



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.

Ter pessoas na venda: olhares etnográficos a partir do Haiti e da República Democrática do Congo

Autoria: Rosa Cavalcanti Ribas Vieira, Felipe Evangelista

O presente work propõe um contraste entre duas etnografias realizadas com mulheres comerciantes no Haiti e na República Democrática do Congo para discutir a noção de "pessoa minha" (moun pa-m ou moun mwen em crioulo; mutú nangai em lingala). O nosso objetivo é fazer um levantamento dos contextos em que estas expressões foram mobilizadas para realizar um exercício de aproximação e diferenciação, através do qual se observará: quais relações são definidas por estas categorias, os significados de se ter pessoas, quais os usos e extensões destas categorias no comércio, quais as implicações de se ter pessoas, quais são os vínculos, obrigações e expectativas entre pessoas que são umas das outras, o que circula (dinheiro, objetos, produtos, parentes) nessas relações. Os works de campo feitos na comuna de Belladere (Haiti central) e na cidade de Matadi (província do Congo Central), centraram-se no acompanhamento e participação cotidiana no universo da venda de produtos diversos da qual dependem muitas casas haitianas e congolesas. As notas etnográficas resultantes destas pesquisas indicam que estas categorias são mobilizadas entre as comerciantes para fazer referência às relações com pessoas que não são consideradas necessariamente parentes, mas que são vistas como relações de confiança, de amizade e, muitas vezes, de parceria e cooperação na venda. Todavia, sugerimos que estas relações devem ser compreendidas tendo em vista a associação das categorias moun pa-m e mutu nangai a outras noções que remetem ao compartilhar, comer e viver junto, como, por exemplo, a expressão fanda em lingala. Neste sentido, a presente discussão permitirá transitar entre a antropologia econômica e a antropologia da casa e do relatedness, sugerindo uma perspectiva crítica dos debates sobre economia informal e "économie de la débrouille". Paralelamente, colocar as já citadas pesquisas etnográficas em diálogo possibilitou duas reflexões que percorrem este work. De um lado, viabiliza problematizar o olhar



etnográfico, fazendo-nos pensar por quais motivos ambas etnografias se depararam com categorias que remetem a uma mesma tradução (pessoa minha) e nos indagarmos se isso não seria resultado de observações "direcionadas", estruturadas por uma mesma literatura antropológica. De outro lado, também permite discutir sobre etnografia e envolvimento. As análises do cotidiano das comerciantes se desenvolveu à medida que fomos incluídos no universo de relações de proximidade de nossos interlocutores. Passamos a ser vistos enquanto parte da família e da casa ou também como possíveis parceiros nos negócios, sendo classificados, por vezes, como "pessoa deles", "branco/a deles", "do mesmo sangue", "mesma pessoa", o que nos colocou numa série infinita de trocas.

[Trabalho completo](#)



Realização:



Apoio:



Organização:

