

A “autenticidade” e seus usos

Roberto de Magalhães Veiga

Para Elizabeth, por tudo.

Nos dias que correm, é bem possível que boa parte de uma população escolarizada reagisse anacronicamente – o etnocentrismo no tempo – com espanto e reprovação, ao saber que Urbano VIII – cardeal Maffeo Barberini –, por sugestão de Bernini, mandou remover os bronzes do Panteão – um dos legados arquitetônicos romanos em melhor estado de conservação –, para que o renomado artista obtivesse a matéria prima necessária para executar o *aldacchino* da Catedral de São Pedro, obra na qual vários emblemas dos Barberini, como as abelhas, o sol, as folhas de louro, estão representados, ligando a história desta família à da Catedral (Haskell, 1991: 34-35); ou então que Borromini, sob os auspícios de Inocêncio X – cardeal Giambattista Pamfili –, procedeu à completa remodelação da Catedral de Roma, São João de Latrão, o que implicou na destruição de afrescos de Gentile da Fabriano e de Pisanello (Haskell, 1991: 146-148)¹. Atualmente, alguém, classificado oficialmente como são, sequer sonharia em dispensar tratamento semelhante às obras daqueles dois mestres do barroco?

Afinal, na modernidade, setores expressivos defendem alguma concepção – vaga que seja – de tombamento e de preservação de bens que, descontextualizados, são tidos como materializações da história, da arte, da nação, da etnia, etc., e de preferência devem ser incorporados ao patrimônio público, tornando-se acessíveis a todos. A defesa da memória destas categorias abstratas, cada dia mais numerosas, cruza-se com uma visão de identidade estreita e essencializada, desembocando numa quase obsessão conservacionista e reificadora da “autenticidade”, a ponto de alguns autores já criticarem a “síndrome de museus” e a “retórica da perda” (Abreu, s/d; Gonçalves, 1996). Neste contexto, a “autenticidade” torna-se a categoria básica para

todas as demais, superior à excelência da obra (Gardner, 1996: 45), relegando ao século passado os que privilegiavam a gratificação estética em detrimento da atribuição (Haskell, 1989: 223-246)².

Por mais que se desnaturalizem “autenticidade” e tradição (Trilling, 1971; Handler, 1985, 1988; Stewart, 1994; Gonçalves, 1996), como modernos artefatos ideológicos que são, muitas vezes invenções de um passado conveniente, tanto quanto as tradições do copo d’água em *Arabella*, e da rosa de prata em *Der Rosenkavalier*, da dupla Richard Strauss e Hugo von Hofmannsthal (Osborne, 1988: 81-85, 164, 167-168)³, o alcance daquelas análises fica consideravelmente prejudicado enquanto um dos desdobramentos da discussão sobre “autenticidade”, a noção de “semióforo” (Pomian, 1987: 15-59), não for alvo de questionamento.

Quando designa obras de arte, antigüidades e objetos de coleção (Veiga, 2001a) como semióforos – pelo desempenho de uma função excludente de todas as demais, para a satisfação de uma única necessidade – Pomian (1987), advogando uma dicotomia rígida significação *versus* utilidade, os caracteriza como artefatos fora do circuito da atividade econômica, com valor de troca, mas sem valor de uso, peças em relação às quais é praticamente impossível outro contacto além do visual; restringe valor de uso a uma manipulação *cotidiana*; e, ao desvincular significação de utilidade, no limite torna a linguagem um luxo incompreensível, fruto de um esforço inútil. Por ilação, “autenticidade” põe no índice valor de uso, e a classificação de semióforos não é vista como apenas mais uma possibilidade de sentido, em disputa e diálogo com outras leituras coletivas igualmente viáveis destes objetos, que os prezam de outra forma ao utilizá-los.

Urge reconhecer que 1. o processo de classificação/reclassificação, de apropriação, e de atribuição de funções – muitas vezes obedecendo a demandas contraditórias – de peças “autênticas” é muito mais complexo, nuançado e ambíguo do que Pomian (1987) leva a crer; 2. o consenso sobre a importância e o significado dos objetos nunca está dado, pois, quando ocorre, resulta de compromissos mais ou menos estáveis, de abrangência social variável, negociáveis e/ou combatidos; 3. toda representação envolve algum tipo de idealização, caso contrário não há processo simbólico possível, por conseguinte existem sempre um “invisível” e alguma mediação relacionando esferas ou categorias distintas em pauta nestes casos, a não ser que se opte por cultura como um sistema classificatório que visa à inércia.

As manipulações de artefatos culturais, que corporificam abstrações coletivamente valorizadas, continuam a ocorrer, em função de demandas do presente dos seus usuários, construindo e reconstruindo diferenças. Só para ficarmos no caso das jóias, estas apropriações de objetos “autênticos”, e sua subsequente inserção criativa em novas peças, dotadas de valor de uso – na verdade estamos discutindo um valor agregado –, atravessam os séculos XIX e XX. A documentação a este respeito é farta. A produção de jóias na era vitoriana evidenciou o gosto eclético explicitado na elabora-

ção de outros artefatos, buscando inspiração em peças arqueológicas de várias procedências e períodos, e num passado europeu mais próximo, como peças no estilo renascença, gótico (Armstrong, 1976: 24-25, 53-57, 94-95), ou de acordo com o estilo medieval italiano, a exemplo das concebidas por Alessandro Castellani para o casamento da princesa Margareta da Prússia em 1892 (Munn, 1990: 16-17). A verdade é que, nesta estética de reavivamento, os joalheiros iam muito além da simples recriação destes padrões com novos materiais. O próprio Castellani usou camafeus em ônix do final do século XVI, na montagem de um conjunto de colar, brincos e broche em ouro esmaltado, pérolas, rubis e esmeraldas, e seu sobrinho Alfredo utilizou antigos escaravinhos de cornalina, misturando-os com novos, para um colar em ouro granulado (Munn, 1990: 18-20)⁴.

Cartier revolucionou esta tendência. Sob a orientação de Louis Cartier, neto do fundador da firma, e considerado o esteta e colecionador da família, Egito, Índia, China e Japão foram artisticamente reinterpretados, de modelos decorativos, inspirando versões ocidentais mais abstratas, a fragmentos de peças milenares do Egito dos faraós sendo incorporados em montagens modernas e apresentados em novos contextos, numa inovadora síntese no desenho da joalheria. Embora já em 1856 Cartier tenha vendido um broche de escaravelho, em turquesa e diamantes, à princesa Mathilde, as primeiras peças egípcias mais sofisticadas do joalheiro datam de 1873 e de 1893. Louis Cartier – que se abastecia de peças raras de arte antiga para sua casa, em lojas como a dos irmãos Kalebdjian e a de Dikran Kelekian, e consultava o curador do departamento egípcio do Louvre quando necessário – tinha uma preferência pessoal pela arte egípcia, e a sua equipe tornou-se mais familiarizada com as matérias e técnicas egípcias, o que os levou a uma nova síntese de cor e forma (Nadelhoffer, 1984: 149-155). Se, de acordo com Paz (1984), a ruptura moderna – a negação do que está em vigor e a afirmação de algo diferente – pode se dar com a criação do novo que recorre ao antigo⁵, as sucessivas reapropriações/reinvenções da arte do Egito dos faraós pelos europeus, e por outros ocidentais, são uma constante na produção de novas estéticas⁶.

A empresa, fundada por Louis-François Cartier em 1847⁷, paulatinamente granjeou reputação internacional não só pela qualidade e tamanho das gemas – e as minas de diamantes da África do Sul são descobertas fundamentais – e pérolas naturais utilizadas nas suas jóias, e pela excelência da mão de obra a que recorria, dos desenhistas aos ourives, mas também pela capacidade de combinar o antigo com o que havia de mais inovador em cada conjuntura social, das transformações tecnológicas às mudanças de estilo de vida e, portanto, da moda e de outras “manifestações momentâneas da atualidade” (Paz, 1984:18). Se, na virada do século XIX para o XX, este artesanato/arte de luxo⁸ reinventa motivos e padrões dos séculos XVII e XVIII da Europa Ocidental, atendo-nos apenas a estas referências (Nadelhoffer, 1984: 46-48), é vital trabalhar levando em conta que sua possível clientela já está vivendo a realidade e o gosto eduardianos.

O advento da luz elétrica causa um decisivo impacto na criação de novas jóias. No século XVIII, quando os grandes diamantes eram relativamente raros, e as jóias eram vistas à trêmula luz de velas, as pesadas montagens de ouro e prata eram de praxe. Para a apreciação do brilho das gemas nestas peças, a luz elétrica será implacável. Além das desvantagens óbvias, como a oxidação da prata prejudicando o fulgor das pedras, os novos padrões adotados/reelaborados por Cartier – por exemplo, nas *résilles* delicadas como rendas (Nadelhoffer, 1984: 63) –, as exigências de uma maior liberdade de formas e de uso das jóias, a necessidade de valorização do brilho e demais propriedades das gemas, com a adoção do “*serti perlé*”, e do “*serti muguet*”⁹, vão fazer com que, uma vez superadas as dificuldades de extração e de utilização na joalheria, a platina venha a ser, cada vez mais – a despeito da reação dos artesãos que lutavam pela manutenção das técnicas do século XIX –, adotada, valorizada agora como um metal tão precioso quanto o ouro (Nadelhoffer, 1984: 58-60; Cologni e Mocchetti, 1993: 34-37)¹⁰.

Além do uso da platina, era de extrema importância, para a elaboração adequada desse novo tipo de jóia, o profundo conhecimento que o joalheiro deveria ter dos tecidos e da moda (Nadelhoffer, 1984: 60). A associação Cartier-Worth revelou-se extremamente proveitosa¹¹, possibilitando a Cartier, que já havia atraído, desde 1890, a atenção de Pedro II e de sua família no exílio – após a morte do imperador, o seu neto Pedro continuou a freqüentar a loja de Cartier no *boulevard des Italiens* – (Nadelhoffer, 1984:15)¹², ter acesso a uma elite internacional da Rússia, Alemanha, Inglaterra e América. Bem antes do atilado Durand-Ruel, isto é, desde a exposição de Filadélfia de 1876, Worth já havia percebido o potencial do mercado norte-americano e abastecia-o regularmente – conforme Wharton (1996) também explicita¹³ –, a ponto de disseminarem o boato que, em sua loja em Paris, não se ouvia uma única palavra em francês (Nadelhoffer, 1984: 60-61), o que não o impedia de vestir o *grand monde* parisiense (Gramont, 1966: 79, 84, 97, 102, 117, 149)¹⁴. Da mesma maneira, a influência de Paul Poiret já se faz notar em 1910, implicando, até, no desaparecimento de certas típicas jóias femininas, com o fim do corpete (Nadelhoffer, 1984: 54).

Surgia uma “nova mulher” (Hobsbawm, 1988), que usava “roupas soltas e flutuantes, popularizadas no final do período, pelas vogas do esteticismo intelectual da década de 1880, do *art-nouveau* e da alta costura pré-1914” (Hobsbawm, 1988: 288), que jogava tênis e golfe, andava de bicicleta, era sócia de clubes de turismo e de alpinismo, freqüentava estações de veraneio (Hobsbawm, 1988: 288-289), e provocava redefinições na sociabilidade das relações de gênero. Ela trazia novas demandas para os joalheiros e costureiros, que Cartier e Worth entenderão à perfeição, como será o caso, bem mais tarde, de Fulco di Verdura e Coco Chanel (Landrigan: 1990), ou, ainda, quando reafirmando esta interdependência, Hubert de Givenchy pedia à duquesa de Windsor para que ela viesse com suas últimas aquisições, a fim

de que ele pudesse criar vestidos em perfeita harmonia com suas jóias (Caumont, 2000: 93)¹⁵.

Levada ao extremo, esta interdependência indumentária/jóia acaba com as fronteiras, confundindo o trabalho do joalheiro com o do costureiro, basta lembrar das mangas de diamantes criadas por Boucheron, ou, na linha esplendor e miséria, o exemplo mais espetacular e breve, de ampliação quantitativa de elementos que qualitativamente são patrimônio do seu círculo (Simmel, 1988: 39), o famoso bolero, feito por Paul Hamelin, em 1901, para Caroline Otéro¹⁶. Em 1903, a Sereia do Suicídio o fez desmontar, para ser transformado em uma *résille* por Cartier, que reinterpreto o malfadado “Colar da Rainha” para sua cliente (Nadelhoffer, 1984: 61-63).

Pois bem, neste artesanato/arte voltado para a produção de sinais diacríticos efêmeros, datáveis, arbitrários, e livres¹⁷, na busca da distinção pela distinção, enfatizando ao mesmo tempo a identidade do ator social enquanto membro de um grupo restrito e ser dotado de singularidade, isto é, a polaridade entre o coletivo e o individual¹⁸, neste contexto de inovações significativas temporárias – o que faz com que, sobretudo as jóias muito importantes (aquelas que qualquer um do meio gostaria de ter assinado, e o são), com pedras preciosas notáveis, com a passagem do tempo e as mudanças da moda, sejam justamente desmontadas para a criação de novas, afinadas com as variações de figurino, ou jóias equivalentes recém-montadas sejam desfeitas para atender a pedidos específicos, reaproveitando as gemas importantes na encomenda inesperada (Cognigni e Mocchetti, 1993: 21; Nadelhoffer, 1984: 64-65) – enquanto dotadas de valor de uso, explicitando fronteiras simbólicas e construindo indivíduos, as reapropriações do “autêntico” continuaram constantes, para produzir o novo almejado pela clientela de Cartier.

Da mesma maneira que fragmentos dos vitrais da Catedral de Rheims, destruídos no curso da Grande Guerra, eram – por sugestão de Jacques Cartier – comprados e montados pela firma em pendentes, com diamantes lapidação rosa e topázios, e usados em cordões de seda (Nadelhoffer, 1984:89), imagens da deusa Bastet, sentada em uma coluna de papiro, em faiança vitrificada turquesa, período tardio (séculos IV-III a.C.), foram aplicadas em ambos os lados de uma cigarreira no estilo egípcio, em ouro, lápis-lazúli, coral, diamantes, madrepérola e esmalte, objeto feito em 1929; o escaravelho em esteatita (pedra-sabão) vitrificada, da antiga coleção do egiptólogo Gaston Maspero, foi montado em diamantes, ônix e pérolas, formando um colar, encomendado em 1932; e um tocador de flauta dupla em faiança azul, 26ª dinastia (630-525 a.C.), foi usado em *vanity case* de ouro, madrepérola, coral, lápis-lazúli, ônix e diamantes, peça datada de 1924, além de uma série de outras jóias, com idênticas inclusões de fragmentos de antiguidades egípcias (Nadelhoffer, 1984: 16, ilustrações 14-15, 152-153; Cognigni e Mocchetti, 1993: 76; Esmerian, 1990: 200).

Mais próximo dos nossos dias, Bulgari confecciona um bracelete em ouro amarelo flexível, incorporando nele uma dracma de prata – Rodes, século III a.C. – e também um outro bracelete, ouro em três tonalidades, ornamentado com uma rara moeda romana de prata do imperador Augusto (Newton e Torres, 1990: 248-249). Para citarmos outra produção contemporânea, Elizabeth Gage, que recebeu “The Queen’s Award for Export Achievement 1989” – indicador para pensarmos o alcance de seu trabalho –, utiliza fósseis como amonite, em conjunto de broche e brincos em ouro, com lápis-lazúli e pérolas, e montou o “Broche Icarus” com corpo em ouro fundido e “cabeça romana em bronze proveniente de Thuburous Matous, Tunísia (séc. II ou III d.C.)”, colocando na base da peça moeda romana *Carausius Pax Augustus* (c. 290 d.C.). Esta combinação de possível fragmento de estatueta, moeda, e ouro é arrematada por um cabuchão de rubi, representando o coração (Ventura, Junho-Agosto 1990: 118-121).

Suem frio os numismatas, pensem o que quiserem os paleontólogos, mas o fato é que a tendência corrente de utilização de moedas da antigüidade¹⁹ e fósseis em jóias evidencia não só a adoção de alternativas para diversificar a produção (sem que, em termos de preço, elas sejam muito mais acessíveis, afinal estamos também falando de moda), assim como joalheiros usam cristal de rocha, acácia, jacarandá, conchas – em outras opções que não camafeus –, lava do vesúvio, sementes e grãos de plantas, cabelo humano – presente em jóias sentimentais pelo menos desde o século XVI –, coral, jade, resinas sintéticas, laca, papel, fio de seda e outros materiais (Nadelhofer, 1984: 63, 71, 179, 187; Boucheron, 1990: 85, 88; Munn, 1993: 43-45; Landrigan, 1990: 225-228, 233; Jewellery, 1996: 55, 75; Machado, 1983: 229-231; Wannenburg e Johnson, 1990: 224-225) – como em outras artes busca-se estender seu campo de possibilidades, adotando-se materiais variados –, para criarem os efeitos visuais e tácteis necessários, junto com um ar de novidade, ao combiná-los com ouro, prata, platina e pedras preciosas²⁰; mas também por conta de sua importância, pela sua raridade, originalidade, unicidade, enquanto objeto “autêntico”, da mesma maneira que, na jóia considerada obra de arte, além da excelência dos artesãos/artistas envolvidos, diamantes, rubis, safiras e esmeraldas podem ser peças únicas – muitas vezes individualizadas por nome próprio –, caracterizadas por critérios de qualidade em termos de pureza – ou com as inclusões que importam, por exemplo, no caso das esmeraldas (Zucker e Süssmann, 1988: 57) –, brilho, cor, quilate, etc.

Nesta combinação de materiais, e suas respectivas propriedades, onde o orgânico e o inorgânico justapostos criam contrastes e efeitos estéticos valorizados, ouro, prata e platina – metais de durabilidade milenar – viabilizam, no contínuo fazer e desfazer jóias, o gosto efêmero das novas modas, a “autenticidade” das peças arqueológicas, artísticas, históricas mais ou menos recentes, é justamente um atributo importante para o valor de uso das jóias. O anseio pela permanência ou continuidade, a valoração de uma época idealizada, experimentada feito o polo positivo

da alteridade (Stewart: 1994), amalgama-se ao transitório, ao frívolo, aos caprichos da moda e de seus seguidores, ávidos pela ruptura. O desejo de materializar a história em um artefato, objetificando-a, nostalgia vivida em um presente avaliado como perda, incompletude, ausência (Gonçalves: 1996), alia-se, no jogo das mútuas limitações dos elementos que se chocam entre si (Simmel, 1988: 26), a uma das causas do domínio da moda sobre a consciência, a saber, que as grandes convicções, permanentes e inquestionáveis, perdem cada vez mais força, a ruptura com o passado aguçando nossa consciência do presente, e a acentuação do presente sendo também a da mudança (Simmel, 1988: 37), reforçando o argumento de Paz (1984)²¹.

Jóias, unindo a “autenticidade” da peça assinada/marcada pelo joalheiro, com a dos objetos “autênticos” nelas incorporados, continuam sendo produzidas e circulando no cotidiano de uns poucos. Aliás, é justamente o seu uso discriminado – sua dosada visibilidade e sua manipulação acertada – que explicita “*os aspectos simbólicos e estéticos da racionalidade consumidora*” (Canclini, 1999: 79, grifos do autor):

A lógica que rege a apropriação dos bens enquanto objetos de distinção não é a da satisfação de necessidades, mas sim a da escassez desses bens e da impossibilidade de que outros os possuam.

Contudo, nestas pesquisas costuma-se ver os comportamentos de consumo como se só servissem para dividir. Mas se os membros de uma sociedade não compartilhassem os sentidos dos bens, se estes só fossem compreensíveis à elite ou à minoria que os utiliza, não serviriam como instrumentos de diferenciação. Um carro importado ou um computador com novas funções distinguem os seus poucos proprietários à medida que quem não pode possuí-los conhece o seu significado sociocultural. Inversamente, um artesanato ou uma festa indígena cujo sentido mítico é propriedade dos que pertencem à etnia que os gerou se tornam elementos de distinção ou discriminação à medida que outros setores da mesma sociedade se interessam por elas e entendem em algum nível seu significado. Logo, devemos admitir que no consumo se constrói parte da *racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade* (Canclini, 1999: 80, grifos do autor).

Ou, nos termos de Cunha (1986: 95), os símbolos devem ser compreensíveis e disponíveis, isto é, não estarem sendo utilizados por outros grupos. Esta dimensão funcional do consumo “como a apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens” (Canclini, 1999: 90), admissão da relevância social deles, mas não de uma ortodoxia de definição de seu sentido, se coaduna perfeitamente com a análise de Simmel (1988), para quem uma vinculação específica é estabelecida pela inveja. Para ele, não só a essência da moda consiste em

que sempre é apenas uma parte do grupo que a exerce, enquanto o conjunto limita-se a estar no caminho em direção a ela (Simmel, 1988: 35), mas que isto resulta em um deleite especial para o indivíduo que a usa, prazer este fruto, por um lado, do exercício da sua singularidade destacada e, por outro, do apoio dado não só pelos que fazem o mesmo, como por todos os outros que aspiram fazê-lo, gratificando-se o indivíduo na moda ao perceber em torno de si uma combinação de aprovação e inveja. Simmel preocupa-se em ressaltar um matiz especial desta inveja, pois existe uma variedade dela que inclui uma espécie de participação ideal no objeto querido. A base deste estado de ânimo consiste no fato de que o conteúdo contemplado cria, enquanto tal, desvinculado de sua realidade ligado à posse subjetiva, um efeito prazeroso, comparável ao da obra de arte naquele que a contempla, independente de quem seja seu proprietário. Esta faculdade de destacar o conteúdo puro das coisas de sua posse torna viável aquela participação que a inveja realiza, estabelecendo alguma vinculação com o objeto ou pessoa invejada, sendo uma forma de usufruir do que é almejado. A inveja nos permite medir, por assim dizer, a distância entre o indivíduo e o artigo desejado, o que sempre supõe proximidade e distância. Há como que um silencioso apoderar-se do que é ambicionado, sendo possivelmente uma espécie de antídoto que, às vezes, impede as piores manifestações do sentimento de inveja (Simmel, 1988: 37-38).

Ora, de que forma tudo isso aconteceria sem os objetos postos em uso? A possibilidade (ou não) de utilizá-los constrói uma região de fronteira simbólica, evidenciando a exclusão de muitos do centro do processo de consumo de certos bens coletivamente valorizados, e a inclusão destes indivíduos em uma hierarquia, que os aloca em uma periferia a suposto caminho do centro. Na lógica do juntos/separados, em um modelo concêntrico, pensar as identidades privilegiadas dos que operam no “centro” do mercado de arte (Veiga, 1998; 2001), envolve discutir um “conhecimento” de coisas e pessoas (Veiga, 1998; 2001). O “conhecimento” do artefato subdivide-se na sua identificação correta, em termos de “autenticidade”, qualidade, estilo, estado de conservação, valor estético, etc., e na sua utilização nos momentos socialmente considerados corretos e de forma adequada, com um “conhecimento” gestual/sensorial exercido na identificação da obra e na sua manipulação acertada²². Por conseguinte barreira duplamente excludente e hierarquizante, e que revela também, pela vivência do *connoisseur* (Veiga, 2001a), os limites da armadilha que leva muitos – como no caso dos defensores do determinismo simbólico embutido na noção de semióforo – a confundirem cultura com linguagem (Zaluar, 1994: 214), primeiro pelo prazer físico e lúdico do usar, manipular e brincar com as peças, pois para os *connoisseurs* elas não são necessariamente tabu, e, em segundo, os “múltiplos arranjos culturais – polifônicos, polissêmicos ou poliglotas –” (Zaluar, 1994: 215) evidenciam os estranhamentos, as escolhas, os julgamentos, e a vontade destes agentes sociais, que demonstram que não se toma “sua linguagem ou sua

cultura naturalmente, tacitamente, automaticamente” (Zaluar, 1994: 214), e também as tensões internas a qualquer sistema cultural, mesmo porque, como Leach (1974, 1976, 1977, 1983, 1986) enfatiza, a ambigüidade é necessária ao seu funcionamento.

Além do que, a fruição sensorial nos permite pensar que este prazer também pode ser independente de platéia e das típicas necessidades comunicativas de uma sociedade, enquanto uma forma lúdica/sensorial de regalo, em um instante que pode ou não ser renovado, mas que será sempre diferente, ainda mais levando-se em conta a especificidade da interação do indivíduo com a obra de arte (Hughes, 1997: 26), um diálogo complexo, intenso e demorado, que, se gera gozo, não exclui o quão inquietante e reveladora das contradições e impasses sociais a obra de arte pode ser, num contínuo desafio a seu interlocutor. Este “conhecimento”/prazer de intimidade quase carnal, com toda a emoção que implica – há um tipo de *connoisseur* que está a um passo de Pigmalião –, não pode ser reduzido a um discurso de comunicação identitária, e também não é um epifenômeno de uma desigualdade classista expressando-se como busca de distinção, mesmo porque não está restrito a nenhum segmento social, conforme o aprendizado dos narradores hedonistas (Veiga, 2001a) bem o demonstra. Para algumas pessoas o prazer físico/estético e as emoções a ele associadas podem ser, em determinadas situações, um fim em si mesmo, e não um pronunciamento sobre a ordenação social de uma dada realidade humana, vale dizer, seguindo Geertz (1978:45), é bom não esquecer que as ciências sociais visam ordenar a complexidade, e não simplificar o real²³.

Em segundo lugar, o significado²⁴ é objeto de disputa, da manipulação estratégica de várias possibilidades e linguagens que cada situação pode ensejar, em conjunturas diversas, as posições sendo alteradas conforme a habilidade dos interlocutores²⁵, numa cultura urbana complexa, cujas ambivalências e contradições permitem opções igualmente legítimas de apropriação de um referencial geral, abstrato e polêmico como “autenticidade”. Um sistema cultural nunca está completamente fechado, e as possibilidades de estranhamento e de crítica ocorrem, tanto que alguns integrantes do “centro” do mercado de arte não são acometidos de nenhum temor reverencial ao manipularem objetos “autênticos”, inserindo-os no circuito de suas atividades econômicas, e são bastante reticentes em relação à postura que os trata como semióforos, mesmo que não a conheçam pelo seu nome de batismo. Os comerciantes de obras de arte, antigüidades, e objetos de coleção (Veiga, 2001a) então são mestres neste estranhamento, pela desenvoltura, mascarada ou não, com a qual lidam com artefatos e pessoas. Os mercadores de sonhos (Veiga, 2002), se, como tipo ideal explicitado por Santos (1999), são poderosos mediadores – ainda mais levando-se em conta que o mercado substituiu a Academia (Boublil, 1993; Monnier, 1995; White, 1991; Veiga, 2002) – que devem garantir a “autenticidade” e a integridade física das peças, enquanto sedutores céticos que de fato são,

agem de forma muitas vezes iconoclasta, exatamente porque estes objetos são muito desejados e valorizados por alguns, que estão sempre às voltas com questões relativas à unicidade, “autenticidade”, raridade, pureza de estilo, importância estética, procedência etc., das peças em circulação neste mercado, segundo nosso campo revela (Veiga, 1998; 2001; 2001a; 2002; Dez. 2001; Dez. 2001 – Jan. 2002).

Lamentamos informar, mas um antiquário – dotado de grande “autoridade” ou “reputação” (Sennett, 1992; Moulin, 2000; Veiga, 2001a), por mais de três décadas atuando no mercado do Rio de Janeiro – tinha por hábito cortar um palmo da profundidade dos armários, quase meio metro dos lustres, e outro tanto das marquêsas. Com toda calma, ele sustentava, para uns poucos, que era preciso adequar os objetos às casas nas quais as pessoas viviam hoje, e uma vez que as dimensões das habitações contemporâneas eram diferentes das existentes nas moradias, construções civis ou religiosas, para as quais aqueles objetos haviam sido originalmente produzidos, ele não tinha escolha, e, afinal, o que outros antiquários faziam com portas de sacrários, tocheiros, balaustradas e janelas de igrejas e conventos? Se a conversão de lampiões em abajures era uma prática corrente, e uma colecionadora transformava partes de compoteiras em bacias para lustres, porque ele, que admirava o *make believe* dos americanos, não faria *bricolage*, montando e desmontando lustres e apliques? Ele tanto podia modificar jóias vitorianas de turquesas e pérolas, para adequá-las ao gosto de uma cliente em vista, quanto desfalcocar aparelhos de jantar de porcelana pintada, que colocava à venda, subtraindo deles peças que haviam atraído o seu olhar, como *raviers*, e que ele depois usava na decoração de seu apartamento²⁶.

Na sua própria residência, ele mantinha uma relação bem humorada com os objetos. Em uma das suas salas havia uma estante até o teto, com pouco mais de três metros e meio de altura por quase dois metros de largura, repleta com uma coleção de opalinas azuis, indo do lavanda bem claro até às tonalidades mais escuras do azul, com detalhes em branco e douração em algumas delas, boa parte das quais Carlos X e Luís Felipe, coleção que, invariavelmente, provocava a admiração geral dos visitantes. Acontece que a última prateleira da estante, a junto ao teto, exibia várias peças de plástico, nos mesmos matizes de azul das “autênticas”, e uma de suas brincadeiras era pedir a ajuda de um incauto, de sua inteira confiança, para auxiliá-lo a melhorar a arrumação delas, o que só ele podia fazer, mas não sozinho. Do alto da escada, manuseando os objetos da última prateleira, por “descuido” ele deixava dois artefatos “falsos” caírem, observando primeiro num silêncio atônito, depois aflito, e, por fim, às gargalhadas, os esforços do amigo para impedir que as “opalinas” fossem destruídas. Quem iria afirmar que justamente a coleção de opalinas azuis do “grande antiquário e colecionador” incluía obras “falsas”? Ou como diria um dos nossos entrevistados: “para inovar é preciso conhecer, senão estraga. Não pode é transformar a ignorância numa espécie de ideologia”.

Outro episódio também ilustra esta desenvoltura ao lidar com objetos “autênticos”. Um *marchand*, igualmente credenciado com “autoridade”, um *founding father* das galerias e do moderno mercado de arte no Brasil, havia comprado na Europa uma gravura e uma aquarela, ambas do início do século XIX, representando a cidade do Rio de Janeiro, vista da Ilha das Cobras, e, para emoldurá-las, recorreu a um profissional com “reputação” equivalente à sua. Quando eles estavam discutindo a melhor maneira de valorizar as obras de arte, foram interrompidos pela chegada de um cliente antigo do moldureiro, que gostava de debater com este último suas aquisições e que tratamento deveriam receber, e também sobrinho de um amigo e cliente do *marchand*. Ele desejava aproveitar uma moldura oval francesa do século XIX, com a douração original, que acabara de comprar em um antiquário, para um retrato de família. Como suas credenciais eram perfeitas, este terceiro interlocutor teve acesso às duas obras acima citadas, podendo examiná-las com cuidado e vagar, e assistir ao diálogo dos dois negociantes. Ambos manuseavam constantemente os dois trabalhos sobre papel, unindo olhar, fala e mãos (Veiga, 2001a) em sua apreciação deles, para a tomada de decisão sobre como ressaltar as melhores características das duas peças. Em um dado momento, o *marchand* desabafou: “graças a Deus não tem um museólogo aqui!”, com a anuência divertida do moldureiro. O terceiro interlocutor pediu para eles serem mais explícitos, no que ele entendeu ser uma crítica. O *marchand* respondeu que senão seria impossível eles tratarem as criações com a necessária liberdade que eles estavam tendo, o que os impediria de trabalhar a contento. Por exemplo, ele havia emprestado algumas telas de um pintor brasileiro, de sua coleção particular, para uma rara exposição retrospectiva da produção deste artista, realizada em um museu do Rio de Janeiro e, quando a mostra estava sendo desmontada, os museólogos tentaram impedir que o comerciante segurasse sem luvas, pela moldura, os quadros de sua propriedade. Independente de questões de seguro, ele reagia indignado, pois estes eram dele, ele podia pegá-los cotidianamente em sua casa e, implicitamente, tinha o “conhecimento” necessário para fazê-lo. O desembaraço do *marchand* colidia com a postura dos funcionários do museu sobre quem tinha o primado na forma de lidar fisicamente com as pinturas.

Os dados apresentados nos permitem sugerir a seguinte hipótese: a leitura de Pomian (1987: 15-59) deve ser consideravelmente relativizada, pois dependendo das trajetórias, dos interesses e das vontades dos indivíduos, a relação com o objeto “autêntico” (seja ele obra de arte, antiguidade, objeto de coleção – e a jóia pode ser os três simultaneamente) apresenta aspectos quantitativa e qualitativamente diferentes, numa ordem cultural complexa, dinâmica, e contraditória, o que subentende uma legítima disputa explícita, sistemática e cotidiana pelo controle dos artefatos “autênticos”, por distintos agentes sociais, que reconhecem a importância deles – e por isso os querem –, mas dão a estas peças destino diverso.

A “autenticidade” pode ser condição necessária para o valor de uso de algo e a sua inserção no circuito das atividades econômicas. A apropriação, a manipulação, e a

incorporação de objetos “autênticos” em outros igualmente “autênticos”, como no caso das jóias, evidenciam justamente isto. O contacto físico mais ou menos intenso dos indivíduos com estas peças – corpos que dialogam numa interação habitual – é parte do exercício profissional e/ou do direito de propriedade. No caso em pauta, o valor de uso é arbitrária e periodicamente redefinido, em função dos ditames da moda, o “autêntico” e o frívolo enlaçados no contínuo montar e desmontar jóias.

Este processo de incorporação de objetos “autênticos” em jóias igualmente “autênticas” dotadas de valor de uso 1. também evidencia as expressões de ruptura com as tradições estéticas vigentes e é condição de elaboração de novas orientações artísticas, um dos seus desdobramentos sendo a aquisição ou o reforço/consagração da identidade de artista para os seus criadores; 2. da mesma forma reafirma a posição dos negociantes que orientam a produção destas jóias ou as colocam em circulação, em termos de “autoridade” ou “reputação”, cuja “captação” (Veiga, 1998; 2001; 2002) de objetos “autênticos”, para comercializá-los (ou guardá-los para seu deleite), é condição de sua permanência no mercado de arte, e de sua possível ascensão na hierarquia do meio (Veiga, 1998; 2001; 2002), ao atender às demandas de compradores e vendedores profissionais (Smith, 1990; Veiga, 1998; 2001); 3. igualmente revela a identidade do *connoisseur* – narrador hedonista ou sedutor cético –, em qualquer de suas manifestações, enquanto integrante do mercado de arte, indivíduo dotado de grande “conhecimento”, e capaz de gratificar-se intelectual e sensorialmente com a peça “autêntica”; 4. e, não menos importante, dá visibilidade às preocupações e prazeres dos que forem socializados visualizando os objetos “autênticos” enquanto parte integrante do horizonte de possibilidades de suas experiências de vida cotidiana, isto é, expressões de suas relações sociais em contextos variados como o de família e parentesco, o religioso, o cultural, o político, etc. (alguns partindo da familiaridade em direção ao “conhecimento”). Pela lógica interna do mercado de arte, é perfeitamente possível que um único indivíduo vivencie estas quatro experiências, e algumas delas simultaneamente (Veiga, 1998).

À guisa do fecho, uma anedota que, para alguns, teve Zola como protagonista. Recebendo uma visita em sua casa, esta espantou-se com a quantidade de livros na habitação do autor, e perguntou ao consagrado romancista se ele já os havia lido todos, ou os consultava sempre, ao que Zola replicou indagando se o visitante usava diariamente o seu serviço de Sèvres.

Roberto de Magalhães Veiga
Professor da PUC-Rio

Notas

1. Estas não eram práticas inusitadas. As igrejas que eram mantidas pelos ricos cardeais e por suas famílias compreendiam as das quais os príncipes da igreja eram titulares, as

pelas quais eles tinham especial veneração, e as nas quais eles desejavam serem enterrados. Todas elas tinham uma característica em comum: sua antiguidade. Em geral, o papa e sua família, talvez até para elidir acusações de arrivismo, escolhiam serem enterrados nas mais antigas e veneráveis basílicas, como S. Maria Maggiore e S. Maria sopra Minerva. Neste mundo atravessado, alimentado e transformado por disputas de precedência e rivalidades outras, a decoração destas igrejas (e a dos palácios cardinalícios) tornava-se uma questão de magna importância. Para celebrar as glórias celestes e as terrenas – e não necessariamente nesta ordem – recorria-se aos mais importantes artistas da época. Como resultado, as grandes e importantes igrejas antigas acabavam tendo um papel fundamental como local de consagração pública de obras de arte – diríamos, hoje, eram excelentes “exposições” de obras de arte –, visto que, com os palácios, abrigavam os trabalhos mais significativos da arte moderna que se fazia na Roma de então. Por volta de 1620, a maioria das melhores pinturas modernas em Roma estava nas igrejas mais antigas (Haskell, 1991, 5-6, 44, 92, 129, 144).

Quanto à questão dos bronzes romanos do Panteão, mesmo na época do florentino Urbano VIII, esta iniciativa não deixou de despertar o repúdio de alguns de seus contemporâneos, a começar pelo médico papal, que deu vazão às suas críticas num famoso epigrama *Quod non fecerunt Barbari, fecerunt Barberini* (Haskell, 1991: 35). Cumpre lembrar que obras do século XVII não tinham melhor sorte. Na sua temporada em Paris, em 1665, Bernini realizou o busto de Luís XIV, em mármore. A satisfação do monarca com este trabalho teve como conseqüência a encomenda de uma estátua equestre, que só chegou a Paris em 1684. Por questões da conjuntura política e estética de então, a imagem foi julgada inadequada. O rei optou, inicialmente, pela destruição da peça, mas abrandou sua decisão, consentindo em que a estátua fosse banida para o local mais remoto dos gramados de Versailles. Um pouco mais tarde, Girardon procedeu às necessárias alterações na escultura de Bernini, e o personagem passou a ser *Marcus Curtius* (Haskell, 1991: 188). Ela encontra-se, até hoje, depois da *pièce d'eau des Suisses* (extremo sul do eixo norte-sul do grande parque de Versailles, que se estende paralelamente à fachada do castelo), quase assinalando os limites do domínio e do barroco na França. No final do século XX, Ieoh Ming Pei mandou colocar uma cópia do *Louis XIV/Marcus Curtius*, em chumbo, perto de sua pirâmide de vidro, no coração do Louvre, palácio para o qual a proposta arquitetônica de Bernini foi preterida (Gaillemin, 2002: 75, 77).

2. De acordo com Gardner (1996: 45): “Na maior parte do período conhecido como o dos ‘grandes mestres’, a autenticidade era um fenômeno completamente irrelevante. É verdade que Rubens cobrava três preços ao rei da Inglaterra. Os quadros produzidos por seu estúdio eram mais baratos que aqueles em que ele colaborava em parte. Esses custavam bem menos que aqueles que ele pintava inteiramente. O rei, por sua vez, queria os trabalhos de Rubens, não porque ele era Rubens mas porque ele era grande. O monarca também sabia que quanto maior a evidência de que Rubens havia colaborado numa obra, maior a possibilidade de ela ser melhor. Hoje em dia, porém, a autenticidade tem mais valor que a excelência. Isso significa que qualquer

coisa assinada por Rubens, não importa o quão fraca ela seja, é melhor que qualquer trabalho de Theodor Rombouts, não importa o quão excelente”.

3. Em *Arabella* cria-se um costume de aldeia na Croácia, quando a donzela tira água do poço e a oferece ao seu amado, como sinal de que eles ficaram noivos aos olhos de Deus e dos homens. Na outra ópera, inventa-se a tradição, na Viena de Maria Theresa, de um Cavaleiro da Rosa, representando o noivo, ir entregar uma rosa de prata, como símbolo do compromisso, à eleita (Osborne, 1988: 81, 164). Para nós surge um interesse suplementar, em relação a esta última ópera, na medida em que o conde Harry Kessler, importante colecionador de arte da primeira metade do século XX, e que foi um dos proprietários do *Retrato do Dr. Gachet*, de Van Gogh, colaborou com Hofmannsthal naquela obra (Osborne, 1988: 79; Saltzman, 1998: 112-125). Para uma visão mundana de Kessler no atelier de Aristide Maillol ler Gramont (1966: 209, 265-266).

4. Fortunato Pio Castellani (1794-1865) na década de 1820 tornou-se amigo do arqueólogo Michelangelo Caetani, que veio a ser uma espécie de mentor para Fortunato e seus filhos, aconselhando-os a se concentrarem na produção de jóias baseadas em temas antigos, basicamente italianos e gregos – a firma incluiu também o paleocristão e o bizantino (Munn, 1990: 10-14). Os trabalhos de joalheiros como Castellani e Fontenay eram baseados em observação exata e analítica (Nadelhoffer, 1984: 150). Não eram apenas os Castellani que satisfaziam as fantasias de senhoras com um “*archeological*” *turn of mind*, misturando antigos escaravinhos, ou outras peças arqueológicas, em suas jóias (Armstrong, 1976: 33). Esta estética conheceu enorme sucesso, sendo Carlo Giuliano, com quem Heinrich Schliemann fez questão de examinar o seu “Tesouro de Príamo”, outro nome de destaque neste campo (Munn, 1990: 15-16). Entre nós, jóias com escaravinhos “estiveram muito em voga entre as famílias nobres da Província do Rio de Janeiro, na época do apogeu da cafeicultura, em meados do século XIX” (O Museu Imperial, 1992: 92). Um belo exemplo é um conjunto que pertenceu à condessa de Tocantins – filha do marquês da Gávea e cunhada do duque de Caxias – atualmente no acervo do Museu Imperial de Petrópolis, composto por colar, bracelete e broche. No fecho do colar há uma rã em relevo. A utilização destes animais em relevo no fecho é quase uma *trade mark* de Castellani. Comparar o colar de Mme. de Tocantins com um colar “arqueológico”, feito por Castellani, em ouro e coral, utilizando o motivo da ânfora (Armstrong, 1976: 98-99).

No universo da condessa de Tocantins, este gosto pelo arcaico expressava-se também no mobiliário, como é o caso de uma mesa de centro, manufatura italiana, meados do século XIX, em madeira dourada e tampo redondo, em mosaicos coloridos, tendo ao centro a Praça de São Pedro, rodeada por vistas de Roma antiga (o Templo de Vesta, o Coliseu, o Arco de Tito, etc.), que pertenceu à imperatriz Teresa Cristina (O Museu Imperial, 1992: 218-219).

5. “O velho de milênios também pode atingir a modernidade: basta que se apresente como uma negação da tradição e que nos proponha outra. Ungido pelos mesmos poderes polêmicos do novo, o antiqüíssimo não é um passado: é um começo. A

paixão contraditória ressuscitá-o, anima-o e o transforma em nosso contemporâneo. Na arte e na literatura da época moderna há uma pertinaz corrente arcaizante, que vai da poesia popular germânica de Herder à poesia chinesa desenterrada por Pound, e do Oriente de Delacroix à arte da Oceania amada por Breton. Todos esses objetos, sejam pinturas e esculturas ou poemas, têm em comum o seguinte: qualquer que seja a civilização a que pertençam, sua aparição em nosso horizonte estético significou uma ruptura, uma mudança. Essas novidades centenárias ou milenares interromperam algumas vezes nossa tradição, sendo que a história da arte moderna do Ocidente é também a história das ressurreições das artes de muitas civilizações desaparecidas. Manifestações da estética da surpresa e de seus poderes de contágio, mas sobretudo encarnações momentâneas da negação crítica, os produtos da arte arcaica e das civilizações distantes inscrevem-se com naturalidade na tradição da ruptura. São uma das máscaras que a modernidade ostenta”. (Paz, 1984: 20-21). A este respeito Simmel (1988: 52) também é esclarecedor.

6. Embora sejam mais conhecidas as versões “*retour d’Égypte*” do período napoleônico e, no século seguinte, as realizadas no período *déco*, sob o impacto da descoberta de Howard Carter, em 1922, do túmulo do faraó-menino, esta história é bem mais longa e interessante. Limitando-nos ao século XVIII, Johann Melchior Dinglinger e seu *atelier* produziram (1724-1738) um “O Altar de Ápis” para o eleitor da Saxônia, evidenciando o interesse pela matriz egípcia (Habsburg, 1997: 198-199).

7. Para uma visão abrangente e fartamente ilustrada da produção de Cartier, sobretudo da primeira metade do século XX, Nadelhoffer (1984) é uma referência básica. De acordo com Caumont (2000: 107-108), Hans Nadelhoffer foi um *expert* em jóias da Christie’s, e responsável pelo sucesso da firma em Genebra, junto com Giza de Habsbourg. Nadelhoffer estudou literatura e história da arte na Universidade de Berna, trajetória clássica para ingressar em uma das grandes casas de leilão, e depois, durante dois anos, trabalhou com Edouard Gubelin, grande especialista de jóias da Suíça, que podia se vangloriar de possuir os laboratórios mais sofisticados do mundo. Para as décadas finais do século XX, consultar Cologni e Moccheti (1993). Franco Cologni foi *vice-chairman* da Cartier International a partir de 1986.

8. A elaboração de jóias tem sido uma atividade para a qual se voltaram desde anônimos – e às vezes mal pagos – artesãos até consagrados artistas plásticos. Se Benvenuto Cellini é uma referência clássica, a versatilidade dos artistas/artesãos da Renascença remetia-se também a um treinamento como joalheiro, pintor e escultor. Um auxiliar de ourives podia tornar-se escultor, por exemplo Donatello ou Ghiberti, e outro pintor, caso de Ghirlandaio ou Andrea del Sarto. Pollaiuolo e Verrocchio eram artistas plásticos atuando em vários campos, voltando à joalheria quando necessário (Munn, 1993: 16). Numa época mais recente, Edward Burne-Jones desenhou um broche/pendente pré-rafaelita, realizado por Carlo e Arthur Giuliano em ouro, esmalte translúcido vermelho e verde, turquesas, corais, pérolas e rubi, assim como um par de abotoaduras em forma de coração em marfim, tingido de verde, montado em prata, para seu uso pessoal (Munn, 1993: 62-63, 81; Munn,

1990: 23). Se a relação de Georges Braque com a joalheria é conhecida, a de Pablo Picasso, eventual, o é menos. Por volta da década de 1950, Picasso criou um pesado colar de ouro e ossos de touro, com cabeças de touro em alto e baixo-relevo e em incisão no metal, para um amigo que desejava usá-lo em uma *corrida*, objeto tido como exemplo de virtuosismo técnico e artístico (O'Brian, 1979: 342). Literatos também não se privam desta satisfação. Jean Cocteau desenhou sua própria espada – para a qual Coco Chanel contribuiu com uma esmeralda de 2.84 quilates – quando de sua eleição para a Académie Française, peça única pela sua originalidade, entre as 23 espadas, algo mais convencionais, produzidas entre 1931 e 1974 por Cartier (Nadelhoffer, 1984: 278-281; Cologni e Mocchetti, 1993: 174). No Brasil, os esforços conjuntos do joalheiro Lucien – um nome importante no universo da *arte naïf* – e de Di Cavalcanti resultaram em objetos de desejo avidamente disputados por uma clientela abastada. Ainda mais recente, vale a pena destacar a incursão de Rubens Gerchman no universo da joalheria, criando peças nas quais os perfis – um dos motivos tradicionais de sua obra – reaparecem, com olhos em brilhante e rubi, em anel e, sobre uma pérola mabe, em broches ou colar de pérolas negras cultivadas (Ventura, Outono 2002: 161-165, 170). Fazendo outro caminho, Andy Warhol misturava pó de diamante, obtido com lapidários, e tinta em determinadas telas.

9. “A origem do brilho de uma gema é a reflexão, isto é, o reflexo na superfície de uma parte da luz incidente. Ele depende do índice de reflexão da pedra e das características da sua superfície, mas não da cor. Quanto maior for a refração, mais intenso será o brilho... Na linguagem corrente incluem-se também como brilho os efeitos luminosos à reflexão total: as facetas inferiores das gemas atuam como um espelho, e devolvem de um modo mais ou menos completo a luz incidente na parte superior, pelo que o brilho é aumentado”. (Schumann, 1983: 40). Por conseguinte, estamos falando de lapidação/cravação/iluminação. Para esclarecimentos sobre as propriedades das gemas consultar Schumann (1983: 20-48).

10. Registros de utilização de platina remontam ao antigo Egito. Contudo, é na Paris de Luis XVI que sua adoção vai começar a popularizá-la. Importa ressaltar que, na virada do século XIX para o XX, pelo uso da platina, jóias baseadas em motivos do século XVIII foram vistas como explicitando um “novo estilo”, e como alternativa ao *art nouveau* (Nadelhoffer, 1984: 58-60).

11. Charles Frederick Worth (1825-1895) e sua família dominaram a *haute couture* francesa do segundo império até o início do século XX. Worth revolucionou o mundo da moda, combinando sua proposta de roupas ricas e refinadas – e não meramente suntuosas – com uma nova postura comercial, inventando *fashion shows*, colocando manequins nas vitrines – do que muito se valeu Cartier para expor suas jóias –, e tirou proveito das roupas para as estações, jogando com tecidos, cores e acessórios, diversificando fundamentalmente modelos semelhantes (Nadelhoffer, 1984: 60-63; Cologni e Mocchetti, 1993: 28-31).

12. Outra referência brasileira importante entre os clientes de Cartier foi Alberto Santos Dumont, amigo de Louis Cartier. Para o pioneiro da aviação, Cartier criou o

primeiro modelo moderno de relógio de pulso, que, a partir de 1911, com o de acordo do aviador, vai ser comercializado. Na linha *Les Must de Cartier* iniciada em 1968, o relógio *Santos*, em aço, ouro e cabuchão de safira, é um lançamento de 1978 (Cognigni e Mocchetti, 1993: 62, 63, 66, 68, 73, 77, 200, 209; Nadelhoffer, 1984: 255, 273, 274, 276, 302).

13. A este respeito ver a reforma do vestido de casamento para ser usado no próximo inverno, enviado para Worth em Paris, no episódio do jantar em Londres, ou como era considerado vulgar, pela geração de Mrs. Archer mãe, vestir-se na última moda. Os vestidos eram guardados, esperando-se um prazo conveniente, para serem usados por uma dama. Em Boston, sendo mais conservadora do que Nova Iorque, retardava-se o seu uso por cerca de dois anos, ao passo que em Nova Iorque estimava-se que uma estação era um tempo adequado. Visto que havia uma ordem de Mrs. Baxter Pennilow para importar 12 vestidos de Worth todos os anos, e esta senhora ficou doente por dois anos antes de vir a falecer, 48 vestidos de Worth nunca foram desembulhados e, passado o período de luto, suas herdeiras puderam usar o primeiro lote deles, sem parecerem estar à frente da moda em Boston (Wharton, 1996: 195, 259-260).

14. Aliás, as diferenças entre estes dois grupos podiam estar diminuindo, na *Belle Époque*, uma vez que agora eram as ricas herdeiras norte-americanas que estavam sendo incorporadas à aristocracia francesa (e europeia, vide Consulelo Vanderbilt), como uma Singer (máquinas de costura) tornando-se, sucessivamente, princesa de Scey-Montbéliard e, após a separação, princesa de Polignac, e a sua irmã duquesa Decazes, ou então uma Gould (estradas de ferro) vindo a ser condessa de Castellane (Proust, 1994: 156, 160-165; Wisner, 1995: 105-111), mulheres cujo *savoir-vivre* as colocava a anos-luz de uma Daisy Miller (James: 1979).

Analisando as discrepâncias entre as nobrezas francesas no *ancien régime*, há autores que sustentam que a alta nobreza procedia à canibalização das elites burguesas (Le Roy Ladurie, 1990: II, III. In: Chaussinand-Nogaret: 1990) – ou, no dizer de Mme. de Grignan, ao comentar o casamento de seu filho: “*il faut bien mettre quelquefois du fumier sur ses terres*” (Erlanger, 1965: 499) – Se este não era um universo de casta fechada – na França nunca se está definitivamente dentro ou fora da nobreza (Chaussinand-Nogaret, 1990: 11) –, por cima a aristocracia era bastante permeável (Bernis, 1986: 97-99; Erlanger, 1965: 498-499; Chaussinand-Nogaret, 1990: 94-95, 168-175), o mundo da alta nobreza e o das altas finanças confundindo-se. A hierarquia da aristocracia constituía um problema para a ascensão intranobiliárquica, conforme os membros da nobreza provinciana empobrecida podiam constatar, salvo em casos excepcionais, como quando ocorriam interferências decisivas dos bem posicionados em Versailles, haja vista a trajetória do cardeal de Bernis (Le Roy Ladurie, 1990: II-V. In: *op. cit.*; Chaussinand-Nogaret, 1990: 9-21; Bernis: 1986).

Muito mais que a questão do dote – que continuava importante –, estes casamentos, ao longo do século XVIII, remetem-se a uma estratégia de controle total do aparelho de Estado absolutista pela nobreza de Versailles, que desejava absorver, também, o

fisco real. Além dos melhores postos no exército, no clero, e na corte, a alta aristocracia francesa empenhava-se em incorporar as finanças aos setores onde ela já exercia seu monopólio (Chaussinand-Nogaret, 1990: 175-179). A alta nobreza francesa manteve boa parte de sua fortuna intacta, sob o consulado e o império, sendo estes aristocratas ainda os maiores proprietários do reino, alguns até adquirindo bens nacionais durante a Revolução (Chaussinand-Nogaret, 1990: 85-86). Pode-se pensar que, em determinados aspectos, o *ancien régime* durou até 1914. Mesmo para o príncipe Salina este ainda seria um belo prazo, afinal nem as estrelas são eternas...

15. Esta associação continuou, após a morte da duquesa, pois quando do leilão de suas jóias, em 1987, em favor do Institut Pasteur de Paris, foram manequins de Givenchy que apresentaram os lotes à platéia, talvez até num prenúncio da outra carreira de M. de Givenchy (Beurdeley, 1988: 134).

16. La Belle Otéro, Emilienne d'Alençon, e Liane de Pougy formaram o triunvirato de sereias de primeira grandeza da *Belle Époque*, cuja vida de luxo e de extravagâncias reduziu a pó a esquemática denúncia política do *roman à thèse* de Zola (1968: 215, 318-319, 436). “Versão feminina do mundo dos negócios” (Hobsbawm, 1982: ilustração 68), sob hipótese alguma a contribuição da *demi-mondaine* para a indústria do luxo pode ser negligenciada. Simmel (1988) nos chama a atenção para o fato de o mundo galante ser, com freqüência, pioneiro de uma nova moda, o que permite às suas integrantes uma possibilidade de expressão de seus desejos e desafios em relação à ordem social que as estigmatiza, numa forma estética do impulso destruidor do pária face ao legalizado e firmemente estabelecido, mas numa iniciativa relativamente anódina (Simmel, 1988: 44).

A Paris da *Belle Époque* foi um dos momentos culminantes da tradição das Vênus acessíveis (para os afortunados, como Leopoldo II), com a decidida colaboração da imprensa, que relatava os seus menores gestos para um público ávido por informações sobre o cotidiano das belas. Seus caprichos ditavam moda e suas atitudes, amiúde espalhafatosas, às vezes francamente vulgares, ou que copiavam “*les marquises de théâtre*” (Colette, 1960:36), eram fonte de inspiração para a criação de personagens de romances (Colette: 1960) e do *vaudeville*, como no caso de Feydeau que, da mesa que mantinha reservada no Maxim's, falava pouco, escutava e observava muito (Gidel, 1988: 936. In: Feydeau: 1988), devolvendo seu “trabalho de campo” às platéias parisienses em *La Dame de chez Maxim* (1899) e, na sua espécie de continuação, *La Duchesse des Folies-Bergère* (1902), cujo segundo ato se passa no Maxim's (Feydeau, 1988: 705-1084).

Parecia não haver limites para o poder de sedução das belas. O duque d'Uzès presenteou Emilienne d'Alençon com jóias de família. Certa feita, Caroline Otéro foi à Ópera de Paris ostentando um colar da imperatriz Eugênia, outro da imperatriz da Áustria, e um terceiro e célebre colar de pérolas – na época tão valiosas quanto diamantes – de Léonide Leblanc, além de um diadema de diamantes, e brincos, cada um com um diamante de 50 quilates (Nadelhoffer, 1984: 295). Contudo, os sucessos das cortesãs não nos devem fazer esquecer as formas particulares de segregação

vigentes na ordem social mais abrangente, num jogo peculiar de distâncias e proximidades. Se na Ópera, as grandes damas do *gratin* – a respeito das diferenças entre o *gratin* parisiense do século XIX e a nobreza de Versailles do século XVIII consultar Gramont (1966: 70-71, 97, 181) – achavam *chic*, como tópico de conversação, saber quem mantinha que dançarina, indicando-a para suas interlocutoras (Gramont, 1966: 84), este era um universo, pelo menos até 1914, com uma espantosa diversidade de compartimentos, onde maioria dos franceses se fechava, ciosos de suas *coteries*, como ilustra o comportamento adotado pelos clientes de Boucheron (Gramont, 1966: 7, 154, 158, 160, 167; Wharton, s/d: 258-292; Boucheron, 1990: 78-80).

Nessa relação cortesã/sociedade, não deixa de ser oportuno ressaltar um dos aspectos da problemática estréia de *La Traviata* em Veneza, no *La Fenice*, em 06 de março de 1853 (Osborne, 1989: 136): “Um dos motivos de Verdi para ter transformado a peça de Dumas em ópera foi seu fascínio pela idéia de usar um tema contemporâneo e mostrar personagens da vida moderna num palco. Alguns comentaristas de Verdi já sugeriram que a platéia da primeira noite em Veneza pode ter ficado desconcertada ao ver roupas modernas no palco operístico. Mas não foi exatamente isto que viram. Alguém no Teatro Fenice teve medo, e assim o período e os figurinos foram os de Luís XIV, o começo do século 18. Foi só quando 1853 já havia se tornado uma era passada que *La Traviata* começou a ser vista nos trajes de meados do século 19” (Osborne, 1989: 138).

Conveniência puramente cênica respeitando as convenções operísticas italianas de ambientação temporal?

17. A moda é marcada pela arbitrariedade, pois não há nenhum indício estabelecendo vinculação entre suas configurações e a necessidade de adequação de meios a fins de natureza material, estética ou de qualquer outro gênero. A arbitrariedade da moda indica a sua total desvinculação das normas práticas da vida, pois as motivações sociais são as únicas que importam. A moda só atua como tal quando há a sua independência face a qualquer outra motivação, o que acaba marcando-a com a frivolidade (Simmel, 1988: 30-31). Vale dizer, o caráter abstrato da moda é o fundamento do seu valor de uso. Portanto efêmero, arbitrário, fútil, e livre, o seu valor de uso é uma construção tão ideológica quanto a “autenticidade”.

18. De acordo com Simmel (1988) a moda é uma forma de vida peculiar, entre as muitas através das quais confluem em uma única atividade a tendência à igualdade social entre os pares – as modas são sempre modas de classe – e aquela à diversidade e ao contraste individual. A história da moda é a dos intentos de adaptar de maneira cada vez mais perfeita a satisfação dessas duas tendências ao estado da cultura individual e da cultura social em cada momento. Unir e diferenciar são as duas funções básicas que se conjugam aqui de maneira inextricável, de tal modo que cada uma delas, contraponto lógico da outra, constitui a condição de sua realização (Simmel, 1988: 29-30).

19. A utilização de moedas de ouro recentes como jóias é uma prática corrente no Rio de Janeiro, tanto mais que o teor de ouro de várias moedas ocidentais dos últimos

dois séculos é maior do que o existente em outros artefatos feitos com esse metal, sendo comum encontrarmos moedas de ouro 20 a 22 1/2 quilates e jóias (muitas vezes infringindo proibições legais, e não marcadas) com ouro 14 quilates, em peças ocidentais dos séculos XIX e XX. Libras – a meia-libra já é mais difícil –, outras moedas européias, e as brasileiras de ouro são montadas para tornarem-se brincos, broches, pendentes, abotoaduras, berloques de pulseira – nossa tradição de balangandãs (Machado: 1973) – inclusive moedas de ouro comemorativas do Dia Mundial do Meio Ambiente, 05. VI. 1992, Banco do Brasil, de 5 e 10 gramas, motivo *Victoria Regia*, já tiveram este destino.

Até o final da década de 1970 era fácil encontrar, no mercado carioca, moedas de prata de 2.000 e 1.000 réis, do Império, empregadas para fazerem caixinhas, e até cinzeiros para braços de poltronas, fora bandejas e salvas. Moedas de cobre de 10 réis, do Império, foram transformadas em pendentes, com a inserção de um diamante lapidação Brasil no centro das armas imperiais, outras vezes sendo o Cruzeiro do Sul, em pedras preciosas, o motivo adotado na ornamentação destas moedas.

Do ponto de vista dos numismatas, o risco é o de dano irreparável – a começar pelo serrilhado da peça –, no que deixou de ser dinheiro para tornar-se adereço, mas que os primeiros consideram objeto de coleção de moedas, e outros ainda como reserva monetária, entesourando velas de libras de ouro, que vão juntando e empilhando. O fato é que muitos continuam a usar as moedas fora de circulação como adorno – parte de uma coleção de jóias –, assim como os cangaceiros usavam moedas de prata do Império brasileiro para enfeitarem seus chapéus de couro.

20. Como artistas, a busca de novas expressões no seu exercício profissional faz com que os joalheiros, assim como os prateiros (Krekel-Aalberse: 1989; *L'Argenterie – Art et Histoire*: 1989), criem e adotem alternativas inovadoras e atraentes, buscando efeitos estéticos em sintonia com sua época e suas possibilidades técnicas, seja através do emprego de outras matérias, além das tradicionais, seja valendo-se de novos cortes, como Cartier que utilizou também novas lapidações de diamantes em triângulo, meia-lua, losango, *baguette*, hexágono – o que pode significar um desperdício da matéria prima em relação às possibilidades de uma lapidação mais convencional das pedras – (Nadelhoffer, 1984: 196, 243, 299), e esmeraldas, safiras e rubis cortados em forma de folha, flores e bagos de frutas (Nadelhoffer, 1984: 178-179, ilustrações 44 a 47).

O emprego, na confecção de jóias, de materiais menos usuais e/ou “nobres” relacionados em nosso texto, como o caso da pasta vítrea (Jewelry, 1996: 51-54) ou do esmalte combinado com marcassita (Oberkirch, 1989: 169), a partir de modas da segunda metade do século XVIII, e adotadas pelas grandes damas da corte, tem um caráter diverso do que presidiu a utilização, por exemplo, na Europa do século XVI, de conchas *nautilus*, de casca de coco, e de outras substâncias valorizadas pela sua raridade, pelo seu inusitado, etc., e que foram trabalhadas pelos prateiros e ourives na elaboração de peças únicas para as coleções principescas (Habsburg: 1997; *L'Argenterie – Art et Histoire*: 1989). Assim como a porcelana mais tarde, esses elementos vieram a se banalizar.

21. Há outras maneiras de relacionar a suposta permanência dos objetos ideologicamente construídos como “autênticos” e o fluxo de um mundo cotidiano, transitório, e contingente, enfatizando o papel de mediação dos primeiros (Gonçalves: 1996), mas em função de objetivos totalmente diversos do proposto em nosso artigo.

22. Para uma discussão sobre o prazer sensorial/”conhecimento” quase carnal que os narradores hedonistas experimentam e possuem, remetemo-nos a Veiga (2001a), para quem há um tipo de *connoisseur* que está a um passo do Pigmalião. Para a discussão aqui trabalhada, interessa-nos mais particularmente de que maneira estas aptidões, duramente exercidas ao longo de décadas de laboriosa socialização em determinados meios sociais, são transformadas em uma espécie de cruzamento entre “ter é usar” e “*carpe diem*”, apesar dos riscos que usar uma pequena Conceição de ouro do século XVIII (uma castanha seria desconfortável), em um cordão correto, em torno do pescoço, pode ensejar.

23. “O avanço científico comumente consiste numa complicação progressiva do que alguma vez pareceu um conjunto de noções lindamente simples e que agora parece uma noção insuportavelmente simplista. É após ocorrer esta espécie de desencanto que a inteligibilidade e, dessa forma, o poder explanatório, chega à possibilidade de substituir o enredado, mas incompreensível, pelo enredado, mas compreensível, ao qual Lévi-Strauss se refere. Whitehead uma vez ofereceu às ciências naturais a máxima ‘Procure a simplicidade, mas desconfie dela’; para as ciências sociais ele poderia ter oferecido ‘Procure a complexidade e ordene-a’ (Geertz, 1978: 45). Para qualquer dúvida Geertz (1973: 33-34).

24. A respeito da inteligibilidade das telas, e da busca de referências literárias para estabelecê-la, há uma famosa *boutade* de Picasso que, indagado por uma senhora sobre o que uma tela sua representava, respondeu: “*Madame, ça représente vingt millions de francs*” (O’Brian, 1979: 169).

25. Mrs. Cornelius Vanderbilt, de Nova Iorque, uma das clientes mais importantes de Cartier, ofereceu um baile, em Spencer House, comemorando o trigésimo aniversário do príncipe de Gales (o futuro Eduardo VIII). Na festa havia um enorme bolo que, cortado, revelava estar repleto de “surpresas”, as quais a anfitriã havia selecionado em Cartier. O príncipe chegou atrasado e de péssimo humor, saudando a cena com um “que vulgar!” No dia seguinte, Mrs. Vanderbilt devolveu todo o lote a Cartier (Nadelhoffer, 1984: 285).

Mas a caça também tem seus dias. Após perder para Cartier, no leilão da Parke-Bernet, em 1969, um diamante em forma de gota de 69.42 quilates – considerado, então, o quinquagésimo-sexto maior diamante lapidado do mundo –, quatro dias depois Richard Burton adquiriu-o de Cartier, acrescentando ao lance vencedor de US\$ 1.050.000,00 um determinado valor (Nadelhoffer, 1984: 292-293). Algum tempo depois, em um evento social, Elizabeth Taylor usava a pedra em um anel, e encontrou uma certa princesa, sua contemporânea um pouco mais velha – hoje já falecida –, comentar que achava a sua jóia vulgar. Em uma das rodas que acabaram se formando, Liz e sua alteza ficaram face a face, e a atriz perguntou-lhe se desejava experimentar

o seu anel, com o que a princesa prontamente concordou. Quando esta, embevecida, admirava o diamante em seu dedo, Liz alfinetou: “parece menos vulgar agora?”

26. Artistas plásticos podem fazer intervenções bem mais radicais. Em 1959, em plena voga do Expressionismo abstrato, Robert Rauschenberg apaga um desenho de Willem de Kooning, criando a obra radicalmente inédita *Erased De Kooning Drawing* cujo título explicita seu ponto de partida e o processo de sua realização. Para Maldonado (2002) este foi um gesto simultaneamente reverente e iconoclasta, oscilando entre destruição e fetichismo extremo da obra de arte, entre presença e ausência, o desenho que resta e o apelo à restauração de sua integridade, e todo o campo de exploração aberto pelo mistério dessa imagem que falta (Maldonado (2002: 41-42). De acordo com entrevistados, Farnese (Farnese de Andrade Neto) tratava santos do século XIX como objetos prontos encontrados ao acaso: ele, de quando em vez, retirava a face das estatuetas (deixando apenas a parte posterior da cabeça), para incorporá-la às montagens de objetos que, junto com as caixas, talvez sejam a parte mais conhecida de sua obra. Assim, santos do século XIX eram fragmentados, e algumas de suas partes eram combinadas com outros artefatos de madeira – artesanais ou fabricados em série –, resultando na obra de arte/pesquisa de Farnese, isto é, numa ressignificação de peças pré-existentes, ordenadas numa nova lógica simbólica.

Referências bibliográficas

- ABREU, Regina. “*Síndrome de Museus?*” Rio de Janeiro, mimeo, s/d.
- L’Argenterie – Art et Histoire*. (Org. Claude Blair) Flammarion, 1989.
- ARMSTRONG, Nancy. *Victorian Jewelry*. Nova Iorque: Macmillan Publishing Co., Inc., 1976.
- BERNIS, François-Joachim de Pierre de Bernis, cardinal de. *Mémoires*. Paris: Mercure de France, 1986.
- BEURDELEY, Michel. *Trois siècles de ventes publiques*. Fribourg: Office du Livre S.A., 1988.
- BOUBLIL, Alain. *L’étrange docteur Barnes: portrait d’un collectionneur américain*. Paris: Éditions Albin Michel S.A., 1993.
- BOUCHERON, Alain. “Boucheron”. In: *The Master Jewelers*. Londres: Thames and Hudson Ltd., 1990, pp. 77-92.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos; conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- CAUMONT, Anne de. *La passion aux enchères – cinq oeuvres d’art et leur destin fabuleux*. Paris: Éditions Grasset & Fasquelle, 2000.
- CHAUSSINAND-NOGARET, G. *La Noblesse au XVIIIème siècle – De la Féodalité aux Lumières*. (Présentation Emmanuel Le Roy Ladurie) Bruxelas: Éditions Complexe, 1990.
- COLETTE. *Gigi*. Librairie Hachette, 1960.
- COLOGNI, Franco e MOCCHETTI, Ettore. *Made by Cartier, 150 years of Tradition and Innovation*. Nova Iorque-Londres-Paris: Abbeville Press Publishers, 1993.
- CUNHA, Manuela Carneiro da. *Antropologia do Brasil: mito, história, etnicidade*. São Paulo: Brasiliense/Editora Universidade de São Paulo, 1986.

- Diamonds – Myth, Magic and Reality*. (Org. Jacques Legrand). Nova Iorque. Bonanza Books, 1984.
- ERLANGER, Philippe. *Louis XIV*. Paris: Librairie Arthème Fayard, 1965.
- ESMERIAN, Ralph. “Cartier”. In: *The Master Jewelers*. Londres: Thames and Hudson Ltd., 1990, pp. 189-204.
- FEYDEAU, Georges. *Théâtre complet. T. II*. (Édition de Henry Gidel). Paris: Bordas-Éditions Garnier, 1988.
- GARDNER, James. *Cultura ou lixo?* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.
- _____. *The Interpretation of Cultures*. Nova Iorque: Basic Books, Inc., Publishers, 1973.
- GONÇALVES, José Reginaldo Santos. *A retórica da perda: os dois discursos do patrimônio cultural no Brasil*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ/IPHAN, 1996.
- GRAMONT, Elisabeth de. *Souvenirs du monde (de 1890 à 1940)*. Paris: Éditions Bernard Grasset, 1966.
- GUIMARÃES, Hélio Lisboa. *Catálogo geral das moedas do Brasil*. Curitiba, 1972.
- HABSBURG, Archduke Géza von. *Princely Treasures*. Nova Iorque: The Vendome Press, 1997.
- HANDLER, Richard. *Nationalism and the politics of culture in Quebec*. Madison: The University of Wisconsin Press, 1988.
- _____. “On having a culture” In: Stocking, G. (org.) *Objects and others: essays on museums and material culture*. Madison: The Wisconsin University Press, 1985, pp. 192-217.
- HASKELL, Francis. *Patrons and Painters - A Study in the Relations Between Italian Art and Society in the Age of the Baroque*. New Haven e Londres: Yale University Press, 1991.
- _____. *Pasado y presente en el arte y en el gusto*. Madrid: Alianza Editorial, S.A., 1989.
- HOBBSAWM, Eric J. *A era dos impérios: 1875-1914*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.
- _____. *A era do capital: 1848-1875*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- HUGHES, Robert. *A toda crítica – Ensayos sobre arte y artistas*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1997.
- JAMES, Henry. *Selected Short Stories*. Penguin Books, 1979.
- JEWELLERY. (Edited by Janet Swarbrick) Londres: Apple Press, 1996.
- KREKEL-AALBERSE, Annelies. *Art Nouveau and Art Deco silver*. Nova Iorque: Harry N. Abrams, Inc., Publishers, 1989.
- LANDRIGAN, Edward. “Verdura”. In: *The Master Jewelers*. Londres: Thames and Hudson Ltd., 1990, pp. 221-236.
- LEACH, Edmund R. *Social Anthropology*. Fontana Press, 1986.
- _____. *Edmund Ronald Leach: antropologia*. São Paulo: Ática, 1983.
- _____. *Political Systems of Highland Burma – A Study of Kachin Social Structure*. Londres: University of London – The Athlone Press, 1977.
- _____. *Culture and Communication – The logic by which symbols are connected*. Cambridge: Cambridge University Press, 1976.
- _____. *Repensando a Antropologia*. São Paulo: Editora Perspectiva S.A., 1974.
- MACHADO, Paulo Affonso de Carvalho. *Antigüidades do Brasil*. Rio de Janeiro, 1983.
- _____. *Ourivesaria Baiana*. Rio de Janeiro, 1973.

- MONNIER, Gérard. *L'art et ses institutions en France – De la Révolution à nos jours*. Éditions Gallimard, 1995.
- MOULIN, Raymonde. *Le marché de l'art: mondialization et nouvelles technologies*. Flammarion, 2000.
- MUNN, Geoffrey C. *The Triumph of Love – Jewelry 1530-1930*. Londres: Thames and Hudson Ltd., 1993.
- _____. “Castellani and Giuliano”. In: *The Master Jewelers*. Londres: Thames and Hudson Ltd., 1990, pp. 9-28.
- O MUSEU IMPERIAL. São Paulo: Banco Safra, 1992.
- NADELHOFFER, Hans. *Cartier: jewelers extraordinary*. Nova Iorque: Harry N. Abrams, Inc., Publishers, 1984.
- NEWTON, Charles M. e TORRES, Omar. “Bulgari”. In: *The Master Jewelers*. Londres: Thames and Hudson Ltd., 1990, pp. 237-251.
- OBERKIRCH, Henriette-Louise de Waldner de Freundstein, baronne d'. *Mémoires de la Baronne d'Oberkirch sur la cour de Louis XVI et la société française avant 1789*. Paris: Mercure de France, 1989.
- O'BRIAN, Patrick. *Pablo Ruiz Picasso*. Éditions Gallimard, 1979.
- OSBORNE, Charles. *Verdi: vida e ópera*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 1989.
- _____. *The Complete Operas of Richard Strauss*. Nova Iorque: Da Capo Press, Inc., 1988.
- PAZ, Octavio. *Os Filhos do Barro: do romantismo à vanguarda*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira S.A., 1984.
- POMIAN, Krzysztof. *Collectionneurs, amateurs et curieux – Paris, Venise: XVIe – XVIIIe siècle*. Éditions Gallimard, 1987.
- PROUST, Marcel. *Essais et articles*. (Éditions établie par Pierre Clarac et Yves Sandre). Paris: Éditions Paris: Gallimard, 1994.
- SANTOS, João Carlos Lopes dos. *Manual do Mercado de Arte – Uma visão profissional das artes plásticas e seus fundamentos práticos*. São Paulo: Júlio Louzada Publicações, 1999.
- SALTZMAN, Cynthia. *Portrait of Dr. Gachet: The story of a Van Gogh masterpiece*. Nova Iorque: Viking Penguin, 1998.
- SCHUMANN, Walter. *Gemas do Mundo*. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1983.
- SENNETT, Richard. *The conscience of the eye: the design and social life of cities*. Nova Iorque-Londres: W.W. Norton & Company, 1992.
- SIMMEL, Georg. *Sobre la Aventura – Ensayos Filosóficos*. Barcelona: Ediciones Península, 1988.
- SMITH, Charles W. *Auctions - The Social Construction of Value*. Berkeley-Los Angeles: University of California Press, 1990.
- STEWART, Susan. *On longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*. Durham e Londres: Duke University Press, 1994.
- TRILLING, L. *Sincerity and authenticity*. Cambridge: Harvard University Press, 1971.
- VEIGA, Roberto de Magalhães. “O mercado de arte na visão de um marchand” (resenha). In: *ALCEU*, Revista de Comunicação, Cultura e Política – v. 2 – n. 4 – jan./jun. 2002 – Rio de Janeiro: PUC, Dep. de Comunicação Social, pp. 191-203.
- _____. “Colecionadores e artistas: co-autores?”. In: *Anais do Museu Histórico Nacional* – vol. 33 – 2001a. 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 – v. 1 - n. 2 - jan./jun. 2001 – Rio de Janeiro: PUC, Dep. de Comunicação Social, pp. 89-107.

_____. *Autenticidade e perigo: um estudo sobre leilões de ‘objetos de arte’ no Rio de Janeiro*. Tese de Doutorado. PPGSA/IFCS – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 1998, Mimeo.

WANNENBURGH, ALF J. e JOHNSON, Peter. *Diamond People*. Londres: Norfolk House Publishers, 1990.

WHARTON, Edith. *The Age of Innocence*. Londres: Penguin Books, 1996.

_____. *A Backward Glance*. Nova Iorque: Charles Scribner’s Sons.

WHITE, Harrison e Cynthia. *La Carrière des peintres au XIXe siècle*. Paris: Flammarion, 1991.

WISER, William. *Os anos loucos: Paris na década de 20*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1995.

ZALUAR, Alba. “Relativismo Cultural na cidade?” In: *Condomínio do diabo*. Rio de Janeiro: Revan/Ed. UFRJ, 1994, pp. 202-218.

ZOLA, Émile. *Nana*. Paris: Garnier-Flammarion, 1968.

ZUCKER, Benjamin e SÜSSMANN, Bethsabée. *Gemmes et Joyaux - Mystères, Passions, Magie*. Genebra: Éditions Saphir SA, 1988.

Revistas e periódicos

“Elizabeth Gage” In: *VENTURA*. Rio de Janeiro-São Paulo: SPALA Editora Ltda., Junho-Agosto 1990. Ano 3 – No. 12, pp. 118-129.

GAILLEMIN, Jean-Louis. “Si Versailles m’était conté”. In: *Connaissance des arts*. Paris. Société Française de Promotion Artistique. Juin, 2002. No. 595, pp. 68-79.

MALDONADO, Guitemie. “Robert Rauschenberg: l’ordre et l’aléatoire”. In: *Connaissance des arts*. Paris. Société Française de Promotion Artistique. Juin, 2002. No. 595, pp. 40-45.

“Rubens Gerchman”. In: *VENTURA*. Rio de Janeiro-São Paulo: Ventura Cultural Ltda., Outono 2002. No. 40, pp. 161-171.

VEIGA, Roberto de Magalhães. “Procedência: uma preocupação recorrente”. (parte 1). In: *A Relíquia – Informativo dos Antiquários, Leiloeiros e Colecionadores*. Ano IV - No. 42 - Rio de Janeiro/São Paulo, Dez. 2001, p. 10 - (parte 2) Ano IV – No. 43 – Rio de Janeiro/São Paulo, Dez. 2001, Jan. 2002, p. 10.

_____. “Música e autenticidade”. In: *A Relíquia – Informativo dos Antiquários, Leiloeiros e Colecionadores*. Ano V- No. 50 – Rio de Janeiro/São Paulo, Ago. 2002, p. 10.

Resumo

O objetivo deste artigo é discutir a “autenticidade” como condição necessária para atribuição de valor de uso a determinados artefatos, significando a incorporação de objetos “autênticos” no circuito das atividades econômicas, e a sua apreensão física contínua pelos envolvidos na sua produção, circulação e consumo.

Palavras-chave

“Autenticidade”, valor de uso, mercado de arte.

Abstract

This article discusses “authenticity” as a necessary condition for the attribution of use value to certain artifacts, signifying the incorporation of “authentic” objects into the circuit of economic activities, and their continuous physical apprehension by those involved in their production, circulation and consumption.

Key-words

“Authenticity”, use value, art market.