

# Paper do NAEA Volume 28

## A *mimesis* no cotidiano: a relação mimética na feira

Marina Ramos Neves de Castro<sup>1</sup>

Alda Cristina Silva da Costa<sup>2</sup>

Célia Regina Trindade Chagas Amorim<sup>3</sup>



### RESUMO

Este artigo tem como objetivo construir a ideia de que a *mimesis* ocorre através da relação que o homem estabelece com o mundo em seu cotidiano. Nessa relação o homem conforma uma forma de estar-junto, e é nessa conformação que se produz o fenômeno da *mimesis*, fruto da produção e da promoção da interação. A *mimesis* é uma reverberação do cultural vivenciado coletivamente, ela está presente nas formas de vida associativa, por conseguinte está presente na feira. Nosso intuito, agora, é evidenciar onde ela está presente na feira. Conjecturamos que a *mimesis* é algo que existe no comportamento humano e que se desenvolve no processo interativo, ou seja, na interação do homem com o mundo. Desta maneira nos propomos a revisitar o conceito de *mimesis*, perpassando pelas teorias platônicas e aristotélicas, presentes já na Grécia Antiga, trazendo-as para o contexto da Contemporaneidade, com a contribuição de, entre outros teóricos, Arbogast Schmitt (2010), John Dewey (2008), e, principalmente, no contexto brasileiro, Luiz Costa Lima (2000, 2003, 2010).

**Palavras-chave:** *Mimesis*. Cotidiano. Feira.

---

1 Doutora em Antropologia. Professora do Programa de Pós-graduação Comunicação, Cultura e Amazônia e da Faculdade de Comunicação da UFPA, Universidade Federal do Pará. Email: mrndecastro@gmail.com.

2 Doutora em Sociologia. Professora do Programa de Pós-graduação Comunicação, Cultura e Amazônia e da Faculdade de Comunicação da UFPA, Universidade Federal do Pará. Email: aldacristinacosta@gmail.com.

3 Doutora em Comunicação. Professora do Programa de Pós-graduação Comunicação, Cultura e Amazônia e da Faculdade de Comunicação da UFPA, Universidade Federal do Pará. Email: celia.trindade.amorim@gmail.com.

## **ABSTRACT**

This article aims to construct the idea that mimesis occurs through the relationship that man establishes with the world in his daily life. In this relation man conforms a form of being-together, and it is in this conformation that the phenomenon of mimesis is produced, the fruit of the production and the promotion of interaction. The mimesis is a reverberation of the culture lived collectively, it is present in the forms of associative life, therefore it is present in the fair. Our intention now is to show where it is present at the fair. We conjecture that mimesis is something that exists in human behavior and that develops in the interactive process, that is, in the interaction of man with the world. In this way we propose to revisit the concept of mimesis, going through the Platonic and Aristotelian theories already present in Ancient Greece, bringing them into the context of Contemporaneity, with the contribution of, among other theorists, Arbogast Schmitt (2010), John Dewey (2008), and, mainly, in the Brazilian context, Luiz Costa Lima (2000, 2003, 2010).

**Keywords:** Mimesis. Everyday-life. Fair.

## MÍMESES E QUOTIDIANO

Partilhamos da concepção de Dewey (2010: 66) de que a teoria da *mímesis* nos gregos, só pode ter aparecido porque os mesmos compreendiam a intrínseca ligação entre a arte e a vida quotidiana. Ou seja, a arte, a partir dessa reflexão, existe inserida nos interesses da vida cotidiana, ela estaria no quotidiano. Para Dewey “... a popularidade da teoria (da *mímesis*) é um testemunho da estreita ligação entre as belas-artes e a vida cotidiana; essa ideia não teria ocorrido a ninguém, se a arte fosse distante dos interesses da vida” (DEWEY, 2010: 66). Ou seja, arte é algo que, como observei acima, está organicamente presente na vida cotidiana das pessoas, e que, já na sociedade antiga grega “era parte integrante do espírito e das instituições da comunidade” (DEWEY, 2010: 66)

Segundo Schmitt (*apud* Costa Lima, 2010, pp. 137 a 189), com relação à disposição do homem em sociedade, a partir de sua reflexão sobre o posicionamento de Aristóteles, coloca que,

Através do que Aristóteles denomina de hexeis (condutas gerais), o homem não reage de maneira indiscriminada e arbitrária ao que lhe chega de fora, se não que adquire certa unidade e constância de comportamento, na medida em que, com base em predileções e aversões gerais, assume, em situações semelhantes, decisões semelhantes (SCHMITT *apud* COSTA LIMA 2010: p. 160).

Assim, em Aristóteles, a relação de um personagem (e eu diria de um indivíduo - nota minha) com suas ações é a do universal com o particular. Esse universal é, de fato, um possível, pois as tendências gerais de caráter de um homem são por certo as capacidades formadas desse homem para determinadas hexeis (SCHMITT *apud* COSTA LIMA, 2010: p. 161).

Ou seja, o homem reage e atua organicamente no mundo, interage, e suas ações se conformam de acordo com suas experiências vividas coletivamente, portanto, predileções e aversões fazem parte do universo humano e assemelham-se dentro de uma mesma experiência coletiva. Portanto, universal no sentido de que possível, pertence ao quadro das possibilidades existentes, ainda que essa possibilidade esteja restringida a um certo ambiente cultural, social, pois “o que o homem individual pode realizar é uma certa seleção de certa combinação dessas possibilidades” (SCHMITT, 2010, p. 163).

Costa Lima caminha no mesmo sentido quando interpreta a teoria da *mímeses* observando que “A teorização grega da *mímesis* supõe a concepção prévia das relações entre linguagem e realidade, assim como esta supõe, um conjunto específico de condições sociais” (in *Mímesis e modernidade: Formas das sombras*, 2003, p. 31). Ou seja, já percebemos que na teorização grega da palavra *mímesis*, de acordo com Costa Lima, essa é uma concepção que só pode ser pensada e, eu diria, detectada e partilhada, de acordo com as condições sociais, culturais.

A partir dessa reflexão podemos observar que o comportamento mimético é cultural, portanto, espacial e histórico, temporal e coletivo, que se renova de acordo com os processos civilizatórios/culturais das sociedades. A partir de sua análise sobre o pensamento filosófico grego e o desenvolvimento desta civilização, Costa Lima, observa que “... para a *mímesis* atualizar-se é necessário o concurso de dois motivantes: um suporte intelectual e uma realidade que possa ser pensada por aquela. A realidade... ...é uma potencialidade de significações” (COSTA LIMA, 2003: p. 40).

No entanto, essa realidade só pode ser real, experimentada, vivida, se houver reconhecimento de quem a vive e de quem a partilha, ou seja, no reconhecimento da

comunidade. Esse reconhecimento não precisa ser consciente, ele ocorre de forma trivial e está inserido no cotidiano de quem o vivencia. Lima já aponta isso quando trata da questão da *mimesis* na sociedade ateniense “... a *mimesis* grega, supondo uma semelhança com o real considerado como possível, é um meio de reconhecimento da comunidade consigo mesma, ou seja, um instrumento de identidade social” (COSTA LIMA, 2003: p. 43) Isso pode ocorrer mesmo de forma inconsciente.

Indo mais além, Costa Lima coloca a *mimesis* como “ser uma forma de reconhecimento dos pares sociais com a comunidade a que pertencem” (COSTA LIMA, 2003: p. 43); assim sendo, a *mimesis* ocorre no processo interativo; e o processo interativo ocorre por meio da empatia. Costa Lima coloca que o:

Microcosmo de uma situação, ele (o produto mimético) sem dúvida se alimenta da matéria histórica, mas a configura de tal maneira que não identifica seu produto com sua matéria. Estabelecer tal identificação seria fazer da obra um simulacro de algo que se desenrolou e se encerrou. A *mimesis*, se ainda cabe insistir, não é imitação porque não se confunde com o que a alimenta. A matéria que provoca a sua forma discursiva aí se deposita como um significado, apreensível pela semelhança que mostra com uma situação externa conhecida pelo ouvinte ou receptor, o qual será substituído por outro desde que a *mimesis* continue a ser significante perante um novo quadro histórico, que então lhe emprestará outro significado (COSTA LIMA, 2003: 45).

A partir dessa reflexão podemos entrever a possibilidade de encontrarmos na feira a *mimesis*. Primeiramente aquela *mimesis* como expressão, já evidenciada pelos pitagóricos, quando os mesmos se referiam a “*mimesis* como expressão realizada pela música e pela dança” (Costa Lima, 2003: 54 e 70), ou seja, *mimesis* como expressão que promove a identificação, em um jogo dialógico. Aqui, essa mesma percepção pitagórica - definição anterior de *mimesis* como imitação – estendemos sua acepção para as maneiras de como o homem se expressa, se coloca no mundo, interage, a partir de suas ações, de seus movimentos - maneira do andar, do movimentar o corpo, a cabeça, do tocar, do sorrir, do gargalhar, do falar, das expressões utilizadas, do tom de voz, da altura da voz, do gesticular.

A partir dessa concepção pitagórica podemos mapear na feira as expressões que resultam de um comportamento mimético, e, mesmo, não só como resultantes, mas comportamentos que acabam por produzir potencialidades miméticas que se inserem no quadro vivencial do fazer-a-feira, e que, portanto, fazem da feira, a feira. É o que dá identidade à feira, é o que caracteriza a feira, e sempre a caracterizou desde os tempos mais remotos; desde que o homem passou a se agrupar para estabelecer trocas.

Pensemos no que Costa Lima evidencia do conceito de *mimesis* em Platão, procurando superar a simplicidade da tradução de *imitatio*. A partir de sua reflexão de que a “*forma se realiza na concretude da matéria, assim mimesis se cumpre na concreção de um mimema*” (2003: 68), para Lima, em Platão, a *mimesis* não pode ser tomado como *imitatio* (2003: 68). Pois, segundo Costa Lima observa, para Platão a *mimesis* não é simplesmente imitação, mas sim “*sinônimo de um campo fantasmal, é o outro da sombra, nem sequer a própria sombra, pois ainda supõe um corpo que a projeta*” (COSTA LIMA, 2003: 68).

Dessa maneira, partindo da reflexão de Costa Lima sobre Platão, aproprio-me desse campo fantasmal para observar que na feira, antes da concretude da matéria, temos também esse campo fantasmal, àquilo que está no imaginário de quem vive a feira, aquilo que dá vida à feira, e que faz da feira o que ela é, e que está na mente de quem a frequenta e de quem

sabe sua existência. O campo fantasmal é algo que antecede a materialidade da feira. Portanto, essa *mímesis* platônica ajuda-me a pensar e a complementar o conceito da *mímesis* pitagórica, ambas não estão intrinsecamente ligadas à materialidade, apesar de poderem estar presente também na matéria. A *mímesis* como aqui a entendemos é “... tanto ao ser criada, quanto ao ser recebida, ela o é em função de um estoque prévio de conhecimentos que orientam sua leitura e sua recepção” (COSTA LIMA, 2003: 70), fazem parte do campo onde estão as ações do homem em sociedade, em que não cabe o caráter estático de *mímesis*, mas sim o dinâmico e o processual.

## VIVE-SE A METÁFORA NA FEIRA? PRODUZEM-SE METÁFORAS NA FEIRA?

A *mímesis* está na feira, nas ações que provocam emoções e reverberações, comportamentos miméticos e metafóricos, resultantes do estar-junto, das vivências experimentadas e partilhadas coletivamente, nas “imitações”, nas “cópias”, que na verdade são o resultado de processos de identificação que mantêm a coesão forma-feira e mantêm a identificação. A feira, tal qual ela se projeta, tal como ela se mostra a ver e a sentir, resulta dos processos de identificação que lá se processam.

Um ato, uma ação, uma forma de estar no mundo só pode ser percebida no processo interativo onde ocorre o reconhecimento; e o reconhecimento ocorre na identificação – *eu compreendo, eu percebo o que o outro faz porque reconheço o sentido de suas ações, do seu estar no mundo*; i.e. o reconhecimento de sentido ocorre no processo de identificação. Portanto, podemos entender a *mímesis* na feira como o elemento conformador, como a forma que evidencia o espírito das coisas da feira e, espontaneamente, através do processo de identificação mantém a feira enquanto forma.

É no ato e na reprodução da ação, na interação, no compartilhar, que se dá o processo de identificação, e a *mímesis* faz parte desse processo. *Mímeses* no sentido de que o homem, no seu processo interativo, copia-se, reproduz comportamentos que geram sensações e sentimentos. Esse fazer-se perceber pelo outro e perceber o outro, provocaria a catarse advinda do processo de identificação provocado pela *mímesis*. Esse pensamento ratifica a percepção de Schmitt sobre a *mímesis* em Aristóteles, “*Imitação então significa: a realização desse possível no cumprimento concreto da ação*” (apud COSTA LIMA, 2010: p. 169), ou seja, esse possível é aquilo que é percebido, intuído na interação social.

Nesse comportamento mimético ocasiona a catarse que, como também coloca Cardoso “*num processo de identificação que acabaria por produzir, no leitor (no partícipe da feira), uma variada gama de sensações e sentimentos*” (CARDOSO: 2010 p. 34). É no processo mimético-catártico, presente no comportamento dos que estão na feira, que podemos perceber a estética, e quem sabe a arte, presente na feira. Esse resultado é o que nós chamamos de forma. Ou seja, a interação, o processo, determina uma forma de se estar-junto.

Assim, *mímeses* e catarse fazem parte de um mesmo processo, que se inicia pela busca de uma realização, passa-se pelo processo de identificação que proporciona as sensações e sentimentos, àquilo que dá sentido ao processo, ou, melhor, àquilo que dá sentido a uma forma.

Karl Reinhardt ressalta a relação existente entre a teoria da imitação e a teoria da relação entre as criaturas:

Da teoria da imitação, resulta uma teoria da relação entre as criaturas, da invenção resultam a comprovação, o juízo, as diferenciações do que está inscrito na natureza. O protótipo provém de si mesmo, e não do homem; o homem converte-se na realização da natureza, de acordo com as possibilidades não acidentais, mas essenciais dela. (REINHARDT, 1921 p. 400; *apud* BLUMENBERG, 2010 p. 112)

Na feira, a interação, o diálogo, ocorre através de palavras, de atos, de movimentos, de sons, de expressões corporais e faciais, de gestos, de imagens que ali se formam e se evaporam num clicar de olhos, mas que são captadas pela mente de quem ali está e participa. Nessa interação, os partícipes da feira estão produzindo e sustentando/mantendo uma estética, um sentir-junto, que se conforma em formas, em formas de estar-junto, em formas de estar-no-mundo. Toda essa produção são realizações espontâneas essenciais para a manutenção do ambiente que tratamos e das formas que se geram e proliferam caracterizando e sustentando uma forma de estar-junto nesse ambiente.

Observemos que a ênfase está no processo, e o processo só existe na interação. E é o processo que, segundo Simmel, de fato deve ser estudado para que possamos superar o entendimento superficial das coisas do mundo e ultrapassarmos a superfície dura que reveste a aparência das coisas. Para Simmel esse processo ocorre a partir do *Einführung*, ou seja, da empatia, que sustenta a interação.

Deleuze nos fala do *imaginal*, aquilo que está presente no coletivo, e que antecede às formações do mundo, e o que faz com que o coletivo construa e aprove uma forma-de-estar-no-mundo, uma estética maffesoliana. Acredito que “arquitextualidade<sup>4</sup>” está para Cardoso assim como o “imaginal” está para Deleuze, ele é a origem daquilo que podemos compreender enquanto arte, é o que conforma formas.

Arquitextualidade ou imaginal seria a construção, o processo que antecede a concatenação da obra, e é ele que gesta o que se concebe enquanto arte; é o que a conforma e o que a transforma em forma. É esse imaginal-arquitexto, que é processo vivo e pulsante, que ocorre ininterruptamente e infinitamente nos processos de troca e, conseqüentemente, de experiências individuais e coletivas, que vai dar à arte a sua forma, ainda que esta forma não necessite de uma materialização, pois ela estaria expressa em uma forma.

Onde está a *mímeses* (ou os processos miméticos) na feira?

1. No ato de arrumar os produtos à venda:
  - a. Nas arrumações e disposições das frutas e legumes,
  - b. Na justaposição das cores, no enquadramento, em relação à barraca, em relação a cada elemento que compõe a barraca/box do feirante;
  - c. No conjunto ofertado, de frutas, verduras e legumes, em pequenos sacos pendurados de maneira uniforme, e muitas vezes nada uniforme, na carne pendurada, na parte sangrenta colocada em evidência, na gordura que reveste a carne posicionada de maneira pronunciada encima do balcão ou dentro do refrigerador de vidro; na arrumação dos peixes, sobrepostos e colocados em ordem encima do balcão protegido em alumínio com água gelada;

4 Cardoso (2012) fala em *arquitextualidade* para colocar em evidência essa “coisa” que está anterior ao nascimento da arte, e que estaria de maneira consciente, ou não, no pensamento do artista.

- d. Nas decorações dos boxes, nos cartazes presos nas paredes, nas frases impressas em material sintético coladas nos boxes;
- e. Nas fontes utilizadas nos nomes das barracas e nos dos produtos vendidos;
- f. Na arrumação dos peixes sobrepostos de acordo com sua espécie e tamanho sobre o balcão, no corte dos peixes no intuito de evidenciar a beleza interna de sua carne;
- g. Na forma de exposição da carne bovina, penduradas em grossos S em metal, evidenciado sua parte mais vermelha, mais sangrenta; sua disposição no balcão onde a parte mais atrativa está voltada para o público passante, para o possível consumidor; a presença evidente da balança, do facão, do terçado e do cutelo;
- h. A disposição dos sacos para a embalagem dos produtos vendidos, evidentemente, na maioria dos casos, pendurados na diagonal da barraca facilitando a sua pegada.
- i. Nos jargões utilizados a toda hora “e aí freguesa?”, “posso ajudá?”, “manda vê”, “diga meu amor”; nos risos e arremedos; Nas expressões faciais; Nas pequenas brincadeiras insinuosas e debochadas, nos pequenos sarcasmos; Nos gestos e maneiras de:
  - i. De comer em grupo, em volta a um carrinho de churrasquinho, sem prato, sem talher, onde se divide uma colher de plástico, partilhando o acompanhamento do churrasquinho, como o molho, a pimenta, a farinha e o arroz; chega-se o primeiro e cria-se o momento adequado para a aproximação de mais 2, 3, 4 e até mais, que dividem um exíguo metro e meio envolta do carrinho.
  - ii. No compartilhar uma cerveja em um balcão apertado; no almoço na feira aos sábados; no tabuleiro ambulante com pratinhos e colheres de plásticos que percorrem seus pequenos corredores; no comer partilhado.
  - iii. Na forma de embalar as verduras, legumes e frutas; a voltinha nos sacos, segurando-o com u’a mão e com a outra batendo-o para que gire, facilitando o fechamento do saco; as embalagens de folhas comestíveis enroladas em papel, usualmente folhas de jornal em cone deixando geralmente o chumaço da folhagem para fora, transformando-o em pequenos buquês;
  - iv. A forma de jogar água sobre os produtos expostos ao sol com garrafas de águas furadas ou semiabertas, procurando uma aparência de frescura nas frutas e legumes, onde a água nos legumes sob o contato da luz do sol causa, enfatizando a cor e o brilho que evoca beleza e frescor;
  - v. A amolação frequente de facas e pequenos cutelos nas barracas e boxes de carne e peixe; o vai e vem com os braços, a parada com o terçado de peixe ao ombro ou encima de uma bancada redonda de madeira, enfiado em sentido ativo;
  - vi. O terçado, o cutelo, o facão e pequenos machados deixados em posição ativa, ou seja, fixados, prontos para serem usados, nas madeiras de talhe.
  - vii. No cantarolar das músicas;
  - viii. No vestuário à venda e na exposição deste; Na maneira de vestir-se para a feira; Nos arremedos de toda sorte, sejam gestuais, sejam sonoros, sejam de sotaque ou de expressões;
  - ix. No aproveitamento do espaço da feira, e no espaço aparente inócuo aproveitado pelo vendedor ambulante.

Portanto, pensemos a *mímesis* enquanto evidenciadora/evocadora dos processos de identificação, pois esse processo só pode ser possível justamente quando há troca de sentidos, quando há empatia; ou seja, eu só me faço entender para o outro se utilizo maneiras, comportamentos que socialmente já foram reproduzidos e reconhecidos,

que estão no mundo, e que têm sentido social, com isso acabamos por nos “imitar”. No entanto, esses comportamentos não são simples reproduções, em seu trânsito, eles são carregados de novos sentidos e percepções, sofrem acréscimos inerentes à interpretação do partícipe da interação. Tudo que utilizamos para nos fazer compreender, para interagir com o outro, estar no mundo: aproprio-me desses elementos para isso, e é aí que provoço a interação, provocando a *mimesis*, para me fazer compreender. Portanto, a *mimesis* faz parte do processo interativo.

Consequentemente, podemos concluir que a arte, assim como a *mimesis*, está presente nas formas de vida associativa, por conseguinte está presente na feira. Nosso intuito, agora, é evidenciar onde ela está presente na feira, e, encontrar nela a possibilidade de encontrar também a arte, visto que, repito-me, pergunto-me, há arte sem *mimesis*?

Nossa proposição, repetimo-nos, é a superação da *mimesis* enquanto representação, nos propondo a pensá-la enquanto evidenciadora/evocadora dos processos de identificação, onde está presente a alegoria, os oximoros e as anáforas, todos pertinentes à lógica da identificação. Essa mesma lógica evidenciada por Maffesoli quando ele coloca que “l’art est certainement le domaine où le processus d’identification fut reconnu et accepté.” (Maffesoli, 1990: 277). Ou seja, evidencia-se aí que - e até mesmo na institucionalização da arte - é necessário que ocorra a identificação, caso contrário, a arte não se torna arte, pois não consegue ser reconhecida - através do processo da empatia -, e percebida no processo interativo.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAITELLO Jr, Norval. Para que servem as imagens mediáticas? Os ambientes culturais da comunicação, as motivações da iconomania, a cultura da visualidade e suas funções in Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Cultura”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

BLUMENBERG, Hans. “Imitação da natureza”: contribuição à pré-história da ideia do homem criador; in LIMA, Luiz Costa (org.) *Mímesis e a reflexão contemporânea*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2010: pp. 87-136.

BOURRIAUD, Nicolas. *Estética Relacional*. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2009.

CAMARGO, Giselle G. Antunes. Antropologia da Dança: ensaio bibliográfico. In: MEYER, Sandra & TORRES, Vera. (Orgs.) *Coleção Dança Cênica*. Joinville: Letra d’água, 2008: 13-23.

CAMPELO, Marilu. Conflitos e espacialidades de um mercado paraense. In *Ver-o-Peso, Estudos Antropológicos no mercado de Belém*, Org. W. Leitão, p. 41-68, Ed. NAEA-UFPA, Belém, 2010.

CARDOSO, Joel. *Pressupostos teóricos*, in Nelson Rodrigues, da palavra à imagem. São Paulo: Intercom, 2010: p. 27 a 35.

CONTAMINE, Phillippe. Século XIV-XV, In DUBY, Georges et ARIÈS, Phillippe, *História da Vida Privada. Da Europa Feudal à Renascença*. São Paulo, Cia das Letras, 1990.

COSTA LIMA, Luiz. *Mímesis: desafio ao pensamento*. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2000.

COSTA LIMA, Luiz. *Mímesis e modernidade*. (2003). São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2003.

COSTA LIMA, Luiz. *Mímesis e a reflexão contemporânea*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2010.

COSTA LIMA, Luiz (org.). *Mímesis e a reflexão contemporânea*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2010.

CORIAT, Benjamin e WEINSTEIN, Olivier Simon. La construction sociale des marchés in *La lettre de la régulation*, nº 53. Consultado em: [http://www.lyc-arsonval-brive.ac-limoges.fr/jp-simonnet/IMG/pdf/marche\\_LR53.pdf](http://www.lyc-arsonval-brive.ac-limoges.fr/jp-simonnet/IMG/pdf/marche_LR53.pdf). 2005. Acessado em 05/11/2011.

DEWEY, John. *El arte como experiencia*. Barcelona, Ed. Paidós Estética 45, 2008.

HUYGUE, René. *O poder da imagem*. Lisboa: Edições 70, 1998.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Campinas: Papirus, 1996.

LAVAUD, Laurent. *L’image*. Paris: Flammarion, 1999.

LE BEGURE, J.G. *Dictionnaire Iconologique, ou Introduction a la Connoissance des Peintures, Sculptures, &c. Ville de Lyon, Biblioth. du Palais des Arts*, 1956. Consultado em: [http://books.google.ca/books?id=VXoK2CgmnaoC&pg=PR7&hl=fr&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false](http://books.google.ca/books?id=VXoK2CgmnaoC&pg=PR7&hl=fr&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false), em 09 de março de 2013.

LEITÃO, Wilma. Mercado do Ver-o-Peso: práticas sociais no mundo do trabalho. In *Ver-o-Peso, Estudos Antropológicos no mercado de Belém*, Org. W. Leitão, p. 21-40, Ed. NAEA-UFPA, Belém, 2010.

LIMA, Maria Dorotéia. Patrimônio Cultural: os discursos oficiais e o que se diz no Ver-o-Peso. In *Ver-o-Peso, Estudos Antropológicos no mercado de Belém*, Org. W. Leitão, p. 41-68, Ed. NAEA-UFPA, Belém, 2010.

PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

SCHMITT, Arbogast (2010). *Mimesis em Aristóteles e nos comentários da Poética no Renascimento: da mudança do pensamento sobre a imitação da natureza no começo dos tempos modernos* in LIMA, Luiz C. (Org.) *Mimesis e a reflexão contemporânea*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2010: pp. 137 a 190.