

Leilão de “objetos de arte”: uma instância pública de reclassificação de objetos*

Roberto de Magalhães Veiga

O objetivo deste texto é discutir o papel que o leilão de “objetos de arte”¹ desempenha no “sistema de arte e cultura” (Clifford, 1992), e no qual se processa a reclassificação dos objetos, transformando-os ou invalidando-os enquanto “objetos de arte”. A partir de um sistema arbitrário de classificação, que define historicamente determinados atributos como socialmente valorizados, o leilão de “objetos de arte” funciona, assim, como uma instância pública de confirmação ou contestação da “autenticidade” dos objetos, orientando as decisões tomadas no mercado – formal ou informal – de “objetos de arte”.

Análises de leilão, como a de Smith (1990), enfatizam ser este um contexto marcado por questões de ambigüidade e de incertezas. Para este autor, o leilão é uma transação regulada pelo preço, que se dá mediante uma competição pública, distinguindo-se das compras em um sistema de preço fixo, e das decorrentes de acordos privados. Argumentando que nas sociedades atuais, por causa do complexo processo de mudanças sociais que nelas ocorre, falta uma base segura para estabelecer uma definição de bens, em termos de valor, de classificação, e até de propriedade, os pregões² são especialmente adequados para resolver estas pendências.

Desta forma, para Smith (1990), o leilão surge, funcionalmente, para resolver problemas de ambigüidades e incertezas de definição ao: 1. definir e resolver situações ambíguas, especialmente, questões de valor e preço; 2. definir e resolver questões de propriedade, de alocação de bens e sua classificação adequada; 3. definir e resolver quem pode participar na resolução destes problemas, e os meios pelos quais isto deve ser feito.

Vale dizer, para Smith, o pregão é um rito de passagem (1990: 48), mecanismo adequado para lidar com essas situações marcadas por indeterminações, operando a transformação do objeto, ao incorporá-lo a um novo sistema de classificação, de propriedade e de valor. Leilões implicam em muito mais do que obter um maior preço, ou determinar direitos de propriedade de bens. Eles estabelecem as identidades sociais desses objetos.

Para que tal processo de redefinição de identidade possa ser operado, Smith reporta-se, de forma durkheimiana, a necessidade de criação de uma comunidade, que define e dá legitimidade a este processo. Produzir o consenso significa criar um contexto social, que ele analisa recorrendo ao paradigma dramático (Smith, 1990: 108-109), sem o qual não pode haver pregão. É preciso que haja uma comunidade, mesmo que por poucas horas, para que compradores e vendedores sintam que os critérios de definição estabelecidos refletem a visão da coletividade. Construir este sentimento de comunidade e de legitimidade é a principal tarefa do leilão.

Como intérpretes desta criação dramática, contexto de construção e de explicitação de avaliações, julgamentos e decisões coletivas, Smith destaca o leiloeiro, um núcleo de compradores habituais, que freqüentam um mesmo tipo de leilão ao longo do tempo, e a audiência. O leiloeiro é o coração de cada leilão. Ele orchestra o leilão, define o ritmo, a seqüência dos “lances”³, trabalha os participantes fornecendo suas deixas. Ele estabelece um sentido de comunidade e de confiança, e mantém todos os compradores em potencial envolvidos no processo.

Em relação ao núcleo de compradores habituais, Smith, que os caracteriza como “compradores profissionais”, salienta que estes participantes dependem da adesão básica a práticas e cortesias que são coletivamente mantidas. A linguagem, o conhecimento específico, os interesses, a presença constante nos pregões, e a atuação revelam o pertencimento do indivíduo a este grupo. Tão importante quanto a uniformidade do jargão é a visão compartilhada do valor dos bens que eles perseguem (Smith, 1990: 69-70).

A presença e a importância da audiência são ressaltadas pelo autor. A maioria dos presentes em uma hasta pública não compra. Este público está lá

para observar e ser entretido. Eles testemunham a transformação de um item mundano em um objeto social valioso. Sua intervenção – o aplauso no momento certo – evidencia a experiência de uma realidade particular que não poderia ser vivida sem a interpretação do leilão. Uma nova realidade foi gerada, e essa mágica única foi por eles presenciada, conforme sua intervenção evidencia.

Contudo, nesta explicação funcionalista, de criação de um consenso comunitário, capaz de estabelecer novas identidades sociais, Smith reconhece que pregões são comunidades nas quais competições agonísticas e incertezas são geradas. Este é um contexto no qual os participantes não sabem o que esperar dos outros, nem de si mesmos. No leilão, a incerteza é a norma. São inúmeros os imponderáveis que poderão agir sobre os interessados (Smith, 1990: 58). Portanto, o leilão é, intrinsecamente, uma situação de contínua tensão, que resolve e cria incertezas e ambigüidades, tensão esta que atravessa, por inteiro, todo esse processo de venda.

Partindo destas formulações abrangentes de Smith sobre o leilão, nosso objetivo é enfocar um tipo específico de pregão, o de “obras de arte”, como um longo e mediado processo de transformação simbólica, produzido pelas ações coletivas de “redes de cooperação” (Becker, 1977), formadas por indivíduos que realizam atividades sistemáticas de compra e venda neste mercado, e que dominam o código classificatório das peças, e os encaminhamentos pelos quais as definições de identidades dos objetos são feitas, ou negadas, para o conjunto da sociedade.

Na construção deste “mundo” (Becker, 1977) dos leilões de “obras de arte”, revelam-se as possibilidades de ressignificação existentes no “sistema de arte e cultura” (Clifford, 1992), definido como um campo de significações e instituições, um sistema ideológico institucional, aberto e fluido, que, operando com discriminações poderosas, feitas em momentos específicos, constitui um sistema geral de objetos, no qual artefatos valorizados circulam e fazem sentido (Clifford, 1992: 145-147)⁴. Nosso argumento é que o pregão é uma das principais mediações, pelas quais reclassificações de objetos são processadas, ou invalidadas, sendo o acompanhamento dos leilões de “objetos de arte”, ao longo do tempo, um caminho estratégico para compreendermos como uma sociedade opera este “sistema de arte e cultura”, numa dada época de sua história.

Compondo este “mundo” dos leilões de obras de arte, em primeiro lugar existe um “centro”, do qual participam o promotor do leilão, o leiloeiro, e as suas respectivas “equipes”, e os “compradores profissionais” (Smith, 1990)⁵.

Nos termos de Goffman (1975) e Becker (1977), eles são uma grande “equipe”, ou uma rede de cooperação, com divisão de tarefas. Suas ações coletivas são responsáveis pela criação deste “mundo” (Becker, 1977: 219-220).

Os integrantes do “centro” mantêm longas e complexas relações comerciais e sociais, participam de um mesmo “circuito”⁶ de pregões, e usam o seu “conhecimento” de uma forma expressiva, como um sinal diacrítico de sua identidade “nativa”, além de compartilharem a concepção de valor dos objetos que perseguem (Smith, 1990: 68-70). Para eles não há dúvidas sobre a qualidade de membro do grupo.

Para os participantes do leilão pertencer a este “centro” significa controlar os seguintes pares de categorias, que norteiam sua participação no pregão: “conhecimento”/ “desinformação”, “confiança”/“suspeita” e “autenticidade”/ “falsidade”.

Ser membro deste grupo capaz de criar o “mundo” dos leilões, é ter um “conhecimento” das convenções que estruturam esta forma de ação coletiva, vale dizer, das formas típicas de sociabilidade do meio, do código utilizado por seus integrantes para a sua comunicação cotidiana, e dos princípios formais e informais que organizam esta atividade.

Este “conhecimento” inclui as informações sobre as histórias de vida dos interlocutores, as posições que eles ocupam atualmente nas redes de cooperação, as áreas de “conhecimento” sobre as peças nas quais eles se especializaram, suas preferências e o universo social no qual transitam, ou seja, as redes de compradores e vendedores às quais eles possivelmente têm acesso.

Esse “conhecimento” também refere-se ao domínio do código de classificação dos objetos, estabelecendo as distintas categorias, e a posição dos objetos nelas, isto é, sua importância enquanto “obra de arte”, e sua cotação atual no mercado. Este “conhecimento” é fruto de um longo aprendizado, que nos remete a análise de Ginzburg (1989) sobre o paradigma indiciário enquanto uma modalidade específica de apropriação e de transmissão de formas de saber “mais ricas do que qualquer codificação escrita”, baseadas em sutilezas não formalizáveis, e ligadas à experiência cotidiana⁷.

Esta experiência de decifrar pistas, a capacidade de, partindo de dados supostamente negligenciáveis, remontar uma realidade complexa (Ginzburg, 1989: 152), capaz de singularizar o “objeto de arte”, está vinculada à criação de um sistema qualitativo de deciframento de códigos, transmitidos através de vivências, e relações altamente individualizadas, baseadas na “confiança” e no “segredo”.

A este complexo “conhecimento” de pessoas e de objetos opõe-se a “desinformação”, que significa a falta de referenciais sobre as pessoas que atu-

am no “centro” do “mundo” dos pregões e sobre os objetos que elas compram e vendem no leilão.

A segunda polaridade evidencia a discussão “confiança”/“suspeita”. Os compradores e vendedores de “obras de arte” mantêm longas associações entre si. Há um vínculo de “confiança” entre os fornecedores de “obras de arte”, que devem garantir sua procedência, qualidade e preço a ser pago, e os seus clientes habituais. A longo prazo, os comerciantes muitas vezes acabam desempenhando um papel de orientadores, “educando” seus compradores, dando-lhes “conhecimento” das convenções deste “mundo”.

O mercado de “obras de arte” é o contexto no qual grande parte das transações acontece informalmente, tendo as decisões públicas explicitadas nos leilões como um dos seus mais importantes referenciais. Muitas vezes, “coleccionadores” e vendedores preferem o anonimato. Desta forma, a procedência, e/ou o destino do objeto, devem ser ocultados, pelo menos temporariamente, do público. Comerciantes guardam para si suas redes de fornecedores e de compradores, para não ser atravessadas pela concorrência. Assim, a “confiança” está ligada ao “segredo”⁸.

A “suspeita” está ligada à atuação de vendedores e de compradores, que podem criar problemas para as redes de cooperação que viabilizam este “mundo”, por não pagarem os preços acordados nos prazos estipulados, por colocarem no “circuito” peças “duvidosas” quanto à origem - fruto de roubo ou com sua propriedade sob contestação - ou a “autenticidade” - peça falsificada -, comportamentos estes capazes de destruir toda credibilidade que o “mundo” dos leilões deve ter - inclusive um leiloeiro tem “fé pública” - , para poder funcionar como instância legítima de decisões sobre a identidade social do objeto e de seus possuidores.

Portanto, nos termos de Mauss (1979), esta “confiança” é uma linguagem, uma ação simbólica, através da qual as relações entre compradores e vendedores solidificam-se, tornando possível uma cooperação ao longo dos anos. Através da “confiança” podemos perceber a expressão dos grupos de aliança, que atravessam o mercado de “obras de arte”, dando-lhes condições de estabilidade, para que ele possa funcionar.

A questão da “autenticidade” vem sendo discutida por autores como Trilling (1971), Handler (1986, 1988), Gonçalves (1996, 1998), Clifford (1998, 1992, 1988), Stewart (1994), e outros. A noção de “autenticidade” enquanto um “artefato cultural produzido no contexto da moderna história cultural do Ocidente” (Gonçalves, 1996: 60), deve ser entendida como “uma busca de integridade pessoal e coletiva, em oposição a uma situação dramaticamente

marcada pela incoerência, pela fragmentação, e pela descontinuidade” (Gonçalves, 1996: 60).

Para Stewart (1994), com o desenvolvimento da cultura em uma economia de mercado, a busca da experiência “autêntica” e, correlativamente a busca do “objeto autêntico”, tornam-se cruciais. Como a experiência humana vai tornando-se cada dia mais mediatizada e abstrata, a relação do corpo com o mundo fenomenológico é substituída por um mito nostálgico do contato e da presença. A experiência “autêntica” é sentida como evasiva (indefinível) e alusiva, remetendo-se a um plano além da experiência vivida no presente, num espaço no qual o antigo, o pastoral, o exótico, e outros domínios fictícios são articulados (Stewart, 1994: 133). A percepção do presente é a de um tempo muito impessoal, indistinto (como um vulto vago e ameaçador) ou alienado, comparado com a experiência íntima e direta de um passado anterior à ordem capitalista. Neste contexto presente, então, a “autenticidade” é fundamental, sendo objeto “autêntico” aquele visto como dotado do poder de permitir-nos, nostálgicamente, recuperarmos uma experiência de completude, integração, e coerência que, supostamente teria marcado aquele passado (Stewart, 1994: 139)¹⁰.

Esta distância deste passado idealizado é sentida como uma “perda”, e passa a ser dotada de significação, criando um permanente e insaciável desejo por uma realidade que jamais poderá ser trazida de volta (Stewart, 1994). Assim, “é o distanciamento dos objetos no tempo e no espaço que os transforma em ‘objetos do desejo’: objetos ‘autênticos’, que merecem ser buscados e resgatados como parte representativa de um patrimônio cultural ou de uma tradição” (Gonçalves, 1996: 25), isto é, parte de uma identidade coletiva e/ou individual.

A “autenticidade” enquanto construção de um presente inventivo (Clifford, 1992: 146) diz respeito às classificações nativas das peças como sendo dotadas de atributos socialmente importantes, para estas redes de cooperação (Becker, 1977) que viabilizam, com suas ações coletivas, o leilão de “objetos de arte”. Segundo Gonçalves (1996), objetos culturais adquirem relevância porque podem ser entendidos como partes de um “sistema de objetos” (Baudrillard, 1968), “cujo papel no processo de formação de identidades de grupos e categorias sociais” (Gonçalves, 1996: 22) merece ser destacado.

Deste modo, através dos objetos culturais são feitas afirmações sobre identidades individuais e/ou coletivas, garantindo o pertencimento dos indivíduos a tais ou quais grupos. Enquanto uma linguagem, estes objetos, classificados e hierarquizados a partir de critérios valorativos arbitrários, que uma

determinada comunidade estabelece como os “corretos”- num código cujo “conhecimento” é emblemático do pertencimento social -, desempenham um papel expressivo extremamente importante. Saber identificá-los acertadamente significa posicionar-se em um dos pólos das alteridades acima explicitadas, reforçando uma oposição com uma identidade socialmente desvalorizada.

Ora, a categoria objeto “autêntico” só faz sentido em oposição ao objeto “falso”, aquele produzido por este presente de experiências “insatisfatórias”, e, portanto, destituído da capacidade de nos ajudar a superar a distância espacial ou temporal, que nos separa de uma realidade imaginada como coerente, integrada e harmoniosa, ou seja, uma experiência que nega a atomização do presente, e recupera a integração homem/natureza e homem/sociedade.

É a classificação do objeto como “autêntico” que cria o “falso”, e a “cópia”, o “pastiche”, ou o objeto de reprodução ilimitada ou não autorizada ¹¹. Se é através da mediação correta - o objeto “autêntico” - que uma identidade socialmente valorizada afirma-se publicamente, em uma disputa, os integrantes do “centro” empenham-se, agonisticamente, em uma atividade contínua de “distinção” (Bourdieu, 1979), de controle sobre o “conhecimento” de um código, pelo qual a “obra de arte” leiloadada adquire um significado específico, para um determinado grupo, único capaz de separá-la da massa de bens culturais, oferecida para os “desinformados”.

Esta capacidade discriminatória vai tornar-se cada vez mais elaborada, tendo em vista que a demanda por objetos “autênticos” vai transformá-los em itens extremamente valorizados no mercado de “obras de arte”. A procura por objetos “autênticos” insere-os em uma economia de mercado, faz seus preços subirem, e transforma a produção de “falsificações”, o roubo, e o contrabando em rentáveis negócios. É uma afirmação constante, neste “mundo” de leilões de “obras de arte”, serem os pregões um excelente veículo para a colocação/recolocação de obras “falsas” no mercado, verdadeiros escoadouros de objetos sujeitos à contestação quanto a sua procedência, “qualidade” e autoria.

Portanto, a ameaça do objeto “falso” torna-se uma preocupação constante - e uma acusação terrível - para os integrantes do “centro”, pois sua identidade social está em jogo, podendo ser desacreditados frente a seus pares, na competição pública, ou na exibição privada do bem adquirido.

Este contraste com o “centro”, um outro conjunto não economicamente negligenciável para os comerciantes, que os estimam como responsáveis por cerca de vinte por cento do movimento do mercado - formam uma “periferia”¹². Esta parcela de compradores e de vendedores eventuais em leilão desconhece as convenções que organizam o meio, acompanha precariamente as ações

coletivas da redes de cooperação, mantendo relações bastante esporádicas com os integrantes do “centro”, e não domina o código classificatório das peças. Em suma, eles não detêm o “conhecimento”, sendo incapazes de avaliar a “autenticidade” da peça e do seu preço “justo”, e de estabelecer as duradouras relações de “confiança” vitais para este mercado.

Os participantes do pregão movem-se em um “mundo” de grande ambigüidade, visto que o leilão é um espaço liminar, no qual dúvidas e incertezas quanto ao valor, à propriedade, e à classificação dos objetos devem ser resolvidas (Smith, 1990). O pregão é, então, um longo e diversamente mediado processo, que desdobra-se em quatro fases interdependentes, por meio do qual ocorre a transformação de alguns objetos (de coleções, ou integrantes de equipamentos domésticos, etc.), oferecidos como “mercadorias”, em objetos de coleção e acervos museológicos. Nessa instância de circulação e ressignificação de objetos, marcada que é pelo caráter liminar, indeterminado, misturam-se objetos “autênticos” e “inautênticos”, sendo, portanto, a “suspeita” quanto à “mercadoria” que um leilão oferece um dado estrutural.

Face a esta indeterminação estrutural do leilão é que categorias como o “conhecimento”, a “confiança” e, sobretudo, a “autenticidade” adquirem sua importância. O domínio destas categorias distribui, concêntrica e hierarquicamente, os participantes do pregão em “centro” e “periferia”. Os “compradores profissionais” – em especial o “coleccionador” e o comerciante – ocupam as posições hierarquicamente mais importantes, uma vez que seu “conhecimento” desempenha um papel fundamental na autenticação das peças oferecidas, neste “mundo” ambíguo, reclassificando-as como “objetos de arte”.

O processo de montagem de um leilão começa com a “captação” das peças. A “captação” é o começo do longo processo de reclassificação dos objetos em “objetos de arte”. Ela compreende a seleção das peças, feita pelo comerciante promotor do leilão, a partir de suas relações de “conhecimento” e de “confiança”. Em seguida, estas peças vão passar por uma “descrição” – mediação fundamental de reclassificação – que consiste na sua inclusão, em uma das categorias socialmente significativas para o mercado de “objetos de arte”, explicitando-se a autoria da obra, as características que a tornam representativa de um certo estilo estético, sua data de fabricação, o material utilizado para sua criação, e todos os dados considerados relevantes para a definição de sua identidade como “obra de arte”, inclusive terem feito parte da coleção de um integrante do “centro”. Esta “descrição” resulta na produção de um catálogo, que é a listagem completa de todos os objetos oferecidos à venda, agora denominados “lotes”, em ordem numérica, com a descrição das peças elaboradas pelos

funcionários do promotor do leilão. A “descrição”/elaboração do catálogo é uma etapa do processo de “captação”, que culmina na “exposição” das peças para o público.

Na “exposição”, os visitantes avaliam o potencial da casa de leilão, pelos “objetos de arte” que o promotor do pregão consegue captar, comparando-a com “exposições” anteriores da mesma casa, e com as passadas e atuais dos concorrentes. De acordo com a classificações dos integrantes do “centro” sobre as categorias e qualidade das peças apresentadas, infere-se o provável perfil do público adquirente, em termos de “conhecimento” e da disponibilidade financeira. Toda “exposição”, enquanto vitrine de leilão, é um chamariz para futuras “captações”.

Da mesma forma, a “arrematação” é fundamental para a futura “captação”. Nesta etapa, registra-se a capacidade da casa de reunir um público disposto a pagar preços, que o mercado considera “bons”, pelos objetos oferecidos. Este é o tipo de informação que corre rápido no mercado. Se o “conhecimento” dos objetos é um longo aprendizado, a informação sobre o preço final de uma dada obra no leilão é sabida de imediato. Desta forma, a “arrematação” fornece critérios para decisões futuras, sobre onde tentar vender o que.

O “recebimento” é igualmente importante para a “captação”, conseguir que todos os arrematantes paguem integralmente suas aquisições, na semana posterior à “arrematação”, quitar as contas relativas ao custo de montagem do leilão, e remunerar corretamente os comitentes-vendedores¹³, é essencial para a permanência da casa de leilões no mercado. Portanto, acertar todos os negócios, rapidamente, influi, ao criar uma fama de “boa pagadora” para a casa, o que tem repercussão imediata no mercado, em toda a possível rede de “captação” que um promotor de leilões pode acionar.

Na “captação” a seleção inicial operada pelo promotor do leilão, ao aceitar ou rejeitar objetos oferecidos, inicia a possibilidade de reclassificação de alguns deles. Este primeiro momento vai ser confirmado, ou não, pela “descrição”, na qual aspectos fundamentais do mercado de “objetos de arte” vêm à tona. Esta etapa evidencia a questão do “conhecimento” acumulado, e suas possibilidades de construção. Esta é uma mediação fundamental no trabalho de transformação dos objetos, que desdobra-se na elaboração do catálogo, e prossegue na fase da “exposição”. Na “descrição” a “autenticidade” do objeto começa a tornar-se “visível”¹⁴. Na “descrição” temos o início da explicitação do paradigma indiciário (Ginzburg, 1989).

Como desdobramento da “descrição”, temos a elaboração do catálogo, mais uma etapa da transformação dos objetos em “objetos de arte”, da

explicitação do paradigma indiciário, demonstrando o “conhecimento” do promotor do leilão, documentando sua capacidade de “captação” de peças “autênticas”, e a “confiança” que se pode depositar na casa de leilão. Nesse “mundo” estruturalmente ambíguo, existem dois tipos de catálogo. Há aquele no qual a casa de leilão responsabiliza-se pela “descrição” das peças, manifestando a autoridade do seu “conhecimento”, responsabilizando-se pela “autenticidade” e “descrição” delas. No outro tipo isto não ocorre, a “descrição” dos objetos não traz as informações necessárias para a caracterização das peças – portanto, a “autenticidade” do objeto continua “invisível”, e o paradigma indiciário permanece um “segredo” – e é tratada como “matéria de opinião”. Neste caso, o catálogo não tem papel de legitimação das peças oferecidas, reduzindo-se a uma listagem de objetos “autênticos” e “inautênticos”. Assim, apenas os “compradores profissionais”, que dominam o paradigma indiciário, compram com segurança nestes leilões, pois a incerteza quanto à “autenticidade” dos objetos é a regra.

Para os “compradores profissionais” a “exposição” é o momento de atualização do seu “conhecimento”. Se para eles o catálogo é mais um instrumento para localizar as peças captadas, agora “lotes”, isto é, saber em que noites elas serão oferecidas ao público, do que documentos de “descrição” das mesmas, a “exposição” é o momento no qual seu “olho”, categoria nativa que resume a explicitação sensorial da “concretude da experiência” (Guinzburg, 1989: 167), reconhece os indícios que permitem definir a “autenticidade” da obra. Para eles, a “exposição” pública dos objetos é o contexto no qual seu domínio do paradigma indiciário será exercido.

Na “exposição”, a atuação da equipe promotora do leilão prepara a “arrematação”, encaminhando os “compradores profissionais” para peças que são sabidamente do seu agrado, expressando um “conhecimento” do que cada um está disposto a adquirir, saber este que é fruto das longas e estáveis relações entre os compradores e vendedores.

Por outro lado, este é o momento no qual os adquirentes elaboram suas estratégias de compra, e é o início da competição entre os compradores, que vai chegar ao paroxismo na “arrematação”. Alguns “coleccionadores” evitam estar presentes na “exposição”, para que seu interesse não seja registrado, e futuramente manipulado, até pelos vendedores das peças, entre outros. É a relação de “confiança” com o promotor do pregão que permite sua visita em “segredo”, antes que o público tenha sua entrada franqueada na “exposição”.

Na “exposição”, o “olho” deve, rapidamente, discernir, recortar, examinar, o objeto do desejo, sem grande demonstração de “interesse”, pois os

comportamentos, tanto quanto as peças, são registrados pelos integrantes do “centro”. O “comprador profissional” deve saber “manter o controle” tanto na “exposição”, quanto na “arrematação”, para que os rivais, ou os que precisam fazer subir os preços das “obras de arte”, não possam aproveitar-se de um descuido de alguém do “centro”¹⁵.

A “exposição” pública, enquanto mediação do processo de transformação das peças, ao exibir os objetos, revela não só o domínio do paradigma indiciário do promotor do pregão, e a rede de fornecedores que ele consegue mobilizar, na “captação”, explicitando sua posição atual no “mundo” dos leilões, mas também aciona o “conhecimento” dos “compradores profissionais”, que, nesta fase, finalmente, têm acesso aos objetos, procurando indícios de “autenticidade”, com seu “olho”, para complementar ou desautorizar a “descrição” feita no catálogo. A “exposição” também tem sua dimensão privada, pois a partir dela, os interessados podem examinar “invisíveis” os “lotes”, sozinhos com funcionários da casa, portanto, em “confiança”, exercitando sua capacidade discriminatória do seu “conhecimento”, separando as peças “autênticas” das “inautênticas”, e verificando seu estado de conservação.

A “arrematação” é a etapa na qual a equipe da casa de leilão descobre se o seu trabalho nas fases de “captação” e de “exposição” vai produzir os resultados esperados, isto é, se os “lotes”, postos, por ela, em circulação no mercado, serão adquiridos pelos possíveis compradores. Para estes, a “arrematação” é a hora na qual vão saber se são capazes de obter as peças visadas, em disputa pública, com seus concorrentes.

Para compradores e vendedores, a “arrematação” é uma situação dramática (Smith, 1990; Goffman, 1975), envolvendo uma grande expectativa para todos, na qual ocorre a articulação dos interesses de uma “equipe” maior, formada pelos comitentes-vendedores, pela “equipe” da casa de leilão, e pela do leiloeiro, por um lado, e o conjunto de “compradores profissionais”, compondo sub-grupos, ou agindo individualmente.

Nesta fase, a autenticação das peças seria decorrente da disputa entre os compradores. A sucessão de “lances” seria um critério público de garantia, legitimando a classificação/reclassificação do objeto, da “mercadoria” apregoada, em “objeto de arte”. Contudo, neste contexto estruturalmente marcado pela ambigüidade e pela incerteza, tal indicador público deve ser consideravelmente relativizado. Ocorrer “lances” não impede a “suspeita” quanto aos interesses que eles expressam. Os integrantes do “centro” têm “conhecimento” de que há uma pluralidade de motivações responsáveis pela existência de “lances”, por conseguinte, os “lances” não separam os objetos “autênticos” dos “inautênticos”

Comerciantes, que possuem peça semelhante, lançam para proteger sua “mercadoria”, impedindo que o “lote” seja vendido por um preço muito baixo, desvalorizando o objeto que possuem em seu estoque. Comitentes-vendedores também fazem ofertas, nas suas próprias peças, para provocar uma alta no preço final da “arrematação”, o que vai beneficiá-los no “recebimento”. Rivais podem participar do pregão, para que o “lote” saia por um preço acima do previsível, prejudicando seus oponentes, ao obrigá-los a gastar bem mais do que seria “razoável”, pelos padrões de mercado. A “periferia” pode disputar objetos no pregão, arrematando-os. Porém, as compras feitas pela “periferia” não são consideradas. Ela não tem “conhecimento” para participar, legitimamente, deste processo de definição de categoria e preço das peças. Como ela não domina os códigos que expressam, controlam e viabilizam o “mundo” dos leilões, não pode escorar seus “lances” individuais nas deliberações coletivas, dos participantes do “centro”. Leiloeiros podem jogar com a “parede”, isto é, simular ofertas na sala, inventando uma disputa, e puxando os preços para cima.

Contudo, o mais importante fator de desestabilização da conduta de compradores na “arrematação” está no “descontrole” que a disputa pública pode gerar. Num leilão, os compradores estão em uma “interação dramática”, marcada pela imprevisibilidade, na qual são expressos e disputados valores básicos, como o “conhecimento”, a “confiança”, e a “autenticidade”, os “lotes” servindo como mediações, nas competições nas quais os “compradores profissionais” engajam-se, direta ou indiretamente. É por escolher e obter o objeto “autêntico”, que eles dão viabilidade às suas identidades no mercado de “obras de arte”. Ora, os “objetos do desejo” – intensamente procurados como metonímias de uma experiência de completude, integração e coerência, que jamais poderá ser trazida de volta, expressões, portanto, de uma distância, e da impossibilidade de superação da alteridade com a vivência atual – em um confronto público, pela afirmação de uma identidade socialmente valorizada, podem levar o comprador a deixar-se arrebatado e, impulsivamente, endividar-se além da conta, tanto mais que o dinheiro está como que embebido (Polanyi, 1980) nas motivações que impulsionam os contendores, num momento estratégico no qual são tematizadas as principais questões e inquietações dos integrantes do “centro”. Como na briga de galos (Geertz, 1978), a luta pela supremacia social frente a seus pares, através de um elaborado código simbólico, pode subordinar as considerações econômicas à afirmação da individualidade privilegiada.

Em princípio, a “arrematação” deveria encerrar o longo e mediado processo de transformação simbólica das peças, iniciado na “captação”. O “recebimento” seria, então, apenas a última etapa da formalização do “lance” vencedor na “arrematação”, quando o dinheiro vai ser trocado pelo signo puro, a “obra de arte”, ou seja, a transformação do valor econômico em valor signo, numa operação suntuária de consumo, em uma comunidade virtual de pares (Baudrillard, 1972: 129-131). “Fechar” o leilão seria receber o pagamento integral dos “lotes” arrematados, pagar as comissões da casa e do Leiloeiro Público, impostos, e despesas e encargos da “captação”, da “exposição” e da “arrematação”, e os comitentes-vendedores.

Mas o “recebimento” é uma etapa do leilão que representa problemas relativos ao “conhecimento” e à “confiança” dos compradores em geral. Entre a “arrematação” e o “recebimento”, que pode acontecer até 48 horas após o pregão, existe uma margem de incerteza, quanto ao comportamento do comprador, impossibilitando a conclusão do processo de ressignificação das peças.

A “exposição” e a “arrematação” sucedem-se mediante a criação de um tempo e de um espaço destacados das preocupações cotidianas (Smith, 1990), de uma instância liminar, autoreferente em termos de tempo e de espaço, um mundo à parte, isolado das pressões e urgências da vida cotidiana, estimulando gastos suntuários. No “recebimento”, a temporalidade da vida cotidiana retorna para os participantes do pregão. O envolvimento na dinâmica da “arrematação”, “pura adrenalina” para alguns, não existe mais. Como o anti-climax, o “recebimento” é uma etapa do pregão já de volta à realidade prosaica do dia a dia. Por isso, para muitos promotores de leilão, esta é a fase mais penosa do processo: receber o dinheiro dos compradores.

Há os “indecisos crônicos”, cujas hesitações podem vir à tona na própria “arrematação”, indo examinar, mais uma vez, a peça, após haverem vencido a disputa, e que titubeiam, inseguros quanto a sua “autenticidade” ou a sua “qualidade”. Existem os que descobrem problemas de conservação no “lote”, e tentam desfazer o negócio. Enfim, há toda uma gama de problemas, o que pode implicar em impasses, na hora do pagamento da peça. “Desistências” não são raras, por dúvidas quanto à “autenticidade”, “qualidade”, estado de conservação do objeto, ou até por impossibilidade de honrar o compromisso econômico. Desta forma, o “recebimento” também é marcado por ambigüidades e incertezas¹⁶.

Com a “arrematação” e o “recebimento” conclui-se o longo mediado processo pelo qual os objetos são transformados simbolicamente. Desde a “captação” vários objetos vão sendo encaminhados para este espaço liminar, que é o

pregão, no qual apenas alguns deles vão sendo paulatinamente legitimados como “autênticos”, através de decisões coletivas dos “compradores profissionais”, detentores do “conhecimento”. Leilões não existem apenas para atender à demanda de integrantes do “centro”. Parte do público da “arrematação” está adquirindo objetos, que continuam classificados como peças de equipamento doméstico, e que são colocados em circulação, no pregão, juntamente com objetos colecionáveis.

É justo neste contexto de mistura, de tantas incertezas e ambigüidades, onde o risco do objeto “inautêntico” é uma ameaça constante para os arrematantes, que uma sociedade opera as transformações do “sistema de arte e cultura” (Clifford, 1992). O leilão é, assim, uma instância protegida pelo “segredo” e pela “confiança”, pela qual a dinâmica do mercado de “objetos de arte” viabiliza-se, incorporando peças anteriormente classificadas em outras categorias não socialmente valorizadas, até então, pelos integrantes do “centro”, ou reafirmando sua identidade como objetos colecionáveis, ao proceder a passagem do “lote” de uma coleção para outra, privada ou pública. Com a seleção da “captação”, a “descrição” e elaboração do catálogo, a “exposição”, a disputa na “interação dramática” da “arrematação”, e a quitação do “lance” vencedor no “recebimento”, algumas dessas peças têm seu processo de autenticação legítima e publicamente afirmado pelos indivíduos socialmente considerados qualificados para fazê-lo.

Roberto de Magalhães Veiga é Professor da PUC-Rio

Notas

★ Comunicação apresentada na V Jornada de Pesquisadores em Ciências Humanas da UFRJ, outubro de 1999.

1. Por “objetos de arte” os participantes destes leilões entendem o conjunto heteróclito

de peças, tidas como dotadas de sinais socialmente valorizados, ligados a sua “autenticidade”, “qualidade” e “autoria”, de acordo com a tradição classificatória que foi sendo construída no ocidente europeu, a partir do século XVI.

2. Estamos usando leilão, pregão e hasta pública como sinônimos.

3. “Lance” é a oferta feita por um comprador na disputa pública realizada na “arrematação”. O indivíduo pode não estar presente na sala onde o pregão é realizado, e deixar, por escrito, “lance prévio”, ou participar, por telefone, na hora da disputa.

4. Este “sistema” opera com eixos horizontais e verticais e quatro zonas semânticas entre eles: a zona da obras-primas autênticas, a zona dos artefatos autênticos, a zona das obras-primas inautênticas, a zona dos artefatos inautênticos. Para o autor, a maioria dos objetos, sejam velhos e novos, raros e comuns, familiares e exóticos, podem ser localizados em uma destas zonas, ou, ambigualmente, em trânsito entre duas zonas (Clifford, 1992: 145-147).

Os exemplos são inúmeros, Objetos de “cultura etnográfica”, como máscaras rituais, utilizadas em cerimônias específicas em dadas sociedades, são descontextualizados e podem ser ressignificados como objetos colecionáveis, da mesma forma que brinquedos de criança, da primeira metade do século XX – soldadinhos de chumbo entre outros – também passam a ser disputados como peças de coleção. Objetos “turísticos” podem ser reclassificados, assim como grafite das ruas, sendo ambos autenticados como expressões de um “contexto cultural” e, podendo até, posteriormente, serem transformados em manifestações de “arte”. Objetos “religiosos” podem ser ressignificados como “arte” ou como “artefato etnográfico”, assim como utensílios de equipamentos doméstico serem relidos como *design*. Objetos anteriormente classificados como “objetos de arte” também estão sujeitos a esta dinâmica, passando a serem considerados menos em termos de categorias estéticas e mais como exemplares históricos de um dado período, caso no qual Clifford inclui as obras impressionistas transferidas para o museu do século XIX, na Gare D`Orsay, no qual foram contextualizadas como parte de um “período” histórico cultural, marcado pelo urbanismo emergente e pela tecnologia (Clifford, 1992:47).

5. Basicamente, o “centro” é composto pelo leiloeiro, por comerciantes, que organizam pregões, compram e vendem neles, e por “coleccionadores”. Para a discussão sobre o “coleccionador” ver Stewart (1984), Pomian (1993,1987), Clifford (1992), Gonçalves (1996) e Veiga (1998).

6. Fazemos uso da noção de “circuito” tal como entendida por Magnani (1996) para quem “a noção de circuito, que une estabelecimentos, espaços e equipamentos caracterizados pelo exercício de determinada prática ou oferta de determinado serviço, porém não contíguos na paisagem urbana, sendo reconhecidos em sua totalidade apenas pelos usuários” (Magnani, 1996: 45).

7. “As formas de saber mais ligadas à experiência cotidiana – ou, mais precisamente, a todas as situações em que a unicidade e o caráter insubstituível dos dados são, aos olhos das pessoas envolvidas, decisivos... Trata-se de formas de saber tendencialmente *mudas* – no sentido de que, como já dissemos, suas regras não se prestam a ser formalizadas nem ditas. Ninguém aprende o ofício de conhecedor ou de diagnosticador limitando-se a pôr em práticas regras preexistentes. Nesse tipo de conhecimento entram em jogo (diz-se normalmente) elementos imponderáveis: faro, golpe de vista, intuição”. (Ginzburg, 1989: 178-8, grifo do autor).

8. A respeito do “segredo”, enquanto forma de individualização das relações sociais, remetemo-nos ao texto de Simmel (1991)

9. De acordo com o artigo 35, do Decreto 21.981/32:

“As certidões ou contas que os leiloeiros extraíram de seus livros, quando estes se revestiram das formalidades legais, relativamente à venda de mercadorias ou de ou de outros quaisquer efeitos que pela lei são levados a leilão, tem fé pública”.

10. Comparar com a análise do “romantismo anticapitalista”, em suas várias facetas (Löwy e Sayre, 1993).

11. Esta oposição “autêntico”/“inautêntico” é bastante mediada. Há desde objetos “autênticos”, mas póstumos, como gravuras impressas após a morte do artista, usando as chapas originais, e que não têm o mesmo valor de mercado do que as feitas pelo próprio, ou aqueles cuja “autenticidade” foi ameaçada por restaurações “equivocadas”, passando por reproduções não autorizadas de esculturas, por fundidores que trabalhavam para o artista, oficialmente não numeradas nem assinadas, até as cópias de “obras de arte” consagradas, feitas por contemporâneos do autor, numa época em que não existiam as técnicas atuais de reprodução, para atenderem a demandas específicas, sem qualquer intento de fraudar o destinatário, mas que, depois de um ou dois séculos, podem ser “promovidas” pelas mediações de “sistema de arte e cultura” – o que também pode acontecer com obras de falsificadores considerados “geniais” (Veiga, 1996).

12. A “periferia” é composta por um público bastante heterogêneo de compradores eventuais, desde os que conseguem peças “autênticas” para a decoração de suas casas, passando pelos que adquirem “móveis usados”, até os que arrematam objetos “inautênticos” (para uma caracterização mais detalhada Veiga (1998).

13. Este é o termo contratual pelo qual é designado o indivíduo que coloca seus objetos à venda em uma casa de leilão.

14. Para a discussão “visível”/ “invisível” ver Pomian (1987).

15. Benjamin (1993) comenta esta questão do controle.

16. Se, de acordo com o contrato assinado, na noite de “arrematação”, o comprador sujeita-se à perda do sinal já pago pelo “lote” nesta ocasião – e alguns, em “confiança”, nem este acerto fazem, reservando-se a possibilidade de quitarem todos os seus débitos, de uma só vez, apenas no “recebimento”-, isto não altera, em nada, a nossa questão: o objeto, ao ser recusado, no último minuto da undécima hora, não é reclassificado e, o que é pior, foi exposto publicamente, não sendo aceito.

Referências bibliográficas

- BAUDRILLARD, J. Pour une critique de l'économie politique du signe. Paris: Gallimard, 1972.
- _____. "O sistema não funcional ou o discurso subjetivo". In: *O sistema dos objetos*. São Paulo, SP: Perspectiva, 1968, pp.81-116.
- BECKER, H. "Arte como Ação Coletiva". In: *Uma teoria da ação coletiva*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar Editores, 1977, pp. 205-222.
- BENJAMIN, W. "A Obra de Arte na era de sua reprodutibilidade técnica". In: *Walter Benjamin – obras escolhidas*. São Paulo, SP: Brasiliense, 1993, pp. 165-196.
- _____. "Desempacotando minha biblioteca: um discurso sobre o colecionador". In: *Rua de mão única. Obras Escolhidas. Vol.II*. São Paulo, SP: Brasiliense, 1993, pp. 227-235.
- BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo, SP: Perspectiva, 1974.
- _____. *La Distinction*. Paris: Les Editions de Minuit, 1979.
- BOURDIEU, P. e DARBEL, A. *L'amour de l'art*. Paris: Minuit, 1969.
- CASSADY, R. JR. *Auction and Auctioneering*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1967.
- CLIFFORD, J. *A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX*. José Reginaldo Gonçalves (org.). Rio de Janeiro, RJ: UFRJ, 1998.
- _____. "On Collecting art and culture". In: *Out There: Marginalization and contemporary cultures*. Edited by Russel Ferguson et alii. New York/Cambridge: The New Museum Contemporary Art/The MIT Press, 1992, pp.141-169.
- _____. *The Predicament of culture: twentieth-century ethnography, literature and art*. Cambridge: Harvard University Press, 1988.
- Código Comercial. São Paulo, SP: Editora Revista dos Tribunais, 1996.
- GEERTZ, C. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar Editores, 1978.
- GINZBURG, C. *Mitos, Emblemas, Sinais*. São Paulo, SP: Cia das Letras, 1989.
- GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1975.
- GONÇALVES, J.R.S. *A retórica da perda: os dois discursos do patrimônio cultural no Brasil*. Rio de Janeiro, RJ: Ed. UFRJ/IPHAN, 1996.
- _____. "Favor não tocar – reflexões antropológicas sobre museus e modernidade", Rio de Janeiro, RJ: mimeo, agosto, 1995.
- _____. "Museus, modernidade e representação do corpo". Rio de Janeiro, RJ: mimeo, 1994.
- _____. "Autenticidade, memória e ideologias nacionais: o problema dos patrimônios culturais". In: *Estudos Históricos*, 2 (1), 1988, pp. 264-276.
- _____. "Os Museus e a cidade". Mimeo, julho, 1994.
- HANDLER, R. "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.
- LÖWY, M. e SAYRE, R. *Romantismo e política*. Rio de Janeiro, RJ: Paz e Terra, 1993.

- MAGNANI, J.G.C. “Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole”. In: *Na metrópole: textos de antropologia urbana*. José Guilherme C. Magnani, Lilian de Lucca Torres (organizadores). São Paulo, SP: USP/Fapesp, 1996, pp 15-53.
- MAUSS, M. *Marcel Mauss: Antropologia*. Org. Roberto Cardoso de Oliveira. São Paulo, SP: Ática, 1979
- POLANYI, K. *A grande transformação*. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 1980.
- POMIAN, K. “Collections et musées (note critique)” In: *Annales*, 48^o Année, n^o 6, novembro-dezembro, 1993.
- _____. *Collectionneurs, amateurs et curieux*. Paris: Gallmard, 1987.
- SIMMEL, G. *Secret e sociedades secretas*. Strasbourg: Circé, 1991.
- _____. *On individuality and social forms*. Chicago/London: The University of Chicago Press, 1971.
- SMITH, C.W. *Auctions. The Social Construction of Value*. New York: The Free Press, 1990.
- STEWART, S. *On longing*. Baltimore/London: The John Hopkins University Press, 1984.
- TRILLING, L. *Sincerity and authenticity*. Cambridge: Harvard University Press, 1971.
- VEIGA, R. de M.. “Autenticidade e Perigo – Um Estudo sobre Leilões de ‘Objetos de Arte’ no Rio de Janeiro”. Rio de Janeiro, RJ: Tese Dout. defendida no PPGSA/IFCS – UFRJ, mimeo, 1998.
- _____. “Um autêntico fetiche”. *Cadernos Facha*, vol. 1, n^o 4, Rio de Janeiro, RJ, dezembro de 1996, pp. 58-72
- WARNIER, J.P. et alii. *Le paradoxe de la marchandise authentique*. Paris: L’Harmattan, 1994.

Resumo

O objetivo deste texto é discutir o papel que o leilão de “objetos de arte” desempenha dentro do “sistema de arte e cultura” e no qual se processa a reclassificação de objetos, transformando-os ou invalidando-os enquanto “objetos de arte”. A partir de um sistema arbitrário de classificação, que define historicamente determinados atributos como socialmente valorizados, o leilão de “objetos de arte” funciona, assim, como uma instância pública de confirmação ou contestação da “autenticidade” de objetos, orientando as decisões tomadas no mercado - formal ou informal - de “objetos de arte”.

Palavras-chave

Leilão, “objeto de arte”, “sistema de arte e cultura”, autenticidade, reclassificação.

Abstract

The purpose of this text is to discuss the role performed by “art objects” auctions inside a “art and culture system”, in which processes of reclassifications of objects are actualized, turning them into, or questioning them as “art objects”. By means of an arbitrary system of classification, that defines historically certain attributes as socially valid, “art objects” auctions work as a public instance of confirmation or contestation of “authenticity”, orienting the decisions that are made in the formal or informal market of “art objects”.

Key-words

Auction, “art object”, “art and culture system”, authenticity, reclassification.