



## GT 010. Antropologia da Economia

Arlei Sander Damo (UFRGS) - Coordenador/a  
 Eugênia de Souza Mello Guimarães Motta  
 Instituto de Estudos Sociais e Políticos) -  
 Coordenador/a, Gustavo Gomes Onto (UFRJ) -  
 Debatedor/a, Lúcia Helena Alves Müller (Pontifícia  
 Universidade Católica do Rio Grande dos Sul) -  
 Debatedor/a

Desde o nascimento da nossa disciplina os intercâmbios de objetos e riquezas, mediados ou não pelo dinheiro, as formas de valoração e de provimento das condições materiais de continuidade da vida foram objeto de descrição e interpretação a partir dos modos de vida dos outros. As teorias econômicas já tinham grande importância nas sociedades a partir das quais surgiu a antropologia e, nas últimas décadas, se tornaram uma verdadeira linguagem global. A importância dos especialistas, sejam acadêmicos ou gestores governamentais, nunca foi tão grande, tendo esses um papel preeminente no desenho de políticas de larga escala. Economia, portanto, concerne a uma multiplicidade de objetos, temas e possibilidades de abordagem que implicam, sempre, o questionamento sobre a própria definição sobre o que seja a economia ou que caracterize algo prática, teoria ou econômico. A Antropologia da Economia vem ganhando novo fôlego, com a organização de diversos eventos e publicações acadêmicas voltados a essa área de estudos. O objetivo do GT é propiciar um espaço dedicado a colocar em diálogo trabalhos que possibilitem explorar a multiplicidade de sentidos da economia, as diversas escalas de observação que ela permite e provoca e as ambiguidades e misturas que colocam em questão as fronteiras e limites do econômico, como a relação com as práticas familiares, a intimidade, a religião, o consumo, a dívida, a política, as moralidades e assim por diante.

### **Empreendedorismo de palco: A linguagem da liberdade no processo de self-making do sujeito empreendedor.**

**Autoria:** Louise Scoz Pasteur de Faria

Empreendedorismo de palco é um gênero brasileiro de literatura empresarial de caráter motivacional que mescla preocupações mundanas do cotidiano do empreendedorismo com um forte desejo por transcendência espiritual. São conselhos, dicas e expressões de efeito pouco atreladas a situações práticas, mas com forte carga sentimental e que fazem alusão ao infinito potencial de ação e imaginação que sujeitos, engajados em se tornarem empreendedores, deveriam acessar para tornarem seus sonhos realidade. Hoje, o gênero faz parte de uma indústria que mobiliza composto formado por setores do entretenimento, mídia e mercado editorial voltada para comercializar palestras, livros, vivências corporativas e todo tipo de conteúdo motivacional que tem como objetivo fomentar o comportamento empreendedor junto a um público leigo no Brasil. O fenômeno do empreendedorismo de palco pode ser considerado como parte de um movimento mais amplo de fusão de lógicas, técnicas e práticas de cunho espiritual no cotidiano profissional corporativo da operação de novos negócios que passou a atrair a atenção de pesquisadores como Carla Freeman (2014), Paul Heelas (2006; 2008), Daniel Fridman (2017) e Daromir Rudnycky (2010). Nessa comunicação, busco pensar o empreendedorismo de palco como parte de um processo de self-making que envolve a incorporação de uma visão de mundo fortemente fundamentada da ideia de liberdade e de unbounded self a partir das reflexões de minha tese (FARIA 2018), fruto de um work de campo etnográfico entre os anos de 2014 e 2017, no Brasil e no Reino Unido com jovens empreendedores e suas redes de investidores, consultores e experts ao longo do processo de concepção, estruturação e operação de suas empresas.



**Realização:**



**Apoio:**



**Organização:**

