

POR UMA TEORIA ANTROPOLÓGICA DA ARTE:

Alfred Gell em Arte e Agência

For an anthropological theory of arte: Alfred Gell in Art and Agency

Marina de Jesus Amaral Spíndola ¹

Artigo recebido em: 08/07/2020.

Artigo aceito em: 13/08/2020.

GELL, Alfred. **Arte e Agência**. São Paulo: Ubu, 2018.

O autor Alfred Antony Francis Gell (1945-1997) foi um importante antropólogo britânico da arte. Formado pela Universidade de Cambridge e pela *London School of Economics*, Gell produziu pesquisas acerca das comunidades da Oceania, especificamente da Polinésia e Melanésia, no Nordeste da Austrália, analisando suas produções culturais artísticas e as interações sociais advindas a partir delas.

Em seus estudos, Gell desenvolve olhares antropológicos e sistemáticos acerca de rituais, práticas e artefatos de inúmeras sociedades, verificando como estes estabelecem relações com seus produtores e com aqueles que receberão ou presenciarão a performance desses índices. Neste sentido, para Gell, todo índice

¹ Mestranda em História pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de São Paulo (PPG/UNIFESP), e Licenciada em História pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU). Como Iniciação Científica, analisou a animação de Walt Disney, *Bambi*, de 1942. Está atualmente vinculada ao Laboratório de Estudos Asiáticos (LEOA), coordenado pela professora Samira Adel Osman, ao grupo de Cinema e Arte Japonesa da UNIFESP, coordenado pela professora Michiko Okano e ao grupo de estudos para Pós-Graduandos em história, cultura e sociedade japonesa, *Kinyokai*, também coordenado pela professora Michiko Okano. Dentre seus principais interesses, estão: Cinema, Segunda Guerra Mundial, Nacionalismo e Tradição, com alta concentração em Japão e suas relações com o estrangeiro. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1625843616212456>. E-mail: marinaspindolahistoria@gmail.com.

artístico é antropológico e pode ser analisado, pois representa reflexos de um exercício mental de seus desenvolvedores, que podem ser lidos pelos antropólogos da arte.

No primeiro capítulo da obra *Arte e Agência*, resenhada neste estudo, Gell pretende forjar a antropologia da arte, explicando ao leitor como ela pode e deve funcionar. Mas para tanto, o autor almejou destruir a visão dos críticos de arte, que alegam que apenas a arte ocidental, de determinados períodos, são passíveis de serem analisadas por conta de seu valor estético. Gell explica que a maioria dos historiadores da arte e estudantes da mesma, acaba por analisar essas produções por um viés advindo da estética, permeado por juízos de valores nocivos, e que, portanto, falham em estudar antropológicamente a arte.

As teorias antropológicas se distinguem na medida em que costumam tratar de relações sociais; estas, por sua vez, ocupam certo espaço biográfico, no qual a cultura é apreendida, transformada e transmitida por uma série de etapas de vida. O estudo das relações ao longo da vida (as relações por meio das quais a cultura é adquirida e reproduzida), assim como dos projetos de vida que os agentes buscam realizar por meio de suas relações com os outros, possibilita que os antropólogos levem a cabo a tarefa intelectual que lhes cabe: explicar por que motivos as pessoas se comportam como se comportam ainda que esse comportamento pareça irracional, ou cruel, ou incrivelmente piedoso e desinteressado, dependendo do caso (GELL, 2018, p.37).

As intenções do autor são, neste sentido, tentar destruir os vícios estéticos e culturais sociais, que exaltam determinadas obras de arte – ocidentais, modernas –, em relação a outras, artes indígenas ou consideradas “tribais”. Gell tenta demonstrar como as artes indígenas ou artes de grupos nativos também podem e merecem passar por um tratamento antropológico, à medida que geram ações nas sociedades produtoras e receptoras do índice. Assim, Gell tenta se esquivar metodologicamente da estética, já que ela pode corroborar com olhares preconceituosos e esquizóides sobre o objetivo, produção artística, ou da sua expressão material.

É todo esse olhar observador e analítico sobre a arte, que movimentam os capítulos de *Arte e Agência*. Gell verifica que o processo de fabricação, apreensão e recepção de objetos artísticos, é que fazem o índice, objeto artístico, ser agente. Neste

sentido, em uma cadeia de agências verificadas por Gell, é que todas as obras podem ser ativas e pacientes não passivas-, dados os elementos ou sujeitos sociais e culturais que rodeiam a obra. Por esta perspectiva, tanto o índice quanto o artista e o próprio receptor, público, podem ser agentes.

É apenas durante os capítulos 2 que o antropólogo da arte nos explica as potencialidades artísticas dos índices:

A agência pode ser atribuída a essas pessoas (e coisas, conforme discutirei a seguir) que são vistas como iniciadoras de sequências causais de um determinado tipo, ou seja, de eventos causados por atos da mente, da vontade ou da intenção, e não de uma mera concatenação de eventos físicos. Um agente é aquele que “faz com que os eventos aconteçam” em torno de si (GELL, 2018, p.45).

Assim, toda a cadeia de agência e paciência é delimitada unicamente pela existência do objeto artístico, que move as ações dos homens e suas reflexões, gerando o que o autor conhece como “nexo da arte”.

Durante o capítulo 3, chamado O nexo da arte e o índice, é que Gell nos explica as relações causais dentre obra, artista e público receptor. Para Gell, as obras de arte são índices, à medida que indiciam reflexões mentais e motivos que levaram ao desenvolvimento da obra, nomeados pelo autor como protótipo. Todas essas categorias, protótipo, artista, índice e público, estão mais ou menos presentes na obra. E podem nos demonstrar, em quês circunstâncias, o artista, público e objeto artístico, são mais pacientes diante do índice, ou agentes, dadas suas relações com o último. O esforço de Gell, neste capítulo, é desenvolver metodologicamente uma perspectiva sistemática que torne possível a análise antropológica da arte.

Já nos capítulos procedentes, do 4 ao 9, Alfred Gell exemplifica suas proposições. E, neste quesito, se utiliza de obras de diferentes sociedades, desde ocidentais, a africanas e de povos nativos da Oceania, para demonstrar como a antropologia da arte deve se debruçar sobre os índices.

Um dos exemplos utilizados por Gell, é uma obra referida pelo autor como Carranca de Canoa Trobriandesa:

Imagem 1: Carranca da canoa trobriandesa.



Fonte: Arte e agência, 2018, p.119

Para Gell, a proa da Canoa trobriandesa representa:

(...) o paradoxo da incomensurabilidade dos poderes criativos [que] é entendido em termos diferentes: a agência artística que a carranca exige é mágica, resultando da ingestão, pelo artista, de uma tradição mágica e de substâncias que transmitem ensinamentos sobre técnicas de entalhe. A magia, nas ilhas Trobriand e em qualquer outro lugar, não é “normal”, apesar de poder ser utilizada cotidianamente com vários propósitos. Os trobriandeses vivem exatamente no mesmo mundo que nós e operam exatamente as mesmas categorias conceituais, ao menos no que diz respeito às noções “ordinárias” de causa e efeito (GELL, 2018, p.120).

Essas relações de causa e efeito são os nexos da arte, seus objetivos. E Gell segue adiante:

No caso da magia, é diferente; ela produz efeitos extraordinários por meios que não se articulam com o sentido “normal” que um agente tem de si mesmo, sua corporeidade, agência e ser-no-mundo. Assim, o fato dos trobriandeses dizerem que as carrancas têm uma eficácia “mágica” no que se refere à desmoralização da oposição é apenas uma transcrição da experiência de captação da causalidade mágica para a linguagem, que nós também ficamos tentados a usar para descrever o mesmo tipo de sensação

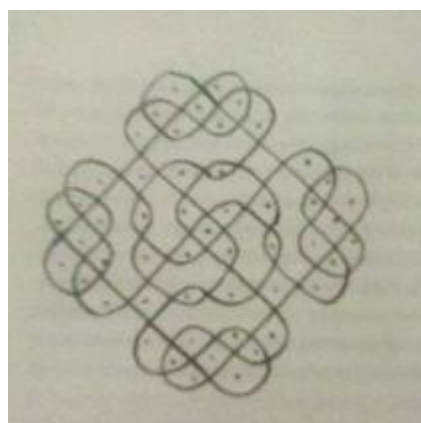
“estranha” que grandes obras da arte ocidental produzem nos espectadores ocidentais (GELL, 2018, p.121).

O que Gell quer nos dizer com o recorte da carranca das Canoas Trobriandesas, é que estas, quando os barcos trobriand aportam sobre as praias de outros grupos, estabelecem relações “mágicas” com seus receptores. Neste quesito, aqueles que estabelecem relações comerciais com os trobriand, ficam embasbacados com sua capacidade de técnica artística, reconhecendo sua grandeza e desenvolvimento social cultural. Sendo assim, a arte trobriand, emite sobre seus receptores uma espécie de encanto que movimentam as relações sociais de ambos os grupos. Neste quesito, Gell exemplifica a agência da arte e como ela pode refletir em ações e relações causais dentre grupos humanos.

Outro exemplo utilizado por Gell são os *kolam*. Os *kolam* são desenhos colocados na entrada das casas no sul da Índia, que tem funções de proteção. Desenhados por mulheres, que representam padrões com cal ou pó branco, os *kolam* são feitos para confundir demônios e espíritos soturnos que podem ameaçar o bem-estar doméstico.

Os *kolam*, segundo Gell, são representados por quatro linhas que parecem apenas uma. No entanto, quando nós, ou os demônios, olhamos os *kolam*, ficamos tentados, hipnotizados pela arte, tentando desvendar suas linhas: onde estas começam e onde terminam.

Imagem 2: *Kolam*



Fonte: Arte e agência, 2018, p.140

A eficácia da arte das mulheres indianas emite sobre nós agências. Assim como foram possibilitadas por um protótipo original, um objetivo que é afastar demônios dos ambientes domésticos.

Embora o livro *Arte e Agência* tenha o total de nove capítulos, dentre o desenvolvimento metodológico da antropologia da arte, até a sua exemplificação, que segue dos capítulos 4 ao 9, o livro de Gell é de difícil compreensão para aqueles que não são antropólogos. Sua linguagem é de árdua captação e os capítulos teóricos são, muitas vezes, apenas esquemas quase matemáticos das possibilidades de análise da arte.

Porém, isso pode ser explicado pela perspectiva de que Gell escreveu este livro no decorrer de apenas um mês e que morreu precocemente, sem poder explicar questões obscuras para o leitor e para o seu público.

Mesmo assim, diante das dificuldades que este livro apresenta, Alfred Gell deve ser considerado como um autor imprescindível para quem estuda as artes em diferentes áreas do saber, pois rompe com a ideia de que objetos artísticos e espectadores podem ser passivos diante do que estão vendo. Ademais, busca romper com a ideia de que a arte está desconectada da sociedade e a cultura que a produz.

Os esforços de Gell em tentar analisar obras de inúmeras culturas, são geradores de estímulos para aqueles que os verificam: assim, após lermos Gell, somos capazes de obter algum fôlego para compreender uma possibilidade de leitura e interpretação de obras de artistas não ocidentais. As espacialidades, os contextos e alteridades dos artistas na sociedade, são ampliados em Alfred Gell, mesmo que o autor se abstenha de questões estéticas e de processos históricos.

Arte e Agência deve ser lido pelos apreciadores e estudantes das artes em geral, seja das artes visuais, plásticas ou cênicas, e por aqueles que buscam olhar para as artes de forma séria, sem filtros estéticos e juízos de valores externos.

REFERÊNCIAS

GELL, Alfred. **Arte e agência**. São Paulo: Ubu, 2018.

GELL, Alfred. A rede de Vogel: armadilhas como obras de arte e obras de arte como armadilhas In: **Revista Arte e Ensaios**. N°. 8, 2005.

GELL, Alfred. A tecnologia do encanto e o encanto da tecnologia. In: **Coccinitas**, ano 6, volume 1, número 8, julho 2005.