



## 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.

### **Fazer festa é uma guerra. Reputação, gratidão e dívida em festas de casamento**

**Autoria:** Michele Escoura Bueno

Em 2015 o mercado especializado em festas de casamento faturou cerca de R\$ 17 bilhões no Brasil. Desde aquele ano, esse doutorado teve por objetivo compreender as relações mobilizadas no processo de organização desses eventos entre a periferia e o centro de São Paulo e Belém. Para a construção da etnografia, o material de análise foi produzido em work de campo aliando observação participante em lojas de vestidos de noiva a entrevistas em profundidade. No paper, proponho discutir a delicada imbricação entre dinheiro, bens e afeto na constituição de relações e reputações a partir das festas de casamento. Nas dinâmicas de produção do valor da festa, do peso afetivo impresso no convite e nas expectativas de retribuições, busco levantar questões sobre como as relações de aliança não excluem dinâmicas de poder e hierarquia. Fosse a família de um herdeiro varejista de Belém pagando R\$ 300 mil ou um cobrador de ônibus da zona leste de São Paulo juntando R\$ 20 mil, uma festa de casamento é sempre cara para quem a oferece. Oferecer um bom evento aos convidados depende de um esforço excepcional, um empenho de todos seus anfitriões em uma nova rotina de negociações e sacrifícios econômicos. Para manter o orçamento sob controle, gerenciar a lista de convidados é sempre a tarefa que se torna a principal batalha. Na trincheira, primeiros os anfitriões disputam entre si o poder de mando sobre o evento e, depois, decidem quem merecerá ou não participar da festa planejada para ser única e inesquecível. Pelo outro lado, entrar para o seleto grupo de convidados é inegavelmente ter um reconhecimento público de afeto e consideração. É ser querido. Entretanto, é também aceitar uma dívida que deverá ser retribuída. Presentes, presenças, apresentações pessoais, fotos, gentilezas e até engajamento digital se tornam elementos sob observação, controle e avaliação que, no limite, atestam o nível de comprometimento dos convidados não apenas com a festa, mas com os próprios anfitriões. Na dinâmica de trocas e manutenção de reputações entre anfitriões e



convidados que precisam merecer seus convites, não é raro que relações deslizem de amizades a inimizades e, inclusive, sejam ali desmotivadas ou desfeitas. Um convidado é também sempre um inimigo potencial. Contra ele pode ser estabelecido um preço mínimo para presentes, restrições de vestuário e até mesmo a contratação de seguranças para inibir roubos na mesa de doces. Dentro dessa ambivalência da relação em que a dádiva inaugura uma dívida, o sacrifício e a generosidade se tornam armas de apaziguamento dos conflitos e mediação das relações de poder entre quem dá e quem recebe a festa ? desde que, claro, não pareça ostentação. Aí a festa é guerra.



**Realização:**



**Apoio:**



**Organização:**

