



> A AGÊNCIA DE ALFRED GELL: EXÚVIAS E EFEITOS NO MUNDO DAS ARTES

MyLENE MizRAhi

> mylenemizrahi@gmail.com

Doutora em Antropologia Cultural

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro



RESENHA

Gell, Alfred.

Arte e agência.

São Paulo: Ubu, 2018

A publicação de *Arte e agência*, de Alfred Gell, 20 anos após o lançamento de sua edição original em inglês, é motivo de celebração. Com essa agradável edição em português, da editora Ubu, de manuseio prazeroso e convidativo, torna-se mais fácil levarmos a nossos alunos e ao público maior uma abordagem que não apenas revolucionou a Antropologia da Arte como o campo mais amplo da reflexão em torno das artes. Pois, desde a publicação de *Art and agency* a Antropologia contribuiu para falarmos em um “fim da história da arte”, como advogou Hans Belting para o ocaso da sucessão no tempo como meio de ordenação e discriminação dos movimentos artísticos (BELTING, 2003); para que a arte indígena fosse levada a sério pelo circuito hegemônico das artes contemporâneas, movimento para o qual Els Lagrou vem contribuindo de modo intenso (LAGROU 2018); permitiu pensar em uma chave artística contextos

imprevistos, como os mediados pela cultura *pop*, pela Indústria Cultural e pelo universo popular, como eu mesma venho fazendo para o universo recortado pelo *funk* carioca (MIZRAHI, 2014). Gell contribuiu assim para que a discussão em torno da arte deixasse a esfera do extraordinário, passando a ser mais do que nunca pensada como uma dimensão da vida cotidiana, um traço que mais comumente distinguiu as pesquisas conduzidas nos chamados “contextos etnográficos”, descritos notadamente como não ocidentais.

O autor faleceu logo após a conclusão de seu livro, sem ter tempo de presenciar sua publicação, nem tampouco rever ou introduzir seus capítulos e principais conceitos. Coube ao antropólogo Nicholas Thomas, seu importante interlocutor, produzir o prefácio ao livro, com o objetivo de apresentar um argumento não apenas complexo, do ponto de vista analítico e conceitual, mas de formulações e propostas altamente contraintuitivas. Gell, por sua vez, buscou mediar nossa apreensão de seu intrincado pensamento por meio de um texto ricamente ilustrado por exemplos tangíveis, tomados de empréstimo às artes ocidentais bem como às produzidas nos chamados contextos etnográficos, e permeado por fórmulas, tabelas e diagramas, com vias a traduzir esquematicamente as operações de extração de significado propostas pelo autor.

Nessa resenha apresentarei os capítulos do livro, tentando sintetizá-los com seus argumentos e conceitos principais. Ao mesmo tempo, não me furtarei de oferecer minha própria recepção ao texto e às propostas de Gell, também expressas em artigos que precederam a publicação do livro na Inglaterra.

No primeiro capítulo, “A definição do problema: a necessidade de uma antropologia da arte”, Gell apresenta sua tese geral, explicitando o tipo de teoria com a qual o leitor se deparará: uma teoria antropológica da arte que, como na melhor tradição da antropologia social, possui como entrada analítica fundamental as relações sociais. Dessa perspectiva, uma teoria antropológica da arte não consiste em uma teoria da arte já existente aplicada a um novo objeto. Nem tampouco deve se pautar pela busca da especificidade estética das diferentes culturas não ocidentais, uma empreitada que não se diferiria da história da arte, exceto pelo fato de que esta isolaria escolas e movimentos artísticos em vez de culturas por meio de suas estéticas. A antropologia da arte, defende Gell, deve se focar nos contextos relacionais nos quais o objeto de arte circula, é produzido e recepcionado. O objeto de arte não possui, portanto, valor intrínseco, mas seu valor deriva da matriz relacional na qual se insere. Ele é assim um agente social e ocupa o estatuto de pessoa em uma rede de relações causais articulada entre humanos e não humanos.

Ao formular sua teoria antropológica para os objetos de arte, Gell pensava e escrevia em um momento no qual buscavam-se caminhos alternativos às abordagens dualistas e baseadas na linguagem para se atingir o significado das *coisas*, como é possível ver ainda em contribuições como as de Daniel Miller (1987) e Arjun Appadurai (1986), dentre outros. E se o ponto em comum dessas novas abordagens disse respeito ao lugar analítico central outorgado às materialidades, Gell colocou a ênfase de seu modelo na agência, na intencio-

nalidade, na transformação. A arte com Gell forma um sistema, mas não em seu sentido estrutural, e sim como sistema de ação que possui o propósito de transformar o mundo. A arte é uma engrenagem de captura daqueles em sua vizinhança.

No segundo capítulo, “A teoria do nexo da arte”, Gell apresenta os elementos que compõem seu sistema de arte, já sinalizando que suas posições são móveis e seu significado é sempre relacional. Mais especificamente, apresenta seus “termos e relações”. A designação “objeto de arte” é substituída por “índice”, o que traz duas vantagens para o autor na formulação de seu argumento. De um lado, ele evita um enquadre analítico que entende como sendo mais próprio à sociologia da arte que, ao se definir a partir de contextos institucionalmente definidos como artísticos, emolduraria o objeto como exclusivamente “de arte”, enquadre que Gell quer a todo custo evitar. Como ele esclarece, seu interesse reside nos “integrantes de uma classe maior de índices de agência” (GELL, 2018, p, 43). De outro lado, a taxonomia “índice” o remete à operação cognitiva que ele designa como “abdução”, que consiste na inferência de agência de coisas supostamente inanimadas. O que lhe interessa, contudo, não é qualquer agência, mas a “agência social”, passível de ser inferida a partir de relações sociais específicas, que ele designa como “artísticas” [*art-like*], estabelecidas entre pessoas e coisas. A distinção entre “agência” e “agência social” pode ser atingida também a partir da diferenciação entre “acontecimento”, causado por um evento *natural*, sem a intervenção do homem, e “ação”, causado a partir da mediação humana.

As coisas passíveis de possuírem agência social são preferencialmente as fabricadas, produzidas pelo homem. Os artefatos, portanto. “Agente social” é aquele humano ou não humano capaz de perturbar o estado das coisas. Contudo, não sabemos o que é um agente antes de ele ter causado tal perturbação. O “artista” é aquele que produz o índice, tendo por imagem ou referência um “protótipo”. O “destinatário” é aquele a quem o índice, a princípio, se destina, o seu público.

Sinteticamente podemos dizer que o índice é o objeto material não natural que permite a inferência ou abdução de agência social produzido como representação de um protótipo. O índice pode ser um “agente secundário”, que medeia a agência de outrem, mas também um “agente primário”, quando inicia uma cadeia de relações causais. O índice indexa suas origens – o protótipo ou o seu criador – mas também seu destino. Mas, há, contudo, um último termo que desestabiliza todas essas definições, fazendo ver como elas são todas sempre relacionais. Trata-se do “paciente”. Todo agente supõe um paciente, e todo paciente supõe um agente. Aquele na posição de agente pode, em uma cadeia de relações causais, como Gell explorará mais adiante, ocupar em outro momento a posição de paciente, isto é, alguém ou algo que sofre a agência de alguém ou algo.

No terceiro e no quarto capítulos, o autor dedica-se a mostrar as diferentes relações possíveis de serem estabelecidas entre índice, artista, destinatário e protótipo. Em suas palavras, “uma teoria do tipo que está sendo desenvolvido aqui consiste basicamente em um dispositivo para ordenar e classificar o material empírico de que ele trata, e não em oferecer

generalizações” (GELL, 2018, p. 61). Em “O nexo da arte e o índice”, Gell explora, a partir de diferentes relações binárias, as variadas combinações que resultam da consideração dos quatro elementos que compõem o nexo da arte – artista, protótipo, índice e destinatário – ora na posição de agente, ora na de paciente. Ao mesmo tempo, explicita a “restrição básica” de seu modelo: a “centralidade do índice”. Desse modo, relações de agente e paciente que excluem o índice são logicamente possíveis, mas “ilegítimas”.

Em seguida, em “A involução do índice no nexo de arte”, Gell procede à análise de relações de agente e paciente que envolvem mais de dois termos, o que ele designa como estruturas arborescentes”. O seu ponto é mais propriamente demonstrar os múltiplos níveis possíveis das abduções de agência virem a ocorrer, o que ele faz por meio de “estruturas arborescentes mais complexas” ou menos complexas. Um objeto, como o “fetiche de pregos”, pode alternar, no processo de sua confecção, diversas vezes da posição de agente para a de paciente. O fetiche de pregos é uma “meada de relações”, é capaz de objetificar uma série de relações em uma única forma visível. É isso que o torna potente do ponto de vista da antropologia da arte, e não as avaliações esteticistas ocidentais que tenderam a ver nele uma “imagem do sofrimento”. Um outro exemplo, “Sra. Pankhurst”, de Mary Richardson, ou a “Vênus no espelho”, de Velázquez, esfaqueada por Mary Richardson, permite notar uma estrutura de relações agente/paciente formada pela duplicação de todos os quatro elementos do modelo: dois artistas, dois protótipos, dois índices e dois destinatários.

Gell dedica o quinto e o sexto capítulos às artes decorativas, trazendo em ambos desenvolvimentos de seu artigo “A tecnologia do encanto e o encanto da tecnologia” (GELL, 2005). Em “A constituição do índice”, o conceito de agência é refinado com a noção de “captação” [*captivation*], o que permite ao autor colocar em evidência os poderes do artista. Captação é o tipo de agência que Gell afirma privilegiar, aquela em que o espectador se rende à destreza do artista e reconhece a incomensurabilidade entre as suas próprias habilidades e a dele. Para Gell, o objeto de arte é um objeto cognitivamente indecifrável e o seu poder reside nos processos técnicos que enfeitiçam o espectador, o argolam. O poder do objeto de arte reside assim nesse *gap* entre as capacidades do artista e as capacidades do espectador, de modo que a agência dos objetos resulta das ações e estratégias do artista criador.

No capítulo seis, “A crítica do índice”, Gell coloca em evidência a agência do índice, contrastando com o capítulo anterior no qual privilegiou o artista. O autor faz uma interessante expansão de seu argumento de que a “arte é uma tecnologia”, notado por Thomas em seu prefácio (GELL, 2018). A tecnologia da arte é assim exercida por meio de grafismos na superfície dos corpos, que podem ser coisas como tubos de pedra calcária. Nessa conjuntura não existe a ideia de “mera” decoração, mas a decoração cumpre sempre o papel de vincular as pessoas e as coisas aos projetos sociais a que elas se destinam. Além disso, a decoração, das coisas, dos corpos humanos, das fachadas das casas, são índices fundamentais da *personitude* de seu dono, ponto que Gell aprofunda junto à sua análise da decoração das proas das canoas utilizadas nas expedições *kula*.

O sétimo capítulo, “A pessoa distribuída”, talvez o mais conceitualmente ambicioso e complexo é, por isso mesmo, a meu ver, o mais fascinante. Sua narrativa é animada pela arte representacional, por objetos de arte que possuem “protótipos relevantes”, situação distinta, portanto, dos dois capítulos anteriores, nos quais os motivos gráficos foram centrais para a análise. No contexto da adoração de imagens e ídolos religiosos, Gell parte de formulações de Frazer, Benjamin e Taussig, em torno da magia simpática e da *mimesis*, para defender que a imagem é sempre indexical. A imagem é uma parte distribuída daquele ou daquilo que representa e, por isso mesmo, quem dela se apodera adquire poder também sobre seu protótipo. Essa lógica é explicada a partir da “feitiçaria indicial” [*volt sorcery*] que, baseada sobre o poder de infligir o mal sobre o outro por meio de sua imagem, fornece o modelo para entender a adoração de imagens de modo amplo. Nós, por meio da adoração de nossos ídolos, fazemos com que os deuses realizem aquilo que a ele pedimos. Imagem aqui não se refere apenas à aparência imitada do protótipo, no caso o deus, mas é também uma parte sua. E se “o ídolo não é um ‘retrato’ do deus, mas o corpo do deus em forma-artefato” (GELL, 2018, p. 159), é preciso refinar, descartando qualquer possibilidade de explicações antropomórficas, de que modo ele é animado,

Gell explicita dois modos de atribuição de agência. De um lado, descreve as teorias externalistas de atribuição de agência que, segundo ele, são as que possuem a preferência dos sociólogos. O que ele exemplifica com a teoria da prática de Bourdieu, que nos permite notar como a mente não opera contida no crânio do ser humano, mas se realiza no mundo de fora, por meio das atividades práticas, da linguagem, das rotinas. Por outro lado, Gell acessa as teorias internalistas de atribuição de agência por meio das formulações de Daniel Dennet. O filósofo da mente argumenta que somos internamente divididos em dois: um produz representações, o outro as interpreta. A partir desse ponto Gell defende a “naturalidade cognitiva da ideia da mente (ou alma, ou espírito), etc.) como um homúnculo; isto é, como uma pessoa *contida dentro* da pessoa.” (GELL, 2018, p. 202). Essa ideia, de acordo com Gell, permite entender a relevância que os olhos adquirem nos ídolos icônicos. Pois a troca de olhares faz com que não apenas vejamos o outro, mas permite vermos o outro nos olhando, nos obrigando a nele reconhecer um sujeito dotado de intencionalidade. Por sua vez, as imagens anicônicas – notando que ao início do capítulo Gell desfaz a diferenciação convencional entre ídolos icônicos e anicônicos, uma vez que todos os ídolos seriam icônicos na medida em que mesmo aqueles anicônicos representariam um deus sem forma ou de forma abstrata – visibilizariam essa interioridade repositória de intencionalidades a partir de orifícios feitos na superfície da representação do deus.

Já mais ao fim do capítulo Gell desfaz a diferenciação entre atribuições internalistas e externalistas de agência, argumentando que o contexto relacional em que nos inserimos para exercer nossa agência se replica em nossa mente, tomada por um “pandemônio de homúnculos” em relação. Essa ideia é ilustrada de duas maneiras. Por meio da representação da entidade A’a, Gell chama atenção para o *fractal* na conceituação da noção de “pessoa distri-

buída”. Da superfície da representação tridimensional do deus brotam miniaturas idênticas a ela e que igualmente estiveram replicadas em seu interior oco. Também a partir de ídolos abrigados dentro de templos, como na Índia, Gell ilustra como as duas concepções de agência têm seus limites borrados. O ídolo pode ser tomado como a mente do deus dentro do seu corpo/templo, ao mesmo tempo em que possui sua agência definida pelas relações que estabelece com as pessoas e coisas no *milieu* social em que se insere, conforme apresenta Gell,

[...] o homúnculo ou a concepção de “pessoa interior” da agência, essencialmente reduplica, dentro da pessoa humana, a relação que sempre existiu entre uma pessoa humana e uma textura de relações externas, mas dentro do domínio interior, dentro do corpo. Tais imagens conduzem ao problema do “homúnculo dentro do homúnculo”. Entretanto, esse problema também está em vantagem uma vez que tende a obscurecer a distinção entre o tipo “induzido” de animação que é imposto ao ídolo externamente, imbricando-o na práxis, na linguagem, nas relações sociais e nas rotinas, e a agência “externa” que o ídolo supostamente possui como uma “mente” encapsulada em um corpo. Do mesmo modo que, externamente o ídolo está no centro de uma ordem concêntrica de relações entre pessoas, o *ídolo pode ser visto, internamente, como uma ordem concêntrica de relações entre pessoas “internas” – o pandemônio de homúnculos – das quais é composto.* (GELL, 2018, p. 210-211).

No oitavo capítulo, “Estilo e cultura”, Gell tem por objetivo trazer um conceito de estilo que atenda aos requisitos de sua teoria antropológica da arte visual. Diferentemente da história da arte e da teoria da estética, que usualmente consideram como unidades de estilo artistas individuais, escolas de artistas, ou movimentos, Gell assume as culturas como fornecedoras de unidades de estilo. A partir da análise de uma coleção das Ilhas Marquesas, Gell mostra que todos os exemplares derivam uns dos outros, a partir de operações de corte, inversão e passagem análogas às que fez Claude Lévi-Strauss (1991) em sua análise dos mitos ameríndios. O estilo é formado em um domínio interartefatual, a partir da interconexão entre artefatos, na qual qualquer exemplar de um *corpus* estilístico remete ao todo. Não há um objeto ou motivo do qual o todo estilístico derive, mas todos são transformações uns dos outros. Como uma imagem holográfica, que possui a informação, ainda que atenuada, da totalidade contida no holograma, o elemento permite reconstruir o todo, que, por sua vez, não é visto como “uma coleção de objetos separados, mas apenas *um* objeto com diversas partes distribuídas em diversos locais diferentes” (GELL, 2018, p. 252).

Por fim, na conclusão do livro, “A extensão da mente”, Gell explicita a centralidade de que a mente humana possui em seu modelo, demonstrando o “isomorfismo estrutural” existente entre os processos cognitivos que designamos como “consciência” e as “estruturas espaçotemporais dos objetos distribuídos no campo dos artefatos” (GELL, 2018, p. 322). Os objetos criados por um artista consistiriam assim em uma série de “acontecimentos biográficos

cos” que não apenas testemunhariam a passagem da pessoa, mas seriam extensões da própria pessoa e sua mente que rompem com os limites espaçotemporais e com o corpo biológico. Para fazer o seu ponto, Gell recorre a diferentes exemplos: a arte *malangan* da Nova Irlanda e suas máscaras e esculturas fúnebres; a análise de Nancy Munn por meio da biografia das canoas usadas nas expedições *kula*; a obra de Marcel Duchamp; as casas cerimoniais maori.

Como pretendi deixar evidente, por meio da análise dos capítulos de *Arte e agência*, um dos pontos centrais da argumentação de Gell residiu em sua busca por evitar produzir um enquadre para a análise da arte em contextos específicos. De maneira absolutamente original, o autor desestabilizou o campo da antropologia da arte ao definir o objeto de arte não em si mesmo ou a partir de seus aspectos formais, mas a partir da rede de intencionalidades complexas que o contém. Dessa perspectiva, o objeto de arte passa a interessar não mais por seus aspectos simbólicos, representacionais ou institucionais, mas pelos efeitos que causa em sua vizinhança. Seu valor reside em sua presença. Uma presença que, contudo, não é apreendida como um em si, mas a partir de sua relacionalidade. O objeto de arte é índice das relações que o contém, como na tradição da antropologia melanesiana.

A partir daqui, não deveria ser mais o critério de beleza a reger as investigações da antropologia da arte. Critério este que já vinha sendo abandonado pelos críticos e pela teoria da arte, mas que seguia pautando as avaliações dos objetos estéticos não ocidentais, como ficou evidente com a exposição *Primitivism in 20th Century Art*, realizada no Museu de Arte Moderna de Nova Iorque, em 1984. Gell, importante notar, não era contra a estética propriamente, mas contra a “atitude estética”, que separava forma e conteúdo, ética e estética, beleza e função, o belo de seu aspecto utilitário. Colocava em questão, outrossim, a estética kantiana e sua defesa de um belo universal, que tanto formatou nosso modo de abordar a criação artística. Pois, se a busca pelo belo, na definição estrita do objeto de arte, já vinha sendo demolida desde, pelo menos, Marcel Duchamp, o legado kantiano seguiu reverberando, particularmente quando se tratava de avaliar expressões artísticas não hegemônicas.

Nesse aspecto, a defesa de Gell para que assumamos um “olhar filistino” permanece sendo profundamente transgressora. Devemos, nem que como recurso de método, despir nosso olhar de nossas próprias avaliações e julgamentos de gosto. Gosto que, já nos ensinara Boas, é sempre moldado pelo olho da tradição. Nossas noções de beleza, harmonia, estética, adequação, são sempre traduções de nossas próprias categorias sociais, inelutavelmente informadas por um viés etnocêntrico. Os objetos devem nos interessar não porque agradam aos nossos sentidos, mas por suas capacidades de agenciar mundos, transformar situações, arrastar pessoas, provocar debates, chocar! Recobrar para a teorização do social o laço entre ética e estética, escapando à pura estetização, foi talvez o movimento mais revolucionário de Gell.

Por outro lado, se o foco do autor recai sobre as artes visuais, devemos notar que sua antropologia dos objetos é também uma antropologia dos corpos, pois as coisas possuem estatuto de pessoa, são *person-like*, como na teoria maussiana do dom que o inspirou. Uma

estatueta que representa um divindade hindu não é somente seu símbolo, mas o corpo mesmo da divindade que rompe com os limites espaciais e temporais do corpo biológico como o conhecíamos. De fato, a teoria da arte de Gell é também uma teoria da pessoa.

Pensar a arte em uma chave alternativa requer igualmente reconceituar o ser individual. Assim, se a “liberdade” descreve o “gênio criativo” e a arte ocidental, esta última definida em sua sinonímia com a ideologia do individualismo moderno, Gell define o artista a partir de sua habilidade de distribuir sua agência pelo mundo. O artista é conceituado como “pessoa distribuída”, conceito erigido sobre duas noções fundamentais e complementares, a “exúvia” e a “fractalidade”, como vimos no sétimo capítulo de *Arte e agência*. Noções que contêm o caráter essencialmente partível da pessoa. É, ao circular pelo mundo, que o sacerdote, o político, o artista, as mulheres e os homens proeminentes, deixam suas partes, fazendo dele o testemunho de suas ações e rompendo com os limites espaçotemporais do corpo. Nesse sentido,

sofremos, como pacientes, de formas de agência mediadas por imagens nossas, pois, como pessoas sociais, estamos presentes não apenas em nossos corpos singulares, mas em tudo ao nosso redor que testemunhe nossa existência, nossos atributos e nossa agência (GELL, 2018, p. 165).

Novamente, podemos ver como Gell elabora, em diálogo com a teoria da pessoa melanésia, oferecendo com a “pessoa distribuída” sua versão para o “divíduo”. Esta formulação, inicialmente feita por McKim Marriot (1976, p. 109-111 apud STRATHERN, p. 348-349, 1988) a partir da pessoa do sul da Ásia, foi posteriormente reelaborada por Marilyn Strathern (1988) e por Roy Wagner (1991) para conceituarem, respectivamente, a pessoa dividual e a pessoa holográfica, ressoando, assim, com a pessoa partível conceituada por Maurice Leenhardt (1997), ainda em princípios do século XX. A formulação de Gell contém tanto a dimensão relacional do “divíduo” e da “pessoa holográfica” como evidencia a agentividade das partes da “pessoa partível”.

A noção de agência, é preciso notar, recebeu leituras críticas, centradas, essencialmente, no modo como ela denunciaria o não abandono do divisor humano e não humano, fazendo da mente *locus* privilegiado da criação. Contudo, é preciso notar igualmente que foi esse mesmo foco sobre a mente humana que permitiu a Gell reter o problema do criador individual, a um certo modo abandonado desde que Michel Foucault (1979) e Roland Barthes (1991) colocaram a ênfase na recepção da obra de arte. Gell manteve abertos os caminhos para considerarmos o artista e sua individualidade, em vez de abandoná-los em prol de um viés sociologizante ou culturalista da arte. Esse aspecto esteve especialmente evidente por meio de sua discussão sobre o encantamento que o artista produz sobre o espectador, arguindo-o por meio de uma tecnologia de captura cognitiva.

Mas se a virtuosidade do artista é privilegiada no modelo do autor, ela é igualmente

neutralizada pela própria partibilidade e destacabilidade da pessoa prevista no modelo. Pois o artista, como pessoa partível, não é autossuficiente, não possui controle total sobre suas ações e estratégias. Nem o índice, o objeto de arte, é o ponto final de suas ações. Pois os objetos de arte, sendo pessoa, também distribuem sua agência, como o artista. Os objetos, as paisagens, as imagens e as pessoas são todos testemunhos de sua presença. Objetos e artistas distribuem suas agências pelo mundo.

Gell faleceu sem poder ver seu livro publicado e sem poder testemunhar os efeitos que seu livro causaria no mundo, particularmente o das artes e o da antropologia. Mas se podemos tomar o *Arte e agência*, em suas muitas versões, como exúvias do antropólogo, como partes destacadas de sua pessoa, podemos apostar que, felizmente, ele seguirá agindo sobre nós por ainda bastante tempo.

APRESENTAÇÃO EM VÍDEO

<https://youtu.be/ge024O8h5N4>

REFERÊNCIAS

APPADURAI, Arjun. **The social life of things: commodities in cultural perspectives**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

BELTING, Hans. O fim da história da arte?. In: BELTING, H. **O fim da história da arte**. São Paulo: Cosac&Naify, 2003.

BARTHES, Roland. The dead of the author. In: CAUGHIE, J. (org.). **Theories of authorship: a reader**. London, New York: Routledge, 1991.

FOUCAULT, Michel. What is an author?. In: HARARI, J. (ed.). **Textual strategies: perspectives in post-structuralist criticism**. London: Methuen, 1979.

LAGROU, Els. Anaconda becoming: Huni Kuin image-songs, an Amerindian relational aesthetics. **Horizontes Antropológicos**, v. 24, n. 51, pp. 17-49, 2018.

LEENHARDT, Maurice. **Do Kamo. La Persona Y El Mito En El Mundo Melanesio**. Barcelona: Ediciones Paidós, 1997.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O cru e o cozido**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

MILLER, Daniel. **Material culture and mass consumption**. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

MIZRAHI, Mylene. **A estética funk carioca: criação e conectividade em Mr. Catra**. Rio de Janeiro: Editora 7Letras, 2014.

STRATHERN, Marilyn. **The gender of the gift: problems with women and problems with society in Melanesia**. Berkeley: University of California Press, 1988.

WAGNER, Roy. **The fractal person**. In: GODELIER, M. & STRATHERN, M. (eds.). **Big men and great men: personifications of power in Melanesia**. Cambridge: Cambridge University Press, 1991.

RECEBIDO EM 04 DE JANEIRO DE 2019

APROVADO EM 15 DE ABRIL DE 2019