. Después de Marx, sabemos que esa creencia posee un nombre muy específico: *fetichismo*. Lo que Adorno propone entonces en estos pasajes de su *Teoría Estética* es habilitar la comparación entre las obras de arte y las mercancías a través de la cuestión del *fetichismo* (el fetichismo de las mercancías como análogo al fetichismo del arte), para luego forzar una *reflexión filosófica* sobre la estructura y el funcionamiento social del fetichismo en el mundo de las mercancías a través del análisis de la estructura y la fuerza del fetichismo de las obras de arte. El desafío consiste, entonces, en provocar –en la perspectiva de una teoría crítica de las sociedades modernas– el encuentro entre la arqueología de la mercancía y la genealogía del arte.

Pero para seguir esta analogía hay que tener en cuenta que la obra de arte no es sólo semejante, en tanto objeto social, a cualquier mercancía (y, por lo tanto, encarnación viva de sus “misterios metafísicos”), sino que resulta extremadamente próxima a una mercancía muy especial, esa mercancía que Marx denominaba “la mercancía absoluta”: el dinero. Y si esto es cierto en muchos de los sentidos que pueden surgir del análisis de esta relación, sin dudas el más relevante es el que tiene que ver con la sensación de lo absurdo, con la constatación de algo desmedido que se expresa en el valor de ambos. Tanto la mercancía dinero como la mercancía obra de arte expresan, como toda mercancía, un valor relativo, es decir, expresan su valor a través de una *determinada* equivalencia con otra mercancía por la cual son susceptibles de ser cambiados. Pero en el caso del dinero y de las obras de arte, cuando se los considera desde el punto de vista pragmático de su utilidad, esa equivalencia se rompe, se vuelve abiertamente indeterminada e ilusoria. Cuando vemos que un lienzo pintado (por Cézanne) puede valer en el mercado del arte doscientos cincuenta millones de dólares sentimos que la realización de ese intercambio hace estremecer cualquier cálculo, cualquier medida o ponderación de sus términos, abriéndole el paso a una cierta *inconmensurabilidad*, interior sin embargo a la relación de equivalencia en la que aparece. Otro tanto sucede con el dinero. ¿Cómo es posible que un objeto superfluo, insignificante y parcial desde todo punto de vista termine igualado a los más diversos y costosos productos del trabajo del

hombre? En los casos de estas mercancías muy particulares, se trata de situaciones en las que el sujeto sabe que hay algo que está roto o que resulta incongruente, sabe que está frente a una relación de equivalencia que evidentemente no funciona y, sin embargo, en la realidad social efectiva actúa como si esa fisura no existiera, recompone los términos disociados y vuelve prácticamente conmensurable lo incommensurable. Tanto en el *valor* del dinero como en el de las obras de arte se tensiona por última vez esa sustancia misteriosa que circula a través de los intercambios mercantiles, pero es allí también donde se vuelve a recomponer la poderosa ilusión de su lógica equivalencial y todas las pruebas de su funcionamiento en la realidad.

En la arqueología del dinero-mercancía que encontramos en Marx, interesado por desentrañar qué tipo de universalidad se instituía con su generalización en las relaciones sociales, la incommensurabilidad en los términos del intercambio aparece claramente expuesta en el carácter suntuario, escaso y raro de la mercancía que termina representando el papel de equivalente general. Lo que observa ese análisis arqueológico es una progresiva selección, para ocupar la posición de mercancía-dinero, de objetos que carecen por completo de valor de uso, volviéndose esa “inutilidad” el fundamento de su capacidad para encarnar el papel de la “intercambiabilidad” absoluta³. Esto se da principalmente con los metales preciosos, el oro y la plata, pero

³Cfr., MARX, Karl. *Elementos fundamentales para la crítica de la Economía Política* (Trad. Scaron, Pedro). México: Siglo XXI, 1997. Págs. 93-94: “En los orígenes la mercancía que servirá de moneda –o sea, que será aceptada no como objeto de necesidad y de consumo, sino para cambiarla a su vez por otras mercancías-, es aquella que en mayor grado es cambiada como objeto de necesidad, que más circula; vale decir, aquella mercancía que ofrece la mayor seguridad de poder ser cambiada a su vez por otras mercancías particulares: aquella mercancía que en una determinada organización social representa la riqueza por excelencia, que es el objeto más universal de la oferta y la demanda y que posee un valor de uso particular. Tales son la sal, los cueros, el ganado, los esclavos. [...] Pero a medida que el desarrollo avanza se dará el fenómeno exactamente inverso, o sea es precisamente la mercancía que menos inmediatamente es objeto de consumo o instrumento de producción, la que representará mejor aquel aspecto, porque responde a las necesidades del cambio como tal. [...] Los metales preciosos corresponden mejor al estadio más desarrollado, ya que si su utilidad inmediata a los fines el consumo y la producción disminuye, por su misma rareza ellos representan en mayor medida el valor fundado únicamente en el cambio”.

Marx menciona también otro tipo de objetos suntuarios de otras culturas que pudieron ocupar perfectamente ese lugar: conchillas de mar, piedras preciosas, etc. Lo curioso es que esta selección de la mercancía-dinero que sigue el sentido de lo inútil en el objeto en sí, es contemporánea (y está esencialmente articulada) al surgimiento del *homo economicus* que, desde el punto de vista de la fenomenología de su subjetividad, ausculta todos los objetos con la idea fija de obtener la mayor cantidad posible de riquezas, comodidades y lujos con la menor inversión de tiempo.

Ahora bien, cuando Marx detecta esta contradicción entre los dos comportamientos posibles en la modernidad frente al dinero, el racional - instrumental del desconfiado *homo economicus* y el irracional-metafísico del adorador de oro, no los sitúa como una anomalía del sistema, sino que considera a esa contradicción como el fundamento de las dimensiones objetiva y subjetiva de las sociedades capitalistas. Por eso, no habría que limitar la arqueología del dinero de Marx al desocultamiento de David Ricardo, que encuentra detrás de las misteriosas fluctuaciones de los valores de las mercancías la secreta determinación de cada una de ellas por una misma y única unidad de medida, el tiempo de trabajo humano insumido en su producción. Junto con esa determinación “racional”, que obligaría a cada individuo económico a calcular en cada intercambio de mercancías si esa condición se cumple o no, se da otra no menos importante, completamente escindida de la determinación por su valor de cambio y que es la que permite que a través de la circulación de mercancías no circule sólo la sustancia igualitaria del “mismo tiempo de trabajo” sino también el exceso de valor. Cuando constatamos que el valor mercantil de una obra de arte no posee ninguna correspondencia con el tiempo de trabajo abstracto invertido en ella no debemos, por lo tanto, pensar que se trata de una excepción dentro de un régimen de intercambio donde esa premisa igualitaria se sigue cumpliendo taxativamente. Al revés, gracias a la conjunción de Marx y Adorno tenemos que saber leer en esa aparente excepcionalidad la estructura de lo absurdo, lo inconmensurable y lo excesivo que circula a través del dinero en un mundo totalmente racionalizado por el principio de equivalencia.

Este (extraño) tipo de equivalencias prácticas (desiguales), altamente

ritualizadas en la vida social, no podrían existir y reproducirse de no contar con una novedosa estructuración de las relaciones imaginarias y simbólicas. Cuando Marx intentó pensar la complejidad de esa estructura tuvo que recurrir a la analogía con los procedimientos mágicos de las comunidades primitivas, los cuales en los albores de la etnografía científica eran definidos como *prácticas fetichistas*. Y estas son las mismas prácticas que Adorno intenta reconstruir a partir de la confrontación con la obra de arte. A través de la objetividad de ambos productos, que tienen un uso y un valor en diferentes formas de culto dentro de la comunidad, también circula una sustancia social incommensurable, un cierto exceso en relación a las cosas y las relaciones de la vida cotidiana. Ese *exceso* en los objetos sociales ordinarios genera un tipo particular de creyente (la “religión del dinero” no es cualquier religión, como tampoco lo es el culto de las obras de arte), una forma particular de las interacciones sociales elementales, un tipo muy preciso de *universalidad* (“todo el mundo sabe qué es el dinero. . .”, “nadie puede negar la trascendencia de la economía monetaria. . .”) y, sobre todo, la posibilidad de la especulación en el proceso de circulación de los bienes económicos, especulación que, por cierto, ya había sido condenada por el teatro griego y Aristóteles: *auris sacra fames* (maldita sed de oro)⁴.

⁴Sobre el concepto de *especulación* (habitual tanto en el lenguaje teórico como en el ordinario) se podrían desarrollar múltiples reflexiones reveladoras a partir del análisis de su uso combinado en el arte, la filosofía y la economía. Vivimos en un mundo en el cual las obras de arte se han transformado ellas mismas en objetos de especulación estética, filosófica y *económico-financiera*. Es curiosa la facilidad con la que se puede observar de qué modo en momentos de crisis económicas globales, en las que los capitales buscan “activos de reserva” de valor, el mercado del arte les ofrece una de las posibilidades más rentables y seguras, junto con otros bienes “inútiles” como el oro, las piedras preciosas, los objetos de colección, etc. Encarnando otra de las deliciosas paradojas del capitalismo contemporáneo, se puede constatar como en momentos de escasez económica general la inversión y el valor de las obras de arte (fetiche) lejos de disminuir (por la necesidad de promover otras prioridades, de satisfacer otras necesidades) aumenta notoriamente.

2. El fetiche en el arte

Existe una pregunta que acompaña como un lastre perpetuo a todo arte que puede ayudar a comprender esta situación: ¿para qué todo esto? Esa pregunta insistente, que el modernismo supo combatir con una dosis equilibrada de identificación e ironía, recoge de alguna manera el malestar que provoca al interior de la vida social ordenada lo inútil y carente de una finalidad reconocible. La sentencia admonitoria de Platón ya se dirige en esta dirección. Frente al discurso del Saber el arte aparecía como culpable de *engaño* y de la artera tentativa de *usurpar* un poder social que no le corresponde; después de cualquier análisis y diálogo sereno reaparecen siempre las mismas preguntas: “¿a quiénes han sanado los poetas, cuál Estado fue mejor gobernado gracias a ellos, qué guerras se recuerda que hayan sido ganadas a partir de sus estrategias, cuántos conocimientos e invenciones ingeniosas le han ofrecido a la actividad de los hombres?”⁵. Pero esta misma inquietud que condena al arte por su “natural” impotencia sobre el mundo (no sirve para gobernar, ni para curar, ni para derrotar al enemigo, etc.) es la que revela la particularidad de una fuerza individual y común. Esta *fuerza*, que surge del distanciamiento frente al principio de utilidad en la relación con las cosas, se diferencia claramente de los *poderes* que tradicionalmente sirvieron para dominar los objetos del mundo social o natural: ejército, religión, moral, ciencia, técnica. Sin embargo, no es por eso menos efectiva. De hecho, esa fuerza que el arte extrae de su relación con las cosas del mundo genera un misterioso vínculo social, que es el auténtico índice tanto del “peligro del arte” como de su funcionalización al servicio de la dominación. Lo extraño del arte es precisamente esto, la constitución de una fuerza social que no depende inmediatamente ni de la violencia (o de la amenaza de la violencia física), ni de la autoridad de la Ley (o de cualquier régimen normativo de prohibiciones y prescripciones), ni de la cantidad o potencia de los recursos materiales que se emplean. Produce un *lazo social* intenso, pero no lo hace al modo de los poderes tradicionales.

⁵ Cfr., PLATÓN. *La República* (Trad. Eggers Lan, Conrado). Madrid: Gredos, 1992. Págs. 464-465.

Se despliega en la sensibilidad y la imaginación de todos los miembros de una comunidad, pero no requiere de una cultura o un lenguaje particular para poder ser contemplado y compartido. La obra de arte es migrante por naturaleza y se disemina como una materialidad significativa generadora de imágenes, símbolos y afectos que no respetan las fronteras de las culturas tradicionales. De allí el temor y el imperativo del tabú de Platón, y también su analogía con la mercancía-dinero.

En el lenguaje de la filosofía del arte tendríamos que hablar del “aura” de la obra de arte, para dar cuenta de este contenido que se hace presente en el “aquí y ahora” de su existencia, pero que sin embargo excede la mera representación de sus determinaciones materiales. El aura de las obras es esa fuente inagotable de significaciones y creencias asociadas a un objeto en apariencia inútil y carente de todo poder social. Es por esto que el estudio de la estructura, la forma de circulación y la fuerza del aura de las obras de arte puede resultar crucial para nuestra indagación de las prácticas fetichistas.

Durante las breves irrupciones históricas en las que se ha estimulado o tolerado la circulación de la *imago* artística han aparecido grandes exaltaciones de esta fuerza particular del arte. En los albores de la modernidad, Leonardo da Vinci enunció una de las más memorables y reveladoras genealogías de la obra de arte, por lo que vale la pena citarla aquí *in extenso*:

Y esta singularidad es la que hace descollar sobre las que son divulgadas por todas partes. ¿No vemos a los reyes de Oriente velados y cubiertos, creyendo disminuir su gloria al pregonar y divulgar su presencia? ¿No vemos siempre las pinturas que representan imágenes divinas, tapadas con coberturas de grandísimo valor? Y cuando se descubren, esto se hace en grandes solemnidades eclesiásticas, con cantos diversos, en diversos tonos. Y al develarlas, la gran multitud de pueblos se arroja a tierra, adorando y rogando por la salud perdida y la salvación eterna a quien está representado en tal pintura, de igual manera que si estuviera realmente presente y en vida. Esto no sucede respecto a ninguna otra ciencia u obra humana, y si dices que esto no es por mérito del pintor, sino mérito propio de lo que está repre-

sentado, se te contestará que en este caso la imaginación de los hombres es capaz de bastarse desde el lecho, sin ir a lugares fatigosos y peligrosos en peregrinaciones, como constantemente se ve. ¿Pero si también estas peregrinaciones se mantienen de modo continuo, qué las hace moverse sin necesidad? Habrás de confesar que es el simulacro mismo, lo cual no pueden realizar todas las escrituras que pudieran representar, en efigie y en mérito, tal idea. Parece, en la creencia de los que concurren a tal lugar, como si ese ser amase aquella pintura, y amase al que la ama y reverencia, y prefiriera ser adorado en aquélla y no en otra representación suya y que por ella otorgue gracias y dones de salud.⁶

En esta definición clásica del “aura” de la obra de arte, Leonardo recoge los motivos y la estructura de un tipo peculiar de creencia. Evidentemente, no se trata de cualquier creencia en poderes religiosos o sagrados. En este pasaje Leonardo hace una distinción muy precisa entre las creencias asociadas al poder político tradicional (“no vemos a los reyes de Oriente... disminuir su gloria”), al poder religioso (“y si dices que esto no es por mérito del pintor, sino mérito propio de lo que está representado, se te contestará...”) y a la fuerza del arte (“la creencia de los que concurren a tal lugar, como si ese ser amase aquella pintura, y amase al que la ama y reverencia...”). Una de las primeras diferencias que hay que destacar es la relación del sujeto de la creencia con la cosa que opera como causa de esa creencia. Cuando se cree en un poder religioso o político en términos objetivos se cree necesariamente en *alguien*, en un sujeto que encarna, representa o *es* ese poder, es decir, se cree en la autoridad, la superioridad, el carisma personal, etc., de un *sujeto* que es capaz de ejercer el *poder* “en primera persona”. No importa, por ahora, considerar cuál sea el medio de ese poder (la violencia, la legitimidad de su voluntad, la ley) ni cual sea el fin (la seguridad del Estado, la verdad, la justicia), lo que importa es señalar que la causa de la creencia subjetiva es siempre, en última instancia, otro

⁶DA VINCI, Leonardo. *Tratado de la pintura* (Trad. Pittaluga, Mario). Buenos Aires: Losada, 2004. Pág. 5.

sujeto. Vemos que es sobre el fondo de la creencia en estos poderes *intersubjetivos* tradicionales que Leonardo intenta situar a la relación afectiva con el aura y la fuerza de la obra de arte.

Ahora bien, a diferencia de la relación sujeto-sujeto por la cual se *valoran* a los “reyes” y los “dioses”, el *amor* (y el valor) del arte surge, en principio, de una extraña relación entre el sujeto y la cosa, que no aparece aquí como un mero auxiliar del “sujeto representado”, sino que posee un valor autónomo del que proviene la fuerza de la obra. En este sentido, lo que tiene de “singular” el valor de los productos artísticos consiste en que, al interior de un contexto social en el que imperan valores intersubjetivos, los hombres desplazan aquí sus miradas hacia las “cosas mismas”, más allá de su capacidad para representar o servir de instrumento a otros poderes. Estas cosas, estos *objetos de deseo* que son el producto del trabajo excepcional de los artistas, se vuelven, sin embargo, independientes de cualquier satisfacción de las necesidades naturales de los hombres, abriendo de ese modo en los sujetos la posibilidad de un deseo que es, al mismo tiempo, *desinteresado y excesivo*. En el fragmento de Leonardo queda claro que las obras de arte no satisfacen las expectativas de placeres materiales inmediatos (para poder contemplarlas, los hombres soportan travesías hacia “lugares fatigosos y peligrosos”), pero inscriben en esa separación que producen entre la necesidad y el deseo la posibilidad de una relación con el mundo de las cosas en la que se intensifican las pretensiones de encontrar los esquivos caminos que conducen hacia el “objeto amado”.

En esta descripción del aura también se aclara la relación objetual de la que surge el valor excepcional del objeto-arte. La evidencia muestra que *para los sujetos* ese valor se le asigna al “simulacro mismo”, ya que es en su singularidad donde reside la fuerza de atracción de los deseos de las multitudes (esta fuerza de atracción de los deseos subjetivos no depende de lo que las imágenes artísticas pudieran representar: “¿qué las hace moverse sin necesidad? Habrás de confesar que es el simulacro mismo, lo cual no pueden realizar todas las escrituras que pudieran representar, en efigie y en mérito”). Por el contrario, la existencia del aura de las obras (y del fetiche en las prácticas sociales) demuestra que los sujetos desean otra cosa en esos objetos, que los valoran como objetos diferentes, dignos de “amor y reve-

rencia”, precisamente porque no son una mera emanación de la voluntad de otro sujeto. Si las obras de arte sólo fueran una superficie de inscripción de la intencionalidad de los sujetos, bastaría “en este caso la imaginación de los hombres” para reproducirlas y comprenderlas, y no sería necesaria la contemplación de su existencia autónoma y de su composición singular. Por eso, en este extraño *amor a los objetos* que se expresa en el aura de las obras, se genera un tipo particular de creencia que no puede ser atribuida ni a la voluntad subjetiva del individuo, ni a algo que se le impone a él desde fuera de forma coercitiva (en el sentido tradicional de las “creencias colectivas”). La creencia en el valor de las obras de arte refleja una dimensión pre-subjetiva del sujeto, que se manifiesta como deseo de algo inabarcable en estos objetos particulares.

Por eso, frente a la pregunta ¿para qué todo esto?, lo primero que debemos hacer es poner en suspenso el criterio estrecho de la racionalidad del *homo philosophicus* y el *homo economicus*. Esa racionalidad se limita a decirnos que en el valor de las obras de arte sólo prima el absurdo y la pérdida de la estricta lógica equivalencial que debería regular los intercambios de los productos sociales, diagnosticando de esa manera sólo las implicancias negativas que las transforma en *fetiches sociales*. Por el contrario, en el alegato de Leonardo ese valor (el aura de las obras) puede ser comprendido, a condición de que se asuma su paradoja: a pesar de que no las puedan poseer o consumir, los hombres son capaces de desarrollar un deseo *extraordinario* por aquellas cosas que también “*son amadas por otros*” (hombres y dioses). Este exceso y esta parte inabarcable del arte, que permanece siempre “más allá del sujeto” tienen, sin embargo, dos caras. Por un lado, implican efectivamente una “sobre-valoración” de estos objetos particulares en detrimento de las capacidades, las necesidades, el poder y la satisfacción de los sujetos, que han quedado estancados en una relación amorosa de contemplación y reverencia. Se los ama de esta manera precisamente porque no se los puede reintegrar a las formas ordinarias de la vida del sujeto, porque no son susceptibles de la relación objetual material de apropiación y consumo. Cada uno de ellos es una *parte extraordinaria* que niega el horizonte en el que se mueve el sujeto que percibe y representa el mundo con el auxilio de sus propios poderes. De esta manera, toda obra de arte autén-

tica suprime la soberanía del sujeto, porque es portadora de eso que Kant denominaba lo *sublime*. Pero, en su otra cara, el objeto aurático materializa la condensación de intensos deseos subjetivos; deseos que se oponen a la mera repetición de los ciclos vitales y que expresan una resistencia del sujeto frente a las exigencias de obediencia de los poderes intersubjetivos tradicionales. En este sentido, el fetiche-artístico no nos sitúa sólo frente a una subjetividad inmadura (despotenciada por su creencia, que le impediría apropiarse realmente del mundo que la rodea) o una relación intersubjetiva bloqueada (donde las relaciones ente “las cosas” habrían reemplazado las posibilidades de una autorregulación a través de normas, valores o el mutuo entendimiento lingüístico). El fetiche-artístico encarna –también– la promesa de una liberación material de la subjetividad frente a las tradiciones culturales, los apremios normativos y el celo de la mirada del otro en las interacciones.

Siempre que la fuerza del arte *aparece* como peligrosa, de una manera o de otra, a lo que se hace referencia es a este contenido excesivo y desigual, que produce desequilibrios en las relaciones por las que circula. Por eso, la ruptura de las relaciones equivalenciales que produce la mercancía-arte es correlativa del carácter paradójico del objeto-arte. En tanto tal, el fetiche-artístico ha sido reiteradamente condenado en el discurso filosófico tradicional precisamente por las pretensiones desmedidas que introduce en las instituciones y las distintas esferas de interacción social; su vanidad consistiría en pretender *producirlo y transformarlo* todo a partir de casi nada, al modo de una alucinación en la que el artista se cree realmente *demiurgo* de los objetos que produce⁷. Pero en una lectura a contrapelo

⁷ Platón es, sin dudas, el exponente “clásico” del diagnóstico que asimila al arte a una patológica pretensión de omnipotencia subjetiva. Refiriéndose irónicamente a la jerarquía ontológica de las obras de arte, Platón muestra a un Sócrates que sólo está dispuesto a ridiculizar las pretensiones de la producción artística: “–Mira ahora qué nombre darás a este artesano. –¿A qué artesano? –Al que produce todas aquellas cosas que hace cada uno de los trabajadores manuales. –Hablas de un hombre hábil y sorprendente. –Espera y pronto dirás más que eso. Pues este mismo artesano es capaz, no sólo de hacer todos los muebles, sino también de producir todas las plantas, todos los animales y a él mismo; y además de éstos, fabrica la tierra y el cielo, los dioses y cuanto hay en el cielo y en el Hades bajo tierra. –¿Hablas de un maestro maravilloso. –¿Dudas de lo que digo? Dime:

de esa antigua censura al carácter paradójico del fetiche-artístico, se puede vislumbrar el potencial de un materialismo emancipador, que promueve formas de producción, de intercambio y de goce absolutamente nuevas, en las que el poder de la violencia, la religión o el Estado ya no ocupan ningún lugar. Esa es la utopía del arte, pero también su debilidad y su complicidad con la ideología, ya que sólo en tanto *imago* artística la realiza. Hasta esta contradicción nos conduce la *genealogía del arte* y nos muestra la afinidad que existe, en términos de los imaginarios sociales, los procesos simbólicos y culturales involucrados, con la *arqueología del dinero*.

3. La reflexión estética del fetiche-dinero

Como el objeto-arte, también la mercancía-dinero se pretende más allá del poder político, religioso o de la violencia. De hecho, cuando funciona como medio de integración social sigue operando en él la promesa de un materialismo liberador, que resultó esencial para la formación y expansión del capitalismo. A diferencia de lo que sucede con las formas de manifestación de la política, la religión o la violencia, que suponen siempre (y aparecen inmediatamente como) estructuras jerárquicas, relaciones verticales y centros de poder definidos, las interacciones sociales que organiza el dinero aparecen, inmediatamente, como desjerarquizadas, desplegadas en base a relaciones horizontales de circulación que, por la igualdad de sus células elementales, han suprimido los centros de dirección y control⁸.

¿te parece que no existe un artesano de esa índole, o bien que se puede llegar a ser creador de estas cosas de un cierto modo, y de otro modo no? ¿No te percatas de que tú también eres capaz de hacer todas estas cosas de un cierto modo? -¿Y cuál es ese modo? -No es difícil, sino que es hecho por artesanos rápidamente y en todas partes; inclusive con el máximo de rapidez, si quieres tomar un espejo y hacerlo girar hacia todos lados: pronto harás el sol y lo que hay en el cielo, pronto la tierra, pronto a ti mismo y a todos los animales, plantas y artefactos, y todas las cosas de que acabo de hablar”. PLATÓN. *La República*. Op. cit. Pág. 459.

⁸Cfr., MARX, Karl. *Elementos fundamentales para la crítica de la Economía Política*. Op. cit. Pág. 118: “La circulación del dinero, como la de la mercancía, parte de puntos infinitamente distintos y retorna a puntos infinitamente distintos. El movimiento de salida de un único centro hacia los distintos puntos de la periferia, y el movimiento de retorno

Hay que prestarle mucha atención al modo en el cual la mercancía-dinero ha buscado (y ha logrado) históricamente capturar, controlar y representar a una fenomenal revolución de la experiencia, el deseo y las formas de producción, contemporáneas del renacimiento de la fuerza del arte en la vida social. La hipótesis general, con consecuencias histórico-antropológicas significativas para el estudio crítico de las sociedades capitalistas, sería la siguiente: el dinero como medio de integración social conserva y suprime, al mismo tiempo, las transformaciones que impulsó en la subjetividad y la cultura el proceso de autonomización del fetiche-arte. A partir de allí quedaron fundidos en un extraño destino común, donde el fetiche-dinero ocupa el papel fundamental y el fetiche-arte un rol marginal (pero no por eso “inofensivo”).

En el capitalismo contemporáneo, esta fusión puede constatarse en la creciente “estetización” de la valorización, las formas de organización del trabajo y la acumulación –y destrucción– del capital. La globalización de una nueva hegemonía del capital financiero nos expone todos los días a noticias sobre “*capitales ficticios*”, “precios de activos *imaginarios*”, “*balances maquillados*” y otras variaciones conceptuales⁹, en las que esta estetización

de todos los puntos de la periferia hacia el único centro no tienen lugar en la circulación del dinero.”

⁹Entre las decenas de nombres, acontecimientos, productos financieros y técnicas de gerenciamiento de la fuerza laboral que dan cuenta en la cultura contemporánea de esta “estetización” del capitalismo, un episodio reciente merece ser destacado. Entre las múltiples opciones que se han barajado para superar los obstáculos que le impone al Tesoro de los EE.UU la Constitución y la legislación fiscal con respecto al límite de deuda permitida con la Reserva Federal, una de las más curiosas (¡y factibles!) ha sido la que se conoció como “one trillion dollar coin idea”. Aprovechando el amparo de una ley pensada para los coleccionistas de arte y amantes de la numismática, que le permite al Tesoro acuñar con fines conmemorativos monedas de platino y asignarle (cumpliendo con una performatividad estético-política paradigmática) “cualquier valor” que considere adecuado, se pensó en la posibilidad de acuñar una única moneda de platino, denominarla con el valor de un billón (trillón en inglés) de dólares y depositarla en la Reserva Federal a cambio, evidentemente, de un billón de dólares en efectivo. Esta metamorfosis y transubstanciación de las almas de los activos financieros hubiera resultado deliciosa para el apetito interpretativo de Marx. Pero aquí lo que hay que resaltar no es tanto el viejo problema de las teorías monetarias: ¿cuál es el respaldo *real* del circulante monetario?, sino el hecho

del capitalismo se hace a todas luces evidente. Pero surge un gran peligro de esta evidencia. Cuando enfocamos el análisis de esta transformación exclusivamente desde el punto de vista de la “estetización del capitalismo”, nos olvidamos que esa estetización surge fundamentalmente de un fracaso interno del campo estético, de una “derrota del arte” como agente de transformación de la experiencia, a partir de su funcionalización dentro de los imperativos sistémicos del capitalismo. Es decir, cuando analizamos la conjunción contemporánea del fetichismo de la mercancía-dinero con el fetichismo de la mercancía-arte bajo el prisma de la *estetización del capitalismo*, dejamos a un lado el análisis de la crítica y la resistencia que el objeto-artístico realiza, desde dentro de las *prácticas fetichistas*, de su estructuración al servicio de la dominación en las diferentes esferas de la vida social. Nos concentramos en las afinidades entre ambos y descuidamos su diferencia. Por eso la *Teoría Estética* de Adorno sigue un camino distinto. En vez de centrarse exclusivamente en el análisis de la analogía entre las dos grandes formas del fetichismo contemporáneo, avanza en desarrollos significativos que exploran su *diferencia*. Se podría afirmar, inclusive, que el planteo de Adorno sólo analiza las afinidades que existen entre la estructura del fetiche-dinero y la del fetiche-arte, para poder trabajar sobre sus diferencias y las consecuencias de las mismas.

La primer gran diferencia consiste, obviamente, en que allí donde el fetiche-dinero intenta apaciguar y silenciar los excesos y las contradicciones que se condensan en él, deviniendo imagen de transparencia, certidumbre y equivalencia en los intercambios, el fetiche-arte exhibe abiertamente su fragilidad, su exceso y el carácter paradójico de su modo de existencia, que es el auténtico signo de la tragedia de toda representación artística. Mientras el fetiche-dinero es solidario de la abstracción y del cálculo racional, que plantean un mundo social sin fetiches, el fetiche-arte se asume como

de que se haya escogido un objeto investido exclusivamente de un “valor estético” para cumplir semejante papel de representación del valor. Por cierto, algunos participantes ingenuos en este debate, sometidos todavía a la (pseudo)racionalidad de los regímenes de convertibilidad del dinero, se empeñaban en intentar rechazar esta idea preguntando de dónde sacaría el Tesoro todo el platino necesario para acuñar una moneda de esa *sublime* magnitud.

fetichismo en primera persona y plantea una serie de problemas en torno a ese “extraño poder de las cosas” sobre los hombres que él mismo encarna en su circulación social. Es por eso que, en el primer caso, la creencia fetichista en el valor autónomo y la omnipotencia del objeto-dinero va acompañada de una *normalización* de las relaciones sociales que organiza, mientras que, en el caso de la creencia fetichista en la autonomía del arte, lo que aparece es una fuerza de oposición y crítica a toda normalización, que deviene también crítica del dinero.

El grado cero de la oposición entre el arte y el dinero, que implica la relación más externa entre ambos, consiste en la *tematización* crítica de los problemas asociados a su universalización: el egoísmo, la usura, el engaño, la explotación y la destrucción de las virtudes cívicas. Un ejemplo paradigmático de este primer nivel de la crítica lo encontramos en la obra de Shakespeare *Timón de Atenas*, que inspiró el descubrimiento de Marx de un nuevo protagonista del sufrimiento y las calamidades de los hombres mortales: el oro, “dios visible, que trata como a un rebelde al hombre, que es su esclavo, y con su poder lo somete al caos de la discordia”¹⁰. Lo interesante de esta extraña tragedia es que desplaza el foco del conflicto de las acciones interpersonales (o mediadas por los dioses y sus fantasmas) hacia las relaciones con los objetos ordinarios de la vida social. Los hombres ya no son los frágiles protagonistas de una lucha contra el destino, sino los ingenuos creadores de su secreta perdición. El dinero, que es presentado como el medio más igualitario, que construye la idea misma de Humanidad, termina siendo la causa de la división y la destrucción. Por eso, el final trágico no es la muerte, sino la Misantropía universal. De modo general podríamos decir que cuando el arte tematiza críticamente la sustancia del dinero lo que hace es revelar y denunciar –a través de diversos procedimientos– el carácter ilusorio de las justificaciones ordinarias que lo presentan como un medio facilitador de relaciones libres, equitativas y pacíficas. Contra esto, se expresa en el arte la experiencia de la desigualdad, la violencia y la pérdida de autenticidad de todas las relaciones que pasan a estar dominadas por el encantamiento del equivalente universal que representa el dinero.

¹⁰SHAKESPEARE, William. *Timon of Athens*. Acto IV, Escena III.

Si nos adentramos en la propuesta de Adorno, hallamos un segundo nivel de esta negatividad del arte frente al dinero en la *discontinuidad ideológica* que muestra su propio carácter fetichista. Como hemos mostrado, el arte no puede ser sin residuos de su constitución fetichista¹¹, incluso después de su desacralización y autonomía. Pero gracias al movimiento inmanente a través del cual se separan del mundo empírico, que implica su antiquísima culpa por la separación entre el trabajo corporal y el trabajo espiritual, las obras de arte desarrollan “algo fetichista que se aparta del fetichismo de las mercancías”¹². En tanto producen un valor social que se expresa más allá de la rígida racionalidad que separa lo útil de lo inútil, las obras de arte colaboran con la ilustración de la falsedad y el engaño contenidos en el fetichismo del dinero. Por eso, las obras de arte auténticas develan en su posición frente a la objetividad social la verdad de la ideología mercantil, “su encantamiento es desencantamiento”¹³. En su exhibición y su forma de existencia, el ser-en-sí de su objetualidad paradójica no pretende ser-paratrotro. Como fetiches sociales, las obras de arte no simulan un valor de uso que no tienen; pero con eso ponen al procedimiento fetichista, que es el que convierte a la mercancía absoluta, el dinero, en ideología, al servicio de la verdad de lo excluido, lo marginado y todo aquello que no se identifica con los principios vigentes de reconocimiento, valorización e intercambio. En tanto tales, “las obras de arte son los lugartenientes de las cosas ya no desfiguradas por el intercambio, de lo que no está estropeado por el beneficio y por la falsa necesidad de la humanidad humillada”¹⁴.

En un tercer nivel, las obras de arte auténticas permiten una mirada crítica del fetiche-dinero cuando se desmienten a sí mismas, es decir, cuando *deconstruyen* la imagen del placer sensible de la que saca provecho la esfera del entretenimiento¹⁵. Ninguna obra de arte podría existir sin relación al

¹¹ Cfr., ADORNO, Theodor. *Teoría Estética*. Op. cit. Pág. 245: “En las obras de arte, el espíritu no es algo añadido, sino que está puesto por su estructura. Esto es responsable en un grado no pequeño del carácter fetichista de las obras de arte: al seguirse de su constitución, su espíritu aparece necesariamente como algo que es en sí”.

¹² *Ibíd.* Pág. 301.

¹³ *Ibíd.* Pág. 300.

¹⁴ *Ibíd.*

¹⁵ *Ibíd.* Pág. 416: “El entretenimiento, incluido el elevado y sobre todo el que se las da

placer, inclusive a una intensificación y multiplicación del placer sensible. En este sentido, toda obra de arte es una *promesse du bonheur*; por lo cual, fatídicamente, coincide con el dinero. Sabemos que la textura abstracta del signo-dinero sirve no sólo como superficie de inscripción de los deseos más variados, sino también como instancia absolutamente ilimitada de producción de deseos. Forma parte de cualquier psicoanálisis verdadero del objeto-dinero comprender el significado de esta *promesa abstracta* que él es como algo más complejo y más difícil de entender que una mera simbolización de fantasías eróticas o perversiones heredadas en el desarrollo de la sexualidad. Se podría decir que a Marx también le faltó este otro lado. Entender las implicancias individuales y colectivas del dinero, pero no sólo a partir de esa cara que mira hacia el trabajo humano abstracto, sino de aquella que construye el *deseo humano abstracto*. Habría que estudiar de qué modo las pretensiones metafísicas del dinero se fraguan en las gélidas imágenes del vacío, de la voracidad por lo absoluto, de una totalidad descualificada y de un deseo de dominio infinito, que luego van a provocar muchas de las patologías individuales y sociales modernas. Lo esencial de este mecanismo se produce cuando el dinero se convierte en la única promesa de felicidad garantizada y certificada en los intercambios sociales, ya que como su única *medida* es cuantitativa, tiende a suprimir cualquier distancia y diferencia cualitativa en el objeto, el deseo y el placer. Por el contrario, el arte auténtico, que es en su propio concepto una promesa de felicidad absolutamente incierta e indeterminada, combate frontalmente contra la constitución y el mecanismo social del deseo humano abstracto. Lejos de configurar la imagen de una unidad indisoluble entre el fetiche y el placer, el arte repone las distancias con el objeto que permiten su percepción diferenciada, provoca la diferencia con el deseo y estimula la vitalidad de un placer que no depende del dominio y el consumo. En él se corrigen, frágilmente, los objetos descualificados por la vigencia del fetiche-dinero, que no sin razón Marx

de noble, se volvió vulgar una vez que la sociedad del intercambio capturó a la producción artística y la preparó como mercancía. Es vulgar el arte que humilla a los seres humanos al reducir la distancia y complace a los seres humanos ya humillados; el arte vulgar confirma lo que el mundo ha hecho con los seres humanos en vez de que su gesto se rebele contra eso”.

también denominaba como el Moloch de las mercancías¹⁶.

Recepción: 05/12/2013. Aceptación: 01/09/2014.

Referencias

- [1] ADORNO, Theodor. (2004) *Teoría Estética* (Trad. Pérez, Jorge Navarro). Madrid: Akal.
- [2] DA VINCI, Leonardo. (2004) *Tratado de la pintura*. (Trad. Pittaluga, Mario). Buenos Aires: Losada.
- [3] MARX, Karl. (1997) *Elementos fundamentales para la crítica de la Economía Política* (Trad. Scaron, Pedro). México: Siglo XXI.
- [4] PLATÓN. (1992) *La República* (Trad. Eggers Lan, Conrado). Madrid: Gredos.

¹⁶Cfr., MARX, Karl. *Elementos fundamentales para la crítica de la Economía Política*. Op. cit. Pág 133.

