



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.

Hospitalidade, dádiva e comércio moderno: impasses e ambiguidades em campos da teoria antropológica

Autoria: Luciana Freire Murgel

Uma das discussões mais importantes trazidas pelos estudos da Antropologia do Consumo é a relativização da lógica utilitária, desafiando a pretensão de uma racionalidade econômica que prega a separação da economia da sociedade. O objetivo desse artigo é apresentar parte dos resultados da pesquisa sobre o mercado de vinhos para minha tese de doutorado*, realizada a partir de uma etnografia em um comércio especializado da bebida, que destacam como a economia capitalista ocidental ainda sofre com falta de relativização, mesmo na disciplina antropológica, em relação aos preceitos do individualismo moderno. A partir do work de Gomes (2002) que me chamou atenção para a relação entre comércio e hospitalidade, o fazer etnográfico desse work levou-me à teoria da hospitalidade como chave interpretativa para as situações apresentadas na pesquisa de campo, com o objetivo de dar conta das especificidades do consumo de vinho de um grupo de pessoas das camadas médias altas do Rio de Janeiro. Nesse processo, deparei-me com diferentes teóricos da hospitalidade que questionam a existência de uma real hospitalidade no comércio. Diante dos desacordos teóricos, que refletem diferentes interpretações dadas ao Ensaio sobre a Dádiva de Mauss (1974), proponho refletir as relações entre trocas econômicas e trocas de dádivas, a partir dos dados etnográficos. Ao mostrar que as trocas de dádivas é algo que compreende o próprio negócio do vinho, apresento como dádiva e as trocas comerciais não são antônimas, revelando uma dificuldade na teoria antropológica de se considerar a dádiva e o consumo como fatos sociais totais numa realidade formada por crenças modernas em que o individualismo ideológico e a autonomia da economia de mercado são visões preponderantes. Retomo as propostas de Caillé (1998) e Godbout (1998) de pensar a dádiva como um paradigma metodológico alternativo ao individualismo e ao holismo, mas redireciono a visão desses autores



para o mercado e consumo modernos, onde a ambiguidade da dádiva e a complexidade da relação entre indivíduo e sociedade se fazem mais evidentes. *Tese desenvolvida no PPGA da Universidade Federal Fluminense com financiamento da Capes. REFERÊNCIAS CAILLÉ, A. Nem holismo nem individualismo metodológicos: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. v. 13, n. 38, 1998. GODBOUT, J. T. Introdução à dádiva. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. v. 13, n. 38, 1998. GOMES, L. G. Comércio étnico em Belleville: memória, hospitalidade e conveniência. *Estudos Históricos (Rio de Janeiro)*, RIO DE JANEIRO, v. 29, p. 187-207, 2002. MAUSS, M. Ensaio sobre a Dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: EPU/Edusp, 1974.

[Trabalho completo](#)



Realização:



Apoio:



Organização:

