



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.

Mães e empreendedoras: sobre fluxos de trocas entre famílias e amigas (virtuais) gerando negócios em São Luís, Maranhão

Autoria: Rejane Valvano Corrêa da Silva

As agentes sociais que venho estudando são mães e empreendedoras, donas de micro ou pequenas empresas, ou simplesmente donas de sua mão de obra, que vendem produtos e realizam diversas trocas entre si e a partir de dois grupos virtuais. Algumas mães, para além do desafio de manterem seus empregos enquanto aprendem a ser mães (a maioria é primípara), decidem aumentar sua renda com negócios (in)formais. São novas consumidoras que trocam informações sobre diferentes métodos de criação, objetos e serviços, pois diante da maternidade surgiram demandas como copos que não vazam, consultorias de sono, livros sobre criação com apego, brinquedos educativos, roupas e acessórios para suas crias. Junto com o puerpério, o luto da vida sem filhos e o aumento dos gastos, decidiram juntar o útil ao agradável: transformando esses desafios em negócios numa rede de solidariedade que mistura valores e práticas tipicamente capitalistas (no sentido de abrirem seus negócios e venderem produtos ou serviços) com redes de ajuda entre familiares e amigos (virtuais) que também realizam trocas conforme lógica da reciprocidade. Como essas mães conseguem ter seus negócios significando simultaneamente uma forma de se empregar e de possibilitar exercer a maternidade de perto? Essa pesquisa é um desdobramento de pesquisa anterior sobre microempreendedores em São Luís. Em maio de 2017 fui convidada a participar de um grupo do WhatsApp cujo objetivo é empoderar mães através da ajuda entre si de informações no aplicativo citado. Meses depois participei de uma aula de nataçao para bebês onde conheci outras recém mães, a professora criou um grupo no mesmo aplicativo para divulgar e discutir acerca de estimulação ao desenvolvimento dos bebês. Dentre as várias mães que participam destes grupos, algumas são empreendedoras. Estas são o foco do estudo, embora também me interesse estudar esses ambientes virtuais como contextos nos quais



acontecem muitas trocas a fim de identificar os diversos fluxos: informações e troca de afetos não são mediadas pelo dinheiro, mas comidas, fotografias, acessórios para os bebês, sim. Quando alguma de nós descobre que há uma mãe carente que está grávida ou que acabou de ter seu filho, são divulgados os dados e muitas cooperam com doações de objetos (fraldas, roupas) ou dinheiro em espécie. Assim, através de conversas informais, entrevistas semiestruturadas e participação em eventos (feiras de negócios, piqueniques e aulas), tive como objetivo: a) compreender as relações entre escolhas do que vendem e a maternidade; b) identificar o que o dinheiro (não) compra nessas relações; c) analisar até que ponto o lucro é um fim do negócio.



Realização:



Apoio:



Organização:

