

# Mauss, Saint Laurent e os chineses

Roberto de Magalhães Veiga

O lugar não poderia ser melhor e a repercussão internacional mais lisonjeira. Para qualquer colecionador, esteta, amante das artes, artista, comprador profissional ter as peças que adquiriu e das quais se cercou ao longo de sua vida apregoadas, após sua morte, em um leilão público de prestígio global no Grand Palais, e não em uma sala tradicional de arrematação, parece ser o último passo antes da canonização museológica dos artefatos e da carreira de colecionador ser formalmente anunciada *urbe et orbi*.

Assim, a Christie's (em parceria com Pierre Bergé & Associés) não poderia ter escolhido local mais adequado para mostrar e vender a coleção Yves Saint Laurent & Pierre Bergé. Além do que, para o mundo da moda as honras do Grand Palais fazem parte de sua história. Para a dita "venda do século", a casa de leilões "has spent \$1,2 million alone on renting and refurbishing 140,000 square feet of the Grand Palais for the auction" (Erlanger, 18.02.2009). O leilão, marcado para os dias 23, 24 e 25 de fevereiro de 2009, foi precedido pelas exposições em Londres, de 31 de janeiro a 3 de fevereiro, em Bruxelas, de 7 a 10 de fevereiro, e em Paris, de 21 a 23 de fevereiro.

As constantes relações entre a indústria do luxo e as obras de arte moderna e contemporânea são notórias, e alguns aspectos destas relações já foram por nós apontados (Veiga, 2010). No caso de Saint Laurent esta associação é habitual. Um dos seus grandes sucessos foi sua coleção Mondrian de 1965, isto sem mencionar que "glamorous evening clothes were often adorned with appliqué and beadwork inspired by artists like Picasso, Miró and Matisse", além da influência mais ampla de Christian Bérard no seu desenho e no uso da cor (Schiro, 01.06.2008). Em 1983, aos 47 anos, Saint Laurent tem uma retrospectiva de seus desenhos de moda apresentada

no Costume Institute do Museu Metropolitano, em Nova Iorque, que, pela primeira vez, concedeu tal honra a um *designer* vivo. Para não deixar qualquer dúvida, em março de 2009, na montagem da exposição de 250 obras de Andy Warhol no Grand Palais, “The Great World of Andy Warhol”, distribuída por temas pelo curador Alain Cueff, Pierre Bergé recusou-se a aceitar que a série de retratos de Saint Laurent de 1974 fosse pendurada na seção *Glamour*, junto com outros estilistas como Armani. A única *cimaise* possível seria a do setor *Artistas*, ou então não haveria acordo.

Não custa lembrar que, de 11 a 21 de setembro de 2008, também realizou-se no Grand Palais a 24ª edição da Biennale des Antiquaires, com 96 expositores, seus *stands* ocupando 4.100 m<sup>2</sup>, acompanhada por uma Biennale *off* com suas mostras paralelas. De acordo com seu diretor, Christian Deydier, sinólogo e presidente do Syndicat national des antiquaires, esse evento “n’est pas une foire, mais un moment d’exception ou l’on vend à des amateurs éclairés des pièces d’exception.” (Deydier e Bousteau, set. 2008: 101). “Événement mondain le plus prisé de la rentrée”, no qual “L’art de vivre à la française a retrouvé son ambassade” (Wavrin, nov. 2008: 184), foi aberto por um grande jantar de *haute cuisine* preparado por Michel Guérard orientando 300 cozinheiros e 700 pessoas “pour servir des invités du monde entier triés sur le volet” (Deydier e Bousteau, 2008: 101). Para o grande público visitante o ingresso padrão custava 20 euros, o catálogo 42 euros, com a promoção de dois ingressos mais um catálogo por 72 euros. Os estudantes de arte e os menores de 12 anos tinham a entrada liberada.

Os artefatos apresentados cobriam a mais variada gama de interesses, com uma forte presença de peças do século XX, que muitos já não consideram mais contemporâneo. Para os fins deste artigo ressaltamos quatro objetos. O primeiro foi destaque apresentado pelo próprio organizador da Biennale. Tratava-se de um vaso para bebida fermentada, “bronze niellé d’argent”, China, século V ou III antes da era comum, “vraisemblablement réalisé dans la fonderie Houma, la plus célèbre dans la Chine ancienne”, com apenas dois outros equivalentes conhecidos, mas considerados inferiores. Esta peça esteve por mais de 60 anos na família de um dos três maiores *marchands* franceses de arte chinesa. Avaliado em torno de “7 millions d’euros. Ce vase fait partie des dix ou quinze objets chinois les plus rares et les plus cher au monde” (Deydier e Bousteau, 2008: 100).

As outras três antiguidades constaram da “Sélection d’oeuvres phares” feita pela equipe da Beaux Arts Magazine em duas edições. Uma coroa da dinastia Liao (907-1125 da nossa era), que era “un bel exemple de l’assimilation des techniques des Tang par les tribus étrangères qui se partagèrent l’empire chinois à partir de 906”, um “Robot princier (...) Morceau de bravoure dû à un orfèvre virtuose (...) *trinkspiele* ou jouet à boire (...) Joachim Fries. Diane et le Cerf. 1610-1612, argent repoussé, ciselé, gravé, partiellement doré, mécanisme” e, por fim, um macaco em bronze, com incrustações de prata, China, dinastia dos Han ocidentais, de 206 antes

da era comum a 8 de nossa época, considerado extremamente raro e que lembrava os animais de circo encontrados no túmulo do primeiro imperador da China. “Être un grand antiquaire, c’est chasser en permanence l’objet rare, et le succès de la biennale dépend essentiellement de cela. (...) Et justement, l’identité de la biennale, c’est le chef d’oeuvre, l’excellence, la rareté...” (Alliod, 2008: 108; Wavrin, nov. 2008: 188; Deydier e Bousteau, 2008: 100).

Na expectativa de um resultado final para a venda Saint Laurent entre 200 e 300 milhões de euros, de qualquer forma abaixo dos 600 milhões estimados antes da crise econômica global, os cuidados tomados não foram poucos. Durante meses, *experts* da Christie’s foram viver em Paris para acompanhar compradores em potencial em visitas ao apartamento do estilista. Foram impressos 7.000 catálogos da venda. Na verdade, era um conjunto de cinco catálogos – que podiam ser comprados separados –, num total de 1.800 páginas, por 290 dólares (na eBay, um exemplar foi adquirido por mais de 600 dólares). Quatro semanas antes do leilão, quando o catálogo ainda podia ser encomendado por 200 euros, ele já era considerado “lot de consolation”, *must* absoluto e futuro *collectible*... A isto somava-se a atividade da mídia, ocupada em dar destaque à venda. Os efeitos de trabalhos conjugados eram visíveis. Hotéis de luxo tinham inúmeras reservas para os dias da venda e o fluxo de eventos sociais não era menos expressivo (Wavrin, fev. 2009: 112, 117; Erlanger, 18.02.2009).

As apostas possíveis e especulações sobre os prováveis ganhos econômicos e simbólicos num evento desta ordem não fugiram à regra. Relativizações e considerações de alguns críticos procuravam traçar uma linha demarcatória entre o que eram obras excepcionais, de um lado, e obras importantes, de outro, e em época de crise econômica os agentes do mercado de arte sabem que arrematantes tornam-se mais criteriosos do que em tempos de vacas gordas. Distinguir os diferentes valores agregados que formam e reforçam a desejabilidade dos lotes definem e reproduzem as identidades públicas dos integrantes na hierarquia do mercado de arte. Se o significado é objeto de disputa, o oligopólio do conhecimento que ordena este mundo revela-se em sua dinâmica.

Mas, como não poderia deixar de ser, ainda mais no mundo dos luxos intermediários (Lipovetsky e Roux, 2005; Lipovetsky, 2007), os menos aquinhoados economicamente eram igualmente solicitados/encorajados a participar da venda, publicações apresentavam uma seleção dos “objets à la fois les plus accessibles et les plus représentatifs de l’esprit de la collection”, com estimativas de preços de base oscilando entre 6.000,00 e 20.000,00 euros, “l’équivalent en termes de dépenses entre l’achat d’une Clío d’occasion et d’une Golf de base neuve, en moins encombrant et plus écologique” (Wavrin, fev. 2009: 112). Vendas paralelas também se beneficiavam desta maré montante impulsionada pela Christie’s. Drouot Richelieu, de 26 a 27 de fevereiro, após dois dias de exposição, veria a casa de vendas Cornette de Saint Cyr oferecer cerca de 800 peças Saint Laurent, da *haute couture* ao *pret-à-porter*, de

vestidos aos acessórios de moda – duplamente atraentes, pelo preço mais em conta e por não dependerem do tamanho do manequim da interessada –, com lotes cujas bases iam de 50,00 a 5.000,00 euros.

O impacto do sucesso da venda Saint-Laurent nos novos tempos de austeridade mundial significou mais um marco para um mercado que sabe amortecer crises e seguir triunfante para novos e mais ambiciosos objetivos (Veiga, 2005). Algo em torno de 34.000 visitantes dirigiram-se ao Grand Palais para prestigiar a “venda do século”, tendo aguardado até mais de cinco horas para entrar no paraíso. Só na primeira noite, a da pintura moderna, mesmo que um Picasso cubista não tenha saído, 61 lotes foram vendidos por 206 milhões de euros e, no final do terceiro dia, a conta foi fechada em 373, 9 milhões de euros. A coleção Saint Laurent & Bergé “a accumulé tous les records mondiaux. Pour les oeuvres isolées de Matisse, Brancusi, Duchamp, Chirico et tant d’autres, mais aussi pour une collection d’art moderne, une collection d’Art déco, une collection d’orfèvrerie, et une collection tout court.” (Wavrin, abr. 2009: 117; Erlanger, 23.02.2009).

A referência anterior de peso para o mercado de arte era a venda, em três sessões, de 223 obras de Damien Hirst pela Sotheby’s, em Londres. De 5 a 15 de setembro de 2008 os visitantes tiveram acesso à exposição em New Bond Street. O mundo perplexo tomou simultaneamente conhecimento da quebra do Lehman Brothers (quarto maior banco de investimentos norte-americano), da liberação de um empréstimo do FED de até U\$ 85 bilhões para evitar a falência da AIG (maior seguradora dos EUA) mediante a garantia de 79,9% das ações da companhia e do sucesso do pregão principal da venda Hirst. Só o seu bezerro de ouro foi sedutor o bastante para encontrar admirador disposto a cultuá-lo por 13 milhões de euros (estimativas de 8 a 12 milhões de libras), seguido de perto por um tubarão capaz de devorar 12 milhões de euros (base 5 a 7,5 milhões de euros).

O resultado final da venda Hirst de 140 milhões de euros evidenciava “cette insolente vigueur du marché”. A ausência dos americanos era mais do que compensada pela presença dos chineses, indianos, etc. Mais de um terço dos arrematantes era de novos clientes. Os novos miliardários continuavam marcando presença (Wavrin, nov. 2008: 181; Veiga, 2010). A sensação de alguns observadores era a de ser *escort* de Alice no chá do chapeleiro maluco. Neste setembro, do outro lado do mundo, a arte chinesa mantinha sua posição em Hong Kong.

Mas o mercado de bens singulares, englobando artigos de luxo, obras e objetos de arte e serviços, começava a dar inequívocos sinais do tamanho da crise financeira. Em Nova Iorque, no feriado de Ação de Graças, quando seletivos descontos são habitualmente oferecidos para estimular o consumo, Bergdorf Goodman, Saks e Neiman Marcus surpreendiam a cidade com o tamanho das reduções feitas nos seus cobiçados artigos. Um vendedor da Bergdorf Goodman dizia “The world is a strange place right now (...) It’s off its axis”. Também pudera, pois o mercado

de bens de luxo oferecia vestidos de noite de Valentino de 2.950,00 dólares agora com 70% de desconto, uma saia de cetim preto da Comme des Garçons por meros 129,00 dólares e, para não deixar os homens descontentes, um blazer de cashmere da Loro Piana por 329,00 dólares no lugar dos habituais preços a partir de 2.000,00 dólares a peça (Thebay, 03.12.2008).

Em novembro, tradicionalmente a mais lucrativa época do ano para os leilões de arte (Veiga, 2010), uma composição suprematista de Malevitch foi adquirida na Sotheby's, em Nova Iorque, por 60 milhões de dólares, pulverizando o recorde anterior da arte russa de 20,9 milhões de dólares por um Kandinsky, obtido em maio de 1990 (véspera de outra crise...). O Malevitch ia na companhia de um Munch por 38 milhões de dólares e de um pastel de Degas por 37 milhões de dólares. Mais de um terço dos lotes não conseguiu adquirente, mas, mesmo assim, a casa de leilão apurou 223 milhões de dólares. Ao mesmo tempo, das 1.338 obras oferecidas pelas grandes casas de leilão em Nova Iorque, de 11 a 14 de novembro de 2008, 584, mais de 43%, não encontraram comprador e 33% das arrematadas o eram a preços abaixo das muito generosas estimativas feitas no verão anterior, reajustadas face aos novos tempos de crise financeira. Os clientes eram instados a baixar os preços de reserva das obras consignadas, de início de 20% a 30% e, às vésperas dos pregões, até 50% (Wavrin, jan. 2009: 113). O jogo virava: agora era o mercado dos colecionadores e não mais o dos especuladores e dos vendedores impondo as regras e os preços.

Mas, neste quadro geral, para nossa discussão específica importa é dar prioridade às reivindicações de Beijing relativas à devolução de duas peças chinesas do leilão Saint Laurent. Os sinais do que estava por vir eram claros para os responsáveis pelas coleções públicas e privadas, arqueólogos, negociantes de obras e objetos de arte, advogados e toda gama de agentes atuando no mundo da arte chinesa. No apagar das luzes do governo George W. Bush, os EUA assinaram, em 14 de janeiro, após 3 anos de negociações, um acordo com a China que

(...) covers all of China's cultural heritage from the Paleolithic period, beginning 75,000 B.C., through the Tang period, ending A.D. 907, in addition to monumental sculpture and wall art that is at least 250 years old. Materials subject to import restrictions include art, furniture, textiles, ceramics, weapons, tools, ornaments, jewelry, coins and musical instruments (Genocchio, 17.03.2009).

A questão da procedência das peças transcendia o terreno das escavações arqueológicas clandestinas e avançava firme para abranger tudo o que não fosse inequivocamente amparado por documentação idônea. Em troca, a China comprometia-se a tomar medidas para reprimir o saque e o mercado negro de tais bens em seu próprio território – seculares e, acreditava-se, de grande monta – e a colaborar com museus

norte-americanos para intensificar o intercâmbio cultural, com mais exposições e empréstimos a longo prazo de material arqueológico. O diretor do Peabody Essex Museum lembrava que a pretensão chinesa inicial dizia respeito a praticamente todo material arqueológico, obra de arte ou outro objeto feito antes da queda da dinastia Qing, em 1911 (Genocchio, 17.03.2009).

A aquiescência norte-americana às demandas patrimoniais, artísticas, históricas chinesas não podia ignorar outros interesses igualmente em jogo na China. Este acordo entre Estados no final dos anos Bush não deve ter passado ao largo dos contrariados interesses das indústrias do cinema, da música e do *software* dos EUA, que avaliavam terem amargado, por ano, um prejuízo superior a 2 bilhões de dólares em vendas, por obra e graça da empreendedora indústria da contrafação na China (LaFranière, 01.03.2009).

Há quatro anos, Burberry, Gucci, Chanel, Prada e Vuitton já haviam processado o Beijing Silk Street Company e vendedores individuais por violações aos seus direitos, e apenas agora os primeiros resultados práticos apareciam. Em resposta, a IntellectPro, firma de Beijing especializada em direitos de propriedade intelectual, representante de marcas da indústria de luxo ocidental, foi alvo de vários protestos. Invasa e ocupada, seu pessoal fora xingado e suas paredes rabiscadas com os dizeres “Queremos comer”, pelos enfurecidos vendedores chineses. Escudaram-se em um nacionalismo cortado sob medida para o seu manequim e acusaram os advogados da IntellectPro de “bourgeois puppets of foreigners”, cabendo aos causídicos provarem seu nacionalismo (LaFranière, 01.03.2009).

Respalhada na convenção da Unesco de 1970, a China já havia concluído acordos bilaterais com países tão obviamente interessados quanto ela na proteção do seu patrimônio nacional feito Peru, Itália, Índia, Grécia, Chipre aos quais se juntaram Chile, Venezuela, Filipinas e agora os EUA. Outras negociações estavam em curso para aumentar esta lista. É bom não esquecer que o embargo norte-americano ia além da compra e venda, pois empréstimos de obras chinesas de estrangeiros para exposições em instituições culturais dos EUA corriam sério risco de não mais ocorrerem.

Os novos pomos de Éris em questão foram as cabeças de rato e de coelho, que fizeram parte do relógio d'água, com representações do horóscopo chinês, na base da escadaria do palácio barroco, em Yuanmingyuan – a oeste de Beijing –, que os jesuítas criaram, junto com outras edificações e jardins italianos, para a dinastia Qing, em meados do século XVIII (Peyrefitte, 1989; Sahlins, 1992; Beurdeley e Lambert-Brouillet, 1984).

Tratava-se de um semicírculo com doze corpos de alvenaria encimados por doze cabeças de animais: o rato (meia-noite), o boi (02:00h.), o tigre (04:00h.), o galo (06:00h.), o dragão (08:00h.), a serpente (10:00h.), o cavalo (meio-dia), o carneiro (14:00h.), o macaco (16:00h.), o coelho (18:00h.), o cachorro (20:00h.) e o javali (22:00h.). Na hora precisa, água jorrava da boca de cada cabeça por uma

hora, e, ao meio-dia, de todas (Beurdeley e Lambert-Brouillet, 1984: 142). A fonte estava desativada por volta de 1795 e, presume-se, as cabeças de bronze cinzelado desapareceram em 1860, num dos desdobramentos da 2ª. Guerra do Ópio, quando as tropas anglo-francesas tomaram, saquearam e incendiaram o Yuanmingyuan.

Era a segunda vez que as Guerras do Ópio e Saint-Laurent apareciam vinculados em um debate público. A primeira havia sido em 1977, por causa de seu perfume feminino *Opium*, nome que gerou “charges that he was glamorizing drug use and trivializing the 19th-century Opium Wars in China. Its slogan was ‘Opium, for those who are addicted to Yves Saint Laurent’” (Schiro, 01.06.2008).

As peripécias noticiadas em veículos de grande circulação deixavam claro o esforço chinês para transformar a aguardada venda, beneficiada por intensa cobertura da mídia, das duas possíveis peças do Yuanmingyuan, pelas quais a casa de leilão esperava conseguir entre 10 e 12 milhões de dólares por cada uma delas, em uma arena pública de reivindicações nacionalistas, ancoradas em concepções de “patrimônio” e “identidade nacional” num mundo globalizado. A ocasião era boa demais para os chineses deixarem-na passar em brancas nuvens. Uma vez que “China views the relics as a significant part of its cultural heritage and a symbol of how Western powers encroached on the country during the Opium Wars”, o ato das potências ocidentais “invasoras” deveria, finalmente, ser reparado (Barboza, 16.02.2009; Erlanger, 25.02.2009).

Beneficiada por sua crescente importância no cenário global desde o final do século XX, a República do Centro não hesitava em usar suas conhecidas pressões econômicas e políticas para obter de outros países a devolução do que ela considerava tesouros chineses perdidos ou roubados. Ademais, as relações Beijing-Paris haviam passado por estremecimentos recentes após os protestos na passagem da tocha olímpica por Paris e quando os oficiais chineses cancelaram a sua ida à cidade luz depois de o presidente Sarkozy ter recebido o Dalai Lama (Barboza, 16.02.2009).

No caso da coleção Yves Saint Laurent & Pierre Bergé anunciava-se uma luta judicial para sustar a venda e obter o retorno das duas peças. Em novos tempos de cautela, quando procedência suspeita (ou problemática) já era o suficiente para muita dor de cabeça, a casa de leilão respondeu que “While Christie’s respects the cultural context around the sale of the fountainheads, and will handle the association with Yuanmingyuan with care and discretion, we respectfully believe the auction will proceed” (Barboza, 16.02.2009).

Um advogado de Beijing, Liu Yang, empenhava-se em organizar as hostes jurídicas chinesas para a batalha legal e sanar “our nation’s unhealed scar, still bleeding and aching.” Ele era imaginativo o bastante para aventar a possibilidade de um descendente da família imperial chinesa ser o querelante na defesa dos interesses patrimoniais-históricos da República do Centro contra as potências invasoras... Revanche póstuma de Cixi ou não, no Ocidente sabia-se muito bem que a França

não havia ratificado a convenção da ONU de 1995, que versava sobre repatriação de artefatos roubados e/ou ilegalmente exportados, além do mais a sua aplicação retroativa a uma situação já velha de mais de um século não era possível.

Na lógica de um sistema de prestações e de contraprestações, desde o final do século XX, empresários e homens de negócios chineses com estreitas ligações com o estado chinês vinham arrematando em pregões um expressivo número de objetos históricos de seu país e os doando a museus e instituições chinesas. Stanley Ho, um bilionário dos setores imobiliário e do jogo em Macau, já possibilitara o retorno de duas outras cabeças supostamente pertencentes ao relógio d'água do Yuanmingyuan. Em 2007, em um leilão da Sotheby's, em Hong Kong, ele adquiriu por 8,84 milhões de dólares a cabeça de bronze do cavalo (Barboza, 16.02.2009; Erlanger, 25.02.2009).

De acordo com Xinhua, a agência oficial de notícias da China, em 2003, o Fundo de Tesouros Nacionais da China, “a quasi-governmental group”, havia, graças a uma doação em torno de um milhão de dólares feita pelo mesmo Stanley Ho, chegado a um acordo privado com um colecionador norte-americano, e comprara a cabeça do javali do Yuanmingyuan. As cabeças do tigre, do boi e do macaco, desde 2000, haviam sido adquiridas pelo “The China Poly Group, an arms dealer with ties to the People's Liberation Army”, que receberia a cabeça de bronze do cavalo para expô-la, junto com os bronzes Qing, em seu museu. Em suma, das 12 cabeças do zodíaco chinês, de bronze cinzelado, pátina negra, executadas de acordo com a estética ocidental pelos jesuítas e seus aprendizes nos *ateliers* imperiais Qing, para o relógio d'água do Yuanmingyuan, 7 já haviam sido localizadas (o javali, o tigre, o boi, o macaco, o cavalo, o rato e o coelho). A questão, agora, era descobrir o paradeiro das outras 5 (o galo, o dragão, a serpente, o carneiro e o cachorro).

Dádivas, dons e presentes solicitando as boas graças oficiais e privilegiando as relações pessoais num quadro hierárquico estabelecido e reproduzido podiam envolver muito mais do que cívicas restituições de tesouros nacionais, pelo menos de acordo com o New York Times. A despeito das crescentes, indignadas, reiteradas e enfáticas negativas do ofendido governo chinês, bens singulares de alto valor agregado capazes de sensibilizar autoridades governamentais chinesas – qual uma variante contemporânea de *kaributu* (presentes de solicitação) (Malinowski, 1976: 87) – na competição com rivais igualmente sequiosos da atenção do Estado, incluíam igualmente os de luxo assinados Zegna, Ferragamo, Gucci, Hermes, Dior, Cartier, Montblanc, etc., desde que o logo fosse discreto e os bens portáteis (Barboza, 13.03.2009).

Afinal,

(...) China is now the world's fastest-growing luxury market, with an estimated \$ 7.6 billion in sales last year, according to Bain & Company, a global consulting firm. And industry experts say gifts to government officials make



up close do 50 percent of the country's luxury sales. When lower level government officials are the gift-givers, the purchases are usually made with state money, or are paid for by private entrepreneurs (Barboza, 13.03.2009).

Velas enfunadas, a celeuma seguia rumo a um destino a ser descoberto. Sustar legalmente o pregão das duas cabeças de bronze revelou-se inviável. O Ministério das Relações Exteriores chinês ainda pediu a devolução dos lotes. Na segunda-feira, 23.02.2009, Pierre Bergé “said he would give the heads to China if Beijing would ‘observe human rights and give liberty to the Tibetan people and welcome the Dalai Lama’”. Prudente e rápida, a Christie's declarou que Pierre Bergé tinha todo o direito a ter sua opinião, mas que “the auction house had the greatest respect for China and Chinese art”. Na terça-feira, veio a resposta chinesa, pelo porta-voz do ministério, Ma Zhaoxu: “To infringe upon Chinese people's cultural rights on the pretext of human rights is just ridiculous. (...) In modern history, Western imperial powers have looted a lot of chinese cultural relics. These cultural relics should be returned” (Erlanger, 23.02.2009; Erlanger, 25.02.2009).

Neste fevereiro de 2009 a tensão no Tibet atingia níveis críticos, vide a recusa dos tibetanos em celebrarem Losar, seu ano novo, em protesto contra a repressão ao movimento dos tibetanos em março de 2008. Além disso, o próximo dia 10 de março seria o aniversário de 50 anos do exílio do Dalai Lama na Índia, após a derrota da rebelião de 1959 contra a China. Beijing aumentou seus contingentes militar e paramilitar na região, praticamente vetou o acesso dos estrangeiros ao Tibet e até chegou a oferecer dinheiro aos tibetanos para eles comemorarem Losar (Wong, 18.02.2009).

Na noite de quarta-feira, 25.02.2009, a última do “leilão do século”, compradores anônimos, por telefone, deram os lances vitoriosos pelas duas cabeças de bronze, através de Thomas Seydoux, funcionário da Christie's. Possivelmente, então, tratar-se-ia do mesmo arrematante para ambos os lotes, mas Mr. Seydoux alegou, mais tarde, desconhecer as identidades dos compradores. Por aproximadamente 35,9 milhões de dólares (comissões devidas não incluídas), as duas peças encontraram novos proprietários (Erlanger, 25.02.2009).

Numa entrevista coletiva em Beijing, alguns dias após o término do leilão Saint Laurent, o autor dos lances vencedores pelos dois lotes da discórdia veio a público para revelar que não tinha a menor intenção de pagar a Christie's pelos dois lotes arrematados. De acordo com o New York Times, ele “handed Beijing a wry public-relations coup on Monday after it battled for months to block the sale”. Para fechar com chave de ouro, o arrematante vitorioso ainda alegou não dispor dos 40 milhões de dólares (valor dos lances incluindo as comissões da compra) necessários para quitar a operação (McDonald e Vogel, 02.03.2009).

O ataque partiu da comunidade de compradores e vendedores profissionais, portanto do centro do mercado. O autor da proeza era Cai Mingchao, colecionador

e leiloeiro, gerente do Xiamen Harmony Art International Auction Company, em Fujian. Ele era conhecido no mercado de arte. Em 2006, havia pago o preço recorde de 15 milhões de dólares por uma estátua de Buda de bronze da era Ming (1368-1644 da nossa época). No caso dos bronzes da coleção Saint Laurent & Bergé, ele alegou desempenhar, por patriotismo, o papel de consultor para um grupo não governamental empenhado em recuperar bens saqueados para devolvê-los à China. Mais tarde, face às suspeitas de que Cai Mingchao tivesse agido instigado pelo governo chinês, a agência Xinhua desmentiu esta possibilidade, e declarou que o colecionador de antiguidades e leiloeiro havia atuado por conta própria no leilão da Christie's (McDonald e Vogel, 02.03.2009).

Na linha habitual das casas de leilão, num mercado estruturado pela confiança e pelo segredo (Veiga, 2010, 2005, 2004, 2002, 2001), Edward Dolman, executivo-chefe da Christie's International, manteve o silêncio de praxe sobre as reais identidades de compradores e vendedores e não confirmou ser Cai Mingchao o adquirente das duas peças do relógio d'água. Mr. Dolman salientou que os lances imediatamente inferiores aos dos vencedores haviam sido em torno de 17 milhões de dólares por cada peça. Ele salientou que, meses antes do leilão, a Christie's, numa negociação privada, havia proposto as cabeças de bronze do Yuanmingyuan ao governo chinês por um preço "significantly less than the underbidder was willing to pay", mas que a oferta fora recusada pelos chineses "because they thought the price was too high". Indagado sobre a possibilidade de futuras participações de Cai Mingchao em leilões da Christie's, Mr. Dolman declarou que "He certainly won't be allowed to bid if it is determined that this was a deliberate act to spoil the auction. Then he has acted unlawfully." (McDonald e Vogel, 02.02.2009).

De acordo com Kate Malin, porta-voz da Christie's em Hong Kong, a todos os participantes em potencial de um leilão dessa importância pede-se que submetam à firma as necessárias informações sobre sua situação bancária e seu crédito, para os registros da casa de leilão. "You can't just call up and say, 'I want to buy a \$20 million Picasso' (...) You have to provide satisfactory credit bank information" (McDonald e Vogel, 02.03.2009).

A discussão levantada faz parte de um conjunto de reivindicações e de medidas – através de um somatório de formas de pressão, do qual acordos internacionais e/ou de recursos a tribunais são as manifestações mais óbvias, ao lado da recusa de empréstimos de obras fundamentais para uma mostra importante, ou os de longo prazo para uma instituição de peso, de não compartilhar as informações decorrentes de recentes descobertas arqueológicas, etc. – para coibir o saque de sítios arqueológicos, monumentos, edifícios, coleções nas esferas pública e privada e também obter a devolução de peças artísticas, históricas, etnográficas, etc. obtidas através de métodos hoje questionados, fossem quais fossem as percepções correntes e práticas em uso de arqueologia, colecionismo, acervos museológicos, mercado de arte,

políticas públicas de patrimônio e relações internacionais à época em que os bens foram obtidos pelos a partir de então novos proprietários ou detentores.

Para termos um mínimo de perspectiva para esta reivindicação chinesa é preciso um olhar mais abrangente, que inclua, para início de conversa, a arte chinesa contemporânea e a crescente importância da relação valor/preço que ela expressa – sobretudo prestando atenção ao papel dos novos milionários chineses que, na diáspora ou na China, sustentam a cotação internacional das obras contemporâneas de seus compatriotas –; as iniciativas como a Bienal de Xangai e a ShContemporary, a feira de arte contemporânea internacional de maior evidência na Ásia, respectivamente em suas 7ª. e 2ª. edições em 2008, que atraem um crescente número de visitantes ocidentais; e também as outras instâncias características do mercado de bens singulares.

Em relação ao que classifica “arte”, o Ocidente é literalmente obcecado por “autenticidade” e “pureza de estilo”, a ponto de desdenhar oficialmente peças tidas como híbridas, por serem pouco ou nada representativas de uma ambicionada e inatingível realidade reificada como “tradição” imutável e perdida para todo o sempre junto com as neves de outrora. Seriam os bronzes cinzelados, pátina negra, do palácio barroco recriado na China pelos jesuítas para os Qing, esteticamente pouco atraentes ou, ao contrário, objeto de desejo dos amantes da arte?

Na verdade, circuitos de trocas, releituras imaginativas e reinterpretações de múltiplas influências culturais parecem ser tão antigos quanto a própria produção de objetos que algum dia venham a ser classificados como arte, patrimônio histórico, símbolo nacional, etc. As cabeças de bronze objetos da demanda chinesa fazem parte de uma sólida, respeitável e milenar tradição. Sem nos alongarmos agora nesta conhecida prática, basta evocarmos a exposição “Beyond Babylon: Art, Trade and Diplomacy in the Second Millennium B.C.”, realizada no Museu Metropolitano, em Nova Iorque, tipo de realização que depende “as much on diplomatic clout as on cash, and which always carry the risk that long-made plans will capsize on the shifting tides of international politics” (Cotter, 21.11.2008).

Mencionar esta mostra, em particular, é relevante para os objetivos deste artigo por dois pontos importantes. Em primeiro lugar, o Metropolitano precisou garantir imunidade para 55 artefatos emprestados por instituições estrangeiras (por exemplo, as da Armênia, Geórgia, Grécia, Líbano e Turquia), que se somariam aos mais de 300 objetos de outras procedências. Uma recente emenda ao Foreign Sovereign Immunities Act permitia a indivíduos, que alegassem terem sido vítimas de terrorismo patrocinado por Estados nacionais, tomar medidas legais contra os bens destes governos que, porventura, fossem encontrados em território norteamericano, inclusive os empréstimos museológicos. Avaliando que os riscos em relação às antiguidades provenientes da Síria eram muito grandes, o Metropolitano preferiu não trazê-las. O museu colocou um discreto aviso no início da exposição

agradecendo a boa-vontade da Síria em emprestá-las, mas expressava o seu “deep regret that recent legislation in the Unites States has made it too difficult and risky for the planned loans to proceed” (Cotter, 21.11.2008).

Em segundo, “Beyond Babylon” tratava justamente, a partir da eclética arte produzida nesta cidade, da ampla e complexa rede comercial e cultural que caracterizou a interdependência entre regiões que iam, nos termos de hoje em dia, do Egito ao Oriente Médio, estendendo-se pelo leste do Mediterrâneo, chegando aos Bálcãs e seguindo em direção à Anatólia e ao Afeganistão, na Idade do Bronze. Neste profícuo cruzamento de influências estéticas e intelectuais por tão vastos territórios, “a truly cornucopian example of multiculturalism”, uma deusa de cerâmica chamava a atenção. “Referred to by archaeologists as ‘The Queen of the Night’, she is so hybrid a creation that she was at one time labeled a fake. She is now considered authentic, *but authentically what is the question*” (Cotter, 21.11.2008, grifo nosso).

Com os olhos do mundo voltados para o Grand Palais, a “venda do século” seria a mais midiática arena para sacramentar a luta em torno das duas cabeças do relógio d’água de Yuanmingyuan, saturadas de significados em disputa. Ora, esta é uma possibilidade privilegiada para podermos observar um exemplo de um *fato social total globalizado*, articulando o passado/presente/futuro das relações Ocidente/Oriente.

Nesse “enorme conjunto de fatos (...) muito complexos”, marcado pela mistura de tudo que compõe a vida social, reencontramos, na sociedade global contemporânea, um dos fenômenos sociais “totais” tais como propostos por Mauss, ao analisar a natureza das transações humanas e as formas de contrato nas “sociedades que precederam as nossas”(Mauss, 1974: 41). Mesmo a ruptura estrutural óbvia com o universo estudado por Mauss e as características conjunturais do mundo em que vivemos, no qual a moeda e os mercadores são imprescindíveis num mercado que deseja moldar a sociedade à sua imagem e semelhança, com forças e fenômenos sociais inimagináveis naquelas realidades tão anteriores à e distintas da nossa, acreditamos ser o quadro apresentado nesse texto um exemplo moderno adequado destes fenômenos sociais totais.

Neles

(...) exprimem-se, ao mesmo tempo e de uma só vez, toda espécie de instituições: religiosas, jurídicas e morais – estas políticas e familiares ao mesmo tempo; econômicas – supondo formas particulares de produção e de consumo, ou antes, de prestação e de distribuição, *sem contar os fenômenos estéticos nos quais desembocam tais fatos* e os fenômenos morfológicos que manifestam essas instituições” (Mauss, 1974: 41, grifo nosso).

Na venda Saint Laurent reencontramos: as formas hodiernas de trocas e de reciprocidades aparentemente livres, mas impostas e interessadas; o diálogo entre

interesses individuais e coletivos; as lealdades e pertencimentos comunitários; os jogos de memórias e de identidades coletivas; as sanções morais e os movimentos/julgamentos de opinião pública; as modalidades de exercício de poder político, econômico, cultural e de consequente coação institucional e custos de toda sorte para os envolvidos; as ficções, os formalismos e as mentiras sociais vividos com maior ou menor intensidade, competência e sucesso pelos agentes sociais. Trobriand não faria melhor.

Portanto, na sua discussão sobre contratos e trocas, direito e economia, as conclusões de Mauss (1974) sobre fato social total e dádiva são mais do que de interesse arqueológico, e as forças constantes que atuam nestes complexos processos bem pouco subjacentes (Mauss, 1974: 42). A rocha aflora e naufraga quem não a percebe. *Mauss (1974) fala de nós agora.*

Façamos menção aos aspectos deste fato social total mais imediatamente ligados à nossa área de interesses. Começamos pela lógica do mercado de consumo de bens singulares, tal como os comportamentos dos envolvidos no leilão Saint Laurent nos permitem ver, numa época de crise econômica e, sobretudo, de confiança, no sentido mais amplo do termo, no cotidiano e no futuro de cada um e da sociedade.

Na lógica da produção, circulação e apropriação de bens singulares, as relações entre bens de luxo, no caso a alta-costura (acompanhada pela alta-joalheria) (Veiga, dez. de 2009, 2003), e as obras e os objetos de arte, respeitadas suas especificidades da concepção ao consumo, são uma constante. A moda firma-se enquanto um campo de criação estética própria, com suas rupturas e inovações face aos códigos visuais anteriores (Givry, 1998; La Haye e Tobin, 1994; Bergé e Bousteau, nov. 2008, Veiga, dez. 2009). Consoante Givry (1998), Saint Laurent é aquele que melhor soube homenagear os artistas. Sua carreira na moda é pontuada por testemunhos de uma grande intensidade (em 1977 Velásquez e Delacroix, em 1979 Picasso, em 1987 David Hockney, em 1988 o cubismo e Van Gogh) e referências, frequentemente ligadas às suas aquisições de colecionador (1965 Mondrian, 1980 Matisse) (Givry, 1998: 144).

A “venda do século” reúne, entrelaça, dramatiza e consolida tudo isso. Da mesma forma que para a arte, a qualidade e a criatividade são fundamentais para o luxo, caso contrário ele se estiola e perde a desejabilidade, ao tornar-se um pastiche de si mesmo. Um consumo de altíssimo grau de exigência e expectativa cobra dos bens singulares a explicitação de um talento único, que surpreende e seduz. Da realização da marca à obra de arte transita-se por um certo *continuum* de inventividade, transgressão e excelência nem sempre devidamente percebido e apreciado. Certas acusações de sujeição ao capital corporativo pelos museus, ao organizarem determinadas mostras de produtos de *griffe*, não nos devem fazer olvidar a cobrança de talento, inovação e identidade única e inconfundível feita por seus apreciadores – do luxo e da arte –, que esperam encontrá-los nos bens que adquirem para gratificarem-se e afirmarem-se enquanto indivíduos igualmente excepcionais (Veiga, dez. 2009).

Esta mesma lógica operaria, com igual força, para os chineses? A questão é saber qual é a categoria principal para eles. Se as peças significam muito mais herança cultural, relíquias culturais do passado glorioso de uma civilização milenar, os artefatos e sua trajetória explicitam o primado da história política para os chineses. Na Biennale des Antiquaires, no mesmo Grand Palais, um evento cultural internacionalmente relevante, eram oferecidas peças bem mais antigas e, para olhos ocidentais, chinesas propriamente. O vaso para bebida fermentada, século V ou III antes da era comum, a coroa Liao do mundo pós-Tang e o macaco da era Han ocidental eram, sem dúvida alguma, objetos importantes. Mas a avaliação que o jogo político internacional chinês fazia destes três artefatos os colocava, para a conjuntura atual, num nível de somenos importância para seus fins de nacionalismo cultural face ao Ocidente. Obra de arte ou relíquia cultural de uma história política, o significado do bem não está dado *a priori*, e é objeto de disputa tanto quanto as duas cabeças de bronze apregoadas.

Se todo mercado é também um espaço de fragilidades humanas (Sahlins, 1992), chá, sândalo, seda, porcelana e obras e objetos de arte exigem pesados sacrifícios econômicos. A era da crise dos mercados financeiros e de suas incertezas quanto ao futuro parece oferecer pouco oxigênio ao Homo Oeconomicus, o indivíduo racional, informado e maximizador de seus interesses, e a visão de mercado com soluções “ótimas” compatível. O mercado de bens singulares não pode ser simplesmente ignorado, em qualquer de suas vertentes: luxo, arte e serviços. Tratar o mercado de arte como pouco significativo (ou residual) para a discussão do modelo econômico neo-liberal, assumir que 140 milhões – despendidos quando o Lehman Brothers oficialmente quebra – e 373,9 milhões de euros são bagatelas, e que as aquisições feitas naqueles leilões são desvarios consumistas classistas são desculpas que a ignorância dá à vaidade e à preguiça. O Homo Sapiens é um tantinho mais desafiador, imprevisível, complexo, difícil e interessante do que o Oeconomicus, e as forças simbólicas que constituem e expressam sua humanidade nada negligenciáveis.

No mundo da hipermediatização, da visibilidade total, das apropriações mercantis da privacidade – a era do fetichismo da subjetividade (Bauman, 2008) – que caminham juntas com percepções da privacidade como espaço da autenticidade e da realização pessoal de cada um (por oposição a uma esfera pública desacreditada e hostil), leilões deste nível demonstram claramente a complexidade das relações atuais entre as dimensões pública e privada. Os eixos da confiança e do segredo, a extrema individualização das relações daí decorrentes, recortam esferas de trabalho próprias a serem complementadas pelo que é feito nas áreas iluminadas por holofotes e refletores.

A visibilidade do marketing globalizado, que exige o aporte financeiro de conglomerados internacionais e nega a tradicional discricção que cercou o comércio de bens singulares até décadas atrás, não pode significar acessibilidade. Luxos

intermediários e crescimento vertical desta produção coexistem. A saturação visual e a rasa familiaridade minimamente informada devem trabalhar a favor da exclusividade, que, em algum nível, deve ser entendida pela imensa maioria da população. A farta cobertura jornalística incorporava amplos segmentos de leitores ao evento e reforçava o seu marketing, enquanto as visitas privadas ao apartamento de Saint Laurent eram reservadas para os *happy few*. Se, na era do espetáculo, cerca de 34 mil pessoas foram pagar seu tributo à fama, à arte e à França, e a polêmica pública em torno das duas cabeças de bronze ganhava crescente audiência, as negociações privadas entre a Christie's e a China corriam paralelas ao grande show nos palcos costumeiros e nos eletrônicos.

O peso político e econômico da China no cenário global se fez acompanhar, na última década, por uma agressiva política cultural nacionalista e pelo crescente reconhecimento dos trabalhos de seus artistas contemporâneos, os da geração pós-79, no exterior. Há uma cascata de nomes de prestígio global: Wang Guangyi, Zhang Xiaogang, Fang Lijun, Yue Minjun, Zeng Fanzhi, Zeng Hao, Zhou Tiehai, Liu Xiaodong, Cai Guo-Qiang, Ai Weiwei, Sui Jianguo, Xu Bing, Zhang Huan, etc.

Esta geração, num curto espaço de tempo, explode no mercado de arte internacional qual um feérico espetáculo de fogos de artifício. No conjunto da valorização geral de obras e objetos de arte chineses, dos arqueológicos aos contemporâneos, a subida meteórica dos preços das obras dos artistas chineses vivos é vertiginosa, como poucas vezes se viu num mundo conhecedor de especulações audaciosas. Basta lembrar, por exemplo, que *Big Family Portrait*, de Zhang Xiaogang, vendida em 2003, em Hong Kong, por 76 mil dólares, em 15 de outubro de 2006, na Christie's Londres, foi arrematada por 1, 45 milhão de dólares... (Tariant, fev. 2007).

O interesse ocidental pela arte chinesa contemporânea e as mediações e os circuitos com os quais trabalha, na virada do século XX para o XXI, já são bastante conhecidos (Veiga, 2010). Mas não custa lembrar o Leão de Ouro da Bienal de Veneza de 1999, de Cai Guo-Qiang, com *Venice's Rent Collection Courtyard*, quando, pela primeira vez, um artista chinês obteve um prêmio internacional desta magnitude. Antes de assumir a direção dos efeitos visuais e especiais das cerimônias de abertura e de encerramento dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de Beijing, ele foi o primeiro artista chinês contemporâneo a ter uma retrospectiva solo de sua obra numa instituição oficial chinesa, o Museu de Arte de Xangai, em 2002, e o primeiro artista chinês a ser consagrado por uma no Guggenheim em Nova Iorque, "I Want to Believe", em 2008 (Lubow, 17.02.2008).

Na nossa discussão sobre identidade nacional e memória também vale ressaltar a obra *Staring in Amnesia*, de Qiu Anxiong, que vive e trabalha em Xangai, exposta na Art Basel 2008, setor Art Unlimited, pela Boers-Li Gallery de Beijing. Obra de 2007, utilizando um vagão de trem chinês de terceira classe de 1960 e outros materiais, com 25 x 4,5 x 3,5 metros, cada uma de suas 24 janelas servia de tela para exibir

vídeos de cenas cruentas da Segunda Guerra Mundial e da Revolução Cultural, e de filmes de propaganda do regime comunista, com uma trilha sonora composta por 12 cantos populares e música contemporânea experimental. “Pris d’assaut par des hordes de visiteurs – quelque 60 000 au total –, ce monumental hymne à la mémoire” era oferecido por 400.000,00 euros (Wavrin, ago. 2008: 112).

Irônico ou não, nossas concepções de “autenticidade” de culturas outras podem repousar em distorções que nos embalam numa teia de equívocos, a clássica deformação etnocêntrica de quem busca o seu reflexo na alteridade especular. Um dos nossos ícones do Egito dos faraós, o busto de Nefertiti no Neues Museum é um desses casos. A arte produzida no período de Amarna (1350-1330 antes da era comum) é atípica em relação a períodos anteriores e posteriores da arte egípcia. A ruptura religiosa influenciou a arte, não apenas na seleção dos motivos, mas também na forma e no estilo (Wildung, 1994: 25).

Os retratos reais são protótipos desse novo estilo, com as preferências do faraó para a representação do corpo humano incluídas: formal, iconográfica e estilisticamente são revolucionários, mesmo quando o padrão tradicional é mantido. O busto de Nefertiti é fruto de um trabalhoso processo, com vários estágios e mudanças, até ser obtida a forma final desejada. Possivelmente feito para ser um modelo para os escultores, que

(...) it became one of the most popular pieces of Egyptian art soon after being put on display in the Neues Museum (...) can probably be ascribed to the image of the woman current in the 1920s. The bust corresponded to the austere, cool ideal of contemporary femininity and thus gave it ancient authenticity” (Wildung, 1994: 30).

É notório que a egiptomania conheceu novo alento com o *art deco*, vide as apropriações dos artefatos do túmulo do faraó menino (Veiga, 2003). Mas o busto de Nefertiti é um caso ainda mais interessante e complexo.

In its academic perfection and absolute timelessness, the Nefertiti bust is as unrepresentative of its own age as its own age was atypical in terms of ancient Egyptian religion and art. *It is thus doubly mistaken and inappropriate that Nefertiti should have become the symbol of ancient Egypt today* (Wildung, 1994: 30, grifo nosso).

Para alguns, esta questão ainda vai muito mais longe. Analisando estilo, procedimentos da descoberta, da alocação inicial e da divulgação da peça, etc. eles chegam a questionar a própria “autenticidade” do artefato, e o consideram uma impostura da egiptologia (Stierlin, 2009).



Isto em nada afeta ou diminui a sua eficácia simbólica, pois uma vez convertido em ícone do Egito, o busto de Nefertiti passa a sê-lo, a começar para as autoridades atuais do Egito que, volta e meia, o reivindicam. Não há um caminho para Damasco na busca da “autenticidade”, pelo menos fora da academia, como a distância enorme entre egiptomania e egiptologia deixa bem claro, pois o mito Nefertiti, feito Cleópatra, segue sua própria lógica à revelia do conhecimento produzido pelos egiptólogos (Humbert et alii, 1994).

Da mesma forma, a leitura padrão da cultura Tang pelos ocidentais pode ser, da ótica chinesa, um grande engodo. Weiwei (2007) a critica enquanto percepção etnocêntrica de alteridade e correlata construção de “autenticidade” chinesas, quando resume:

*Formas e estilos artísticos estranhos à tradição cultural chinesa passaram a ser considerados internacionalmente representações típicas da sociedade chinesa. Na verdade, tratava-se da cultura ocidental identificando-se com valores percebidos como semelhantes aos seus, um tipo de identificação que deu lugar a uma cultura chinesa fictícia tacitamente aceita (Weiwei, 2007: 19, grifo nosso).*

Portanto, a discussão sobre a antiguidade e/ou representatividade das duas cabeças de bronze do Yuanmingyuan dizem menos sobre “autenticidade” chinesa do que sobre as dificuldades de ocidentais e orientais irem além de um diálogo de surdos, na pior das hipóteses, ou de tentativas de entendimento truncadas pelos respectivos limites de lógicas e percepções, na melhor das alternativas, numa comunicação eivada de incompreensões face aos problemas de percepção e construção/reconstrução de alteridade de lado a lado. Estas cabeças de bronze nos colocam frente a frente com os impasses dos diálogos possíveis, mas extremamente problemáticos e instigantes, com os outros, e o que há de mais irredutível e que sempre escapa à percepção (quanto mais à interpretação do outro), ainda mais que, a partir de um certo ponto, podem ser tartarugas ou práticas discursivas até o final, dependendo do nativo que responde.

A construção/invenção do patrimônio histórico-artístico (uma laboriosa conquista) é a contínua recriação/reinterpretação do passado que nunca acaba e que sempre nos escapa. O desafio de relacionar passado com futuro, erguer as pontes para agir seletivamente sobre ambas as margens, na tessitura de desejos e esperanças, emoções e interesses, lembranças e esquecimentos, para dar rumo e sentido ao presente, implica em envolver-se em contínuas disputas sobre o significado do que se deseja, vale dizer, com a riqueza da polissemia simbólica e a inexorável ambiguidade das produções humanas.

No caso chinês, as pontes construídas pela arqueologia e pela sua rica e longa trajetória são de notório e entrelaçado interesse envolvendo história, política,

economia, ciência, tecnologia, arte, turismo, etc. Ocidentais e orientais alternam disputas e alianças na descoberta, preservação e posse destes artefatos. O outro lado desta moeda é constituído pela incúria, despreparo, predação, ganância, etc., com responsabilidades pesadas sendo distribuídas de Leste a Oeste, pois práticas danosas atravessam quaisquer sistemas políticos e ideológicos (Pirazzoli-t'Serstevens, 1998: 37-40; Tong, 1995).

Até as estrelas desaparecem, mas os humanos, que podem ser bem pouco afeitos à ideia de sua própria mortalidade, não entregam os pontos com facilidade. A preservação da integridade física do objeto único, da relíquia cultural de uma era excepcional (ou a impossibilidade de se obter o “autêntico”), legitimando a propaganda política atual, torna comum, na China, a experiência museológica virtual e a real terem a mesma duração, quando não são cópias ou fotografias que pura e simplesmente substituem os originais para os visitantes.

Retomando a disputa pelas duas cabeças de bronze do relógio d'água do Yuanmingyuan no leilão Saint Laurent, há várias memórias, de intensidade distinta, e nem todas igualmente palatáveis. Da apoteose de Qianlong à de Mao Zedong, recuperar os artefatos da dinastia Qing pode estar num patamar de desejabilidade outro que não o das obras de arte expostas na Biennale des Antiquaires e das mais recentes, as da geração pós-79, pelo menos da perspectiva oficial do governo chinês.

Na instigante tessitura de lembranças e de esquecimentos (e, por acaso, todo passado vale a pena?), espontâneos e/ou estratégicos, conscientes e/ou inconscientes, que compõe o padrão mais ou menos estável da memória, mencionamos a obra *Staring in Amnesia*, de Qiu Anxiong, exposta na Art Basel 2008, que a articulista considerou um monumental hino à memória. Não custa agora relembrar que a também já citada *Venice's Rent Collection Courtyard*, de Cai Guo-Qiang, consagrada com o Leão de Ouro da Bienal de Veneza de 1999, é igualmente uma forte releitura do passado chinês. A instalação de 1999 remetia-se a uma realização original, um conjunto de mais de cem figuras de camponeses, em tamanho natural, feitas de argila, grupo este criado, em 1965, pelo Instituto de Belas Artes de Sichuan. As esculturas representavam a opressão dos camponeses por um proprietário fundiário na China pré-comunista. Cópias foram feitas destas peças e expostas em diferentes localidades durante a Revolução Cultural (Lubow, 17.02.2008).

Da sua infância, Cai recorda-se do efeito emocional que as esculturas provocavam na população, levando-a às lágrimas. Para sua recriação, na Bienal de Veneza, ele trouxe alguns artistas chineses, um dos quais havia trabalhado na obra original. Em 1999, os visitantes podiam circular entre os escultores durante a execução das peças de argila que, como não foram levadas ao fogo, fragmentavam-se, esmigalhavam-se, desagregavam-se. Após a sua recriação para a retrospectiva, em 2008, no Guggenheim Nova Iorque, elas seguiriam sua carreira internacional, desta vez em Bilbao. Contudo, não seriam apresentadas no Museu Nacional de Beijing, durante os Jogos Olímpicos.

“It still has its own power and can’t be consumed (...) the Rent Collection Courtyard’ is still forbidden in China. That implies there is a power in it, people don’t want to touch the tragedy or the historical scar. You will offend a lot of people. That is the charm of it, and that is why I wanted to do it”, rematou Cai Guo-Qiang (Lubow, 17.02.2008). Feridas distintas, memórias diversas, tratamentos diferentes.

Mas uma questão de fundo permanece: qual, de fato, o papel destas peças de bronze do Yuanmingyuan na era de museus virtuais? Arte, memória e tecnologia dialogam de que forma hoje em dia? O mecanismo representando Diana e o cervo, de Joachim de Fries, o robô ancilar que ampliava sensorialmente, para os convidados da mesa principesca, o prazer proporcionado pela bebida que continha, exposto na Biennale des Antiquaires, em 2008, e as cabeças de rato e de coelho do Yuanmingyuan, do leilão Saint Laurent, em 2009, são resquícios de uma tecnologia que parece ser *du temps jadis*. Mas eles partilham com o trem e os vídeos de *Staring in Amnesia* e as estátuas de argila de *Venice’s Rent Collection Courtyard* a realidade física (distinguindo-os do mundo digital) e o poder de evocar a lembrança, seletiva que seja, de um passado que parece nunca acabar e, ao mesmo tempo, que sempre escapa.

Tudo isto acontece em um mundo no qual cerca de meia dúzia de obras de arte já foram negociadas por valores que superaram a barreira dos 100 milhões de dólares; o número de museus cresce vertiginosamente e sua arquitetura audaciosa redimensiona a paisagem urbana; a indústria da memória prolifera a olhos vistos; e o estilo pelo qual uma comunidade política se imagina, colmatando todas as soluções de continuidade (ao longo de séculos e/ou milênios), diferenças étnicas (os não Han: Yao, Hui, Miao, Uigur, Tibetanos, Mongóis e outros tantos grupos que compõem o mosaico das cerca de 50 minorias nacionais chinesas – *shaoshu minzu*) e demais distinções e/ou desigualdades sociais, parece não poder prescindir da posse do que ainda é, para muitos, “*the real thing*”.

Se o luxo se caracteriza por riqueza, sofisticação, excesso, qualidade impecável da concepção à entrega do produto, primorosa mão de obra de um cômico artesão em pleno domínio de sua arte e criatividade, o luxo último agora seria a experiência única da interação física excepcionalmente não mediada com o artefato museológico célebre, contato que os demais mortais experimentariam apenas digitalmente? Em todo caso, seria um luxo superior a adquirir um modelo exclusivo, único, resultado de mais de 112 horas de trabalho puramente manual, do primeiro croqui ao arremate final da bordadeira, com direito a 4 provas de roupa, de uma *Maison* parisiense de *haute-couture*, tentando, mas sem sucesso, equiparar-se a Audrey Hepburn num longo de Givenchy. Seria ainda maior, contudo mais próximo, ao proporcionado pelo turismo espacial por 30 milhões de dólares. Numa nova modalidade de ficção científica, seria o luxo da interação física com a relíquia cultural colocada à parte, num espaço sagrado superior ao do templo de Jerusalém, um contato imediato de primeiro grau? A reedição do monólito negro de Stanley Kubrick?

Há um já conhecido conjunto de reflexões sobre as rupturas radicais decorrentes do papel que as tecnologias de comunicação e de informação passaram a exercer. Categorias básicas do entendimento humano, o tempo e o espaço são redefinidos em função das experiências de multitemporalidade e de ubiquidade potencial, que pensar em rede possibilita. No mundo dos módulos e de suas múltiplas combinações, a nação, enquanto um pacto móvel de leitura, sobrevive melhor como uma “comunidade hermenêutica de consumidores” e menos por sua história política. Nossa subjetividade, “fruto de um agenciamento social múltiplo”, opera editando e montando as partes do sistema e, em consonância, nossa memória torna-se “uma ilha de edição não linear” numa bricolagem virtual. Neste mundo maquínico, o “virtuosismo semiótico” das cabeças de bronze do relógio d’água do Yuanmingyuan possibilitará que novas vivências? (Lipovetsky, 2007; Canclini, 1999: 86, 91; Parente, 2004: 94, 95).

De 13 de setembro de 2007 a 6 de abril de 2008, 120 objetos de terracota do mausoléu de Qin Shihuangdi foram expostos no Museu Britânico. A dinâmica dos museus envolve empréstimos de peças para mostras, para a produção de conhecimento técnico-científico a partir do acesso a artefatos, procedimentos e informações; a fim de obter compensações financeiras ou aporte de dinheiro resultante de todas as atividades que cercam uma exposição; no intuito de alavancar sua posição na competição institucional internacional na sua seara, além de possibilitar outros ganhos de aspectos mais ou menos culturais. Mas, também, não é nada negligenciável, para Estados nacionais, a construção de uma imagem favorável junto à opinião pública globalizada, ao avançar os artefatos histórico-artísticos em direção a outra casa do tabuleiro, a dos embaixadores de suas boa vontade e generosidade.

O leilão Saint Laurent, enquanto fato social total, potencializou publicamente todas estas questões, e os problemas a elas inerentes. Ao urdir os fios do passado, do presente e das expectativas futuras, e, simultaneamente, as peripécias da trama, enredou todo o mundo de arte, da política, da economia, da tecnologia, etc. O leilão é uma instância que relaciona as dimensões públicas e privadas do universo da arte, depende do segredo, da confiança e da moral dos acordos. O direito positivo e a ética dos negócios, nas arenas públicas e nas negociações privadas, evidenciam a construção/reconstrução de consensos coletivos sobre os valores que, de fato, importam socialmente.

Nesta esfera de rivalidades agonísticas, lutou-se para fixar posições políticas na sociedade dos homens. Concepções de honra, ascendência moral e autoridade foram explicitadas e desafiadas pelos que se reconheceram interlocutores. Sentimentos e pessoas misturaram-se. Ostentação, sacrifício, dádiva, fortuna e busca do lucro vieram à tona. Reivindicou-se a devolução de parcela de sua natureza e de sua substância, com a volta das duas cabeças de bronze do Yuanmingyuan ao seu “lar de origem”. Quem perdeu a “face”?

Das vicissitudes ao esquecimento, o que o futuro reserva às cabeças de bronze do relógio d'água do Yuanmingyuan pode apenas ser matéria de especulação. Certamente para muitos chineses envolvidos na disputa por elas, e por outras peças do seu patrimônio histórico e artístico, a resposta de Helena ao rei de França parece cair feito uma luva: “My duty, then, shall pay me for my pains” (Shakespeare, 1971: *All's well that ends well*, Act II, Scene I).

Na nossa alteridade, também observamos o céu e os fenômenos celestes, mapeamos estrelas e planetas, vivemos obcecados com a mensuração e o fluxo do tempo. Mas nosso olhar já é outro, afinal separamos o firmamento da terra ao trabalharmos com uma lógica diversa, pois como a mesma Helena já se dizia: “Our remedies oft in ourselves do lie/Which we ascribe to heaven” (Shakespeare, 1971: *All's well that ends well*, Act I, Scene I). Assim, o que faremos com e por estes e outros artefatos histórico-artísticos, nossos e alheios, que pontes construiremos, pode ser resumido por Cassius: “Men at some time are masters of their fates:/ The fault, dear Brutus, is not in our stars,/ But in ourselves” (Shakespeare, 1971: *Julius Caesar*, Act I, Scene II).

Roberto de Magalhães Veiga  
Professor da PUC-Rio

### **Referências bibliográficas**

- ALLIOD, Sylvain et alii. Biennale des Antiquaires. In: *Beaux Arts Magazine*, n. 291, setembro de 2008. Boulogne: TTM Éditions. p. 86-109.
- BARBOZA, David. For Bribing Officials, Chinese Give the Best. *The New York Times*, 13.03.2009. Disponível em <http://www.nytimes.com/2009/03/14/world/asia/14gifts.html?scp=4&sq=&st=nyt>. Acesso em 03.04.2009.
- \_\_\_\_\_. China Seeks to Stop Paris Sales of Bronzes. *The New York Times* 16.02.2009. Disponível em <http://www.nytimes.com/2009/02/17/arts/design/17auct.html>. Acesso em 16.03.2009.
- BAUMAN, Zigmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- BERGÉ, Pierre e BOUSTEAU, Fabrice. Cette vente va transformer des souvenirs em projets. In: *Beaux Art Magazine*, n. 293, novembro de 2008. Boulogne: TTM Éditions. p. 132-139.
- BEURDELEY, Michel e LAMBERT-BROUILLET, Marie-Thérèse. *L'enuque aux trois joyaux – Collectionneurs et esthètes chinois*. Fribourg/Paris: Office du Livre/Éditions Vilo, 1984.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos, conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- CHINA HOJE: COLEÇÃO ULI SIGG. (curadoria Alfons Hug). Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil, 2007.
- COTTER, Hollan. Global Exchange, Early Version. *The New York Times*, 20.11.2008. Disponível em <http://www.nytimes.com/2008/11/21/arts/design/21baby.html>. Acesso em 18.03.2009.

DEYDIER, Christian e BOUSTEAU, Fabrice. Entretien avec Christian Deydier”. In: Alliod, Sylvain et alii. Biennale des Antiquaires (pp. 86-109). In: *Beaux Art Magazine*, n. 291, setembro de 2008. Boulogne: TTM Éditions. p. 100-101.

ERLANGER, Steven. China Fails to Halt the Sale of Looted Relics at a Paris Auction. *The New York Times*, 25.02.2009. Disponível em <http://www.nytimes.com/2009/02/26/world/europe/26auction.html>. Acesso em 16.03.2009.

\_\_\_\_\_. Saint Laurent Art Sale Brings In \$264 Million. *The New York Times*, 23.02.2009. Disponível em <http://www.nytimes.com/2009/02/24/arts/design/24auction.html>. Acesso em 16.03.2009.

\_\_\_\_\_. Saint Laurent and His Art Still Make a Sensation. *The New York Times*, 18.02.2009. Disponível em <http://www.nytimes.com/2009/02/19/arts/design/19auct.html>. Acesso em 16.03.2009.

GENOCCHIO, Benjamin. Deal to Curb Looting in China Worries Museums. *The New York Times*, 17.03.2009. Disponível em <http://www.nytimes.com/2009/03/19/arts/artsspecial/19IMPORT.html?ref=artsspecial>. Acesso em 20.03.2009.

GIVRY, Valérie de. *Art & Mode – L’inspiration artistique des créateurs de mode*. Paris: Éditions du Regard, 1998.

HUMBERT, Jean-Marcel, PANTAZZI, Michael e ZIEGLER, Christiane. *Egyptomania: l’Égypte dans l’art occidental 1730-1930*. Paris/Ottawa: Réunion des musées nationaux/Musée des beaux-arts du Canada, 1994.

LAFRANIÈRE, Sharon. Facing Counterfeiting Crackdown, Beijing Vendors Fight Back. *The New York Times*, 01.03.2009. Disponível em <http://www.nytimes.com/2009/03/02/world/asia/02piracy.html?scp=1&sq=&st=nyt>. Acesso em 27.03.2009.

LA HAYE, Amy de e TOBIN, Shelley. *Chanel – The couturiere at work*. London: The Victoria and Albert Museum, 1994.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

\_\_\_\_\_. e ROUX, Elyette. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LUBOW, Arthur. The Pyrotechnic Imagination. *The New York Times*, 17.02.2008. Disponível em <http://www.nytimes.com/2008/02/17/magazine/17Fireworks-t.html?ref=art>. Acesso em 30. 03.2009.

MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do Pacífico Ocidental*. São Paulo: Abril S.A. Cultural e Industrial, 1976.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: *Sociologia e Antropologia* (Vol. II). São Paulo: E.P.U. – Editora Pedagógica e Universitária/EDUSP – Editora da Universidade de São Paulo, 1974. p. 39-184.

McDONALD, Mark e VOGEL, Carol. Twist in Sale of Relics Has China Winking. *The New York Times*, 02.03.2009. Disponível em <http://www.nytimes.com/2009/03/03/world/asia/03auction.html>. Acesso em 16.03.2009.

PARENTE, André. Enredando o pensamento: redes de transformação e subjetividade. In: Parente, André (org.) *Tramas da Rede*. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 91-110.

PEYREFITTE, Alain. *L'Empire immobile ou Le Choc des mondes*. Librairie Arthème Fayard, 1989.

PIRAZZOLI-†SERSTEVENS, Michèle. 2. Archéologie (In: "Arts" pp. 27-104) In: *Dictionnaire de la Civilisation Chinoise*. Paris: Encyclopaedia Universalis et Albin Michel, 1998. p. 37-40.

SAHLINS, Marshall. Cosmologias do capitalismo: o setor transpacífico do "Sistema Mundial". In: *Religião e Sociedade*, vol. 16, n. 12, Rio de Janeiro: Iser, 1992. p. 8-25.

SCHIRO, Anne-Marie. Yves Saint Laurent, Fashion Icon, Dies at 71. *The New York Times*, 01.06.2008. Disponível em <http://www.nytimes.com/2008/06/01/style/01cnd-laurent.html>. Acesso em 16.03.2009.

SHAKESPEARE, William. *Complete Works*. London: Oxford University Press, 1971.

STIERLIN, Henri. *Le buste de Néfertiti. Une imposture de l'égyptologie?* Infolio, 2009.

TARIANT, Eric. L'art chinois au nirvana. In: Dossier: 2006, année de tous les excès (coordonné par Isabelle de Wavrin), pp. 66-77. In: *Beaux Arts Magazine*, n. 272, fevereiro de 2007, Boulogne: TTM Éditions. p. 72-73.

THEBAY, Guy. The Last Collection. *The New York Times*, 12.02.2009. Disponível em <http://www.nytimes.com/2009/02/15/magazine/15Style-ysl-t.html>. Acesso em 16.03.2009.

\_\_\_\_\_. Luxury Prices Are Falling; The Sky, Too. *The New York Times*, 03.12.2008. Disponível em <http://www.nytimes.com/2008/12/04/fashion/04SHOPPING.html?fta=y>. Acesso em 03.04.2009.

TONG, Enzheng. "Thirty years of Chinese archaeology (1949-1979)". In: Nationalism, politics and the practice of archaeology (Edited by Philip L. Kohl and Clare Fawcett). Cambridge. Cambridge University Press, 1995.

VEIGA, Roberto de Magalhães. Mercado de arte: novas e velhas questões. In: Economia da Arte e da Cultura (org. César Bolaño. Cida Golin e Valério Brittos). São Paulo/São Leopoldo/Porto Alegre/São Cristóvão: Itaú Cultural/Cepos-Unisinos/PPGCOM/UFRGS/Obcom/UFS, 2010. Também disponível em: <http://www.itaucultural.org.br/bcodemidias/001719.pdf>

\_\_\_\_\_. Luxo, calma e volúpia. Mimeo, dezembro de 2009.

\_\_\_\_\_. Sociedade de consumo, mercado de arte e indústria cultural. In: *ALCEU: Revista de Comunicação, Cultura e Política*, vol. 6 - n. 11 - Jul./Dez. 2005, Rio de Janeiro: PUC-Rio, Depto. de Comunicação Social, pp. 153-184.

\_\_\_\_\_. Catálogos de Leilão: problemas de leitura. Mimeo, 2004.

\_\_\_\_\_. A "autenticidade" e seus usos. In: *ALCEU: Revista de Comunicação, Cultura e Política*, vol. 4 - n. 7 - Jul./Dez. 2003, Rio de Janeiro: PUC-Rio, Depto. de Comunicação Social, pp. 115-140.

\_\_\_\_\_. O mercado na visão de um marchand. (Resenha). In: *ALCEU: Revista de Comunicação, Cultura e Política*, vol. 2 - n. 4 - Jan./Jun. 2002, Rio de Janeiro: PUC-Rio, Depto. de Comunicação Social, pp. 191-203.

\_\_\_\_\_. Colecionadores e artistas: co-autores? In: *Anais do Museu Histórico Nacional*, vol. 33. 2001<sup>a</sup>. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, pp.73-86.

\_\_\_\_\_. Leilão de "objetos de arte": uma instância pública de reclassificação de objetos. In: *ALCEU: Revista de Comunicação, Cultura e Política*, vol. 1 - n. 2 - Jan./Jun. 2001, Rio de Janeiro: PUC-Rio, Depto. de Comunicação Social, pp. 89-107.

WAVRIN, Isabelle de. Les vrais collectionneurs à la fête. In: *Beaux Arts Magazine*, n. 298, abril de 2009. Boulogne: TTM Éditions. p. 117.

\_\_\_\_\_. Prêt à emporter. Collection Yves Saint & Pierre Bergé. In: *Beaux Arts Magazine*, n. 296, fevereiro de 2009. Boulogne: TTM Éditions. p. 112-117.

\_\_\_\_\_. Soldes à Manhattan. In: *Beaux Arts Magazine*, n. 295, janeiro de 2009. Boulogne: TTM Éditions. p. 113.

\_\_\_\_\_. L'écrasante victoire de Hirst e Moins de visiteurs, plus de ventes. In: *Beaux Arts Magazine*, n. 293, novembro de 2008. Boulogne: TTM Éditions. p. 181; p. 184-193.

\_\_\_\_\_. Art Basel: Du grand déballage. In: *Beaux Arts Magazine*, n. 290, agosto de 2008. Boulogne: TTM Éditions. p. 111-114.

WEIWEI, Ai. As múltiplas mazelas e reviravoltas da arte contemporânea chinesa. In: *China hoje: Coleção Uli Sigg* (curadoria Alfons Hug). Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil, 2007. p. 16-21.

WILDUNG, Dietrich. *Egyptian Art in Berlin - Masterpieces in the Bodemuseum and in Charlottenburg*. Mainz on the Rhine: Saatchi Museen zu Berlin/Verlag Philipp von Zabern, 1994.

WONG, Edward. China adds to Security Forces in Tibet Amid Calls for a Boycott. *The New York Times*, 18.02.2009. Disponível em <http://www.nytimes.com/2009/02/19/world/asia/19tibet.html>. Acesso em 03.04.2009.

## **Resumo**

O objetivo deste texto é discutir o leilão da coleção de arte Saint Laurent & Bergé e a disputa pelas duas cabeças do relógio d'água do Yuanmingyuan enquanto um fato social total.

## **Palavras-chave**

Arte; Moda; Mercado de arte; Leilão; China; Fato social total.

## **Abstract**

This article discusses the auction of Saint Laurent & Bergé art collection and the dispute about the two fountainheads of Yuanmingyuan palace as a total social fact.

## **Keywords**

Art; Fashion; Art market; Auction; China; Total social fact.