Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas
Departamento de Antropologia

A Associação Verde Marinho – Uma discussão sobre os conceitos de dádiva, mercadoria e identidade em um contexto quilombola.

Maria Augusta Rodrigues de Oliveira

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharelado do Curso de Antropologia da Universidade Federal de Minas Gerais.

Orientador: Prof. Dr. Aderval da Costa Filho

Belo Horizonte, dezembro de 2015

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer a todos os membros da comunidade quilombola Marinhos, em especial às artesãs da Associação Verde Marinho e à família do Senhor Antônio Cambão que muito gentilmente me recebeu. Agradeço por compartilharem um pouco de sua história, sofrimentos, dores, sonhos, aspirações e momentos maravilhosos.

Agradeço também à professora Rosalba Lopes e aos meus amigos do Inhotim que contribuíram de diversas formas para o início dessa discussão. Gostaria de mencionar principalmente minha amiga Keila Moreira, que realiza pesquisas com artesanato e arte, principalmente com as artesãs e artesãos do Vale do Paraopeba, e que foi de grande ajuda e inspiração.

À minha família que sempre esteve presente e feliz com minhas conquistas. Aos meus amigos com quem pude compartilhar minhas dúvidas, angústias, ideias e descobertas, o que foi muito importante para a construção desta monografia.

À Ângela Murakami que muito atenciosa sempre esteve disposta a ajudar a resolver todos os problemas burocráticos desde o início do curso. Ao meu professor e também orientador Aderval Costa Filho pelos ensinamentos e por fim à Professora Dra. Karenina Andrade Vieira por ter aceitado participar dessa discussão.

RESUMO

O propósito desta monografia é discutir os conceitos de dádiva e mercadoria assim como foram apresentados na teoria antropológica e como se relacionam com a produção artesanal em um contexto quilombola. Em uma realidade onde a reafirmação de sua identidade se faz presente a cada dia para os membros da comunidade, tento mostrar como esses aspectos se apresentam no trabalho das artesãs. Procurei mostrar também como o grupo de artesanato se encontra inserido em um campo de relações tanto com as outras comunidades locais quanto com organismos externos, tais como a Prefeitura de Brumadinho e o Instituto de Arte Contemporânea e Jardim Botânico Inhotim.

Palavras-chave: artesanato, dádiva, mercadoria, quilombo, Marinhos, Inhotim

ABSTRACT

The purpose of this monograph is to discuss the concepts of gift and commodity so as they have been presented in anthropological theory and how they are related to the artisanal production in a quilombola context. In a reality where the reaffirmation of its identity make itself present each day for the members of the community, I try to show how this aspects feature in the work of the artisans. I also tried to show how the group of artisans is inserted in a field of relations with the other local communities as well with external organizations, such as the City Hall of Brumadinho and the Institute of Contemporary Art and Botanical Garden Inhotim.

Keywords: handicraft, gift, commodity, quilombo, Marinhos, Inhotim

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 01: Mapa de Marinhos p.11

Imagem 02: Igreja de Marinhos e Casa Paroquial p.19

Imagem 03: Festa de São Benedito e N. Sra. do Rosário p.19

Imagem 04: Estação de Trem de Marinhos p.20

Imagem 05: Dança da Peneira p.20

Imagem 06: Boneco Verde Marinho p.42

Imagem 07: Bonecas Verde Marinho p.42

Imagem 08: Boneca e Etiqueta da Marca Verde Marinho p.51

Imagem 09: Leide e Sr. Antônio Cambão p.59

Imagem 10: Nair, Casa Paroquial, Sede da Associação Verde Marinho p.59

Imagem 11: Bolsas Verde Marinho p.60

Imagem 12: Bonecas Verde Marinho p.60

Imagem 13: Leide, Dança da Peneira, Festa da Colheita p.61

Imagem 14: Artesãs na Casa Paroquial, Sede da Associação Verde Marinho p.61

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO …….....…….. p.6

CAPÍTULO 1:

Marinhos …….....…… p.9

CAPÍTULO 2:

2.1 Malinowski e o estatuto dos objetos na antropologia econômica …….....……... p.21

2.2 O debate substantivistas x formalistas …….....…….. p.27

2.3 O debate dádiva x mercadoria ……...…....…… p.31

CAPÍTULO 3:

3.1 A Associação Verde Marinho ……..……. p.39

3.2 Além de dádivas ou mercadorias ……...……...……. p.43

3.3 Sobre identidade, artesanato e intencionalidade …….....…….. p.47

3.4 A relação com o Inhotim …….…….. p.52

CONSIDERAÇÕES FINAIS ……..…… p.58

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS …..……..…… p.62

INTRODUÇÃO

Meu primeiro contato com a comunidade quilombola de Marinhos, cujo reconhecimento enquanto “comunidade remanescente de quilombos” pela Fundação Cultural Palmares ocorreu em 2010, se deu com o apoio da Diretoria de Inclusão e Cidadania do Instituo Inhotim, localizado em Brumadinho/MG, onde tive a oportunidade de participar de um projeto de iniciação científica em 2013. Dentre os projetos em que me envolvi estava a criação de um centro de memória cujo objetivo era reunir material sobre as comunidades tradicionais do vale do Paraopeba e região, moradores de Brumadinho, história local, relatos de vida, fotos, manifestações culturais e religiosas, festas, entre outros tipos de dados e registros.

No primeiro capítulo desta monografia farei uma contextualização de Marinhos, que se localiza a 30 quilômetros do município de Brumadinho, situado na região metropolitana de Belo Horizonte/MG. A partir dos dados apresentados no Mapeamento da Comunidade de Marinhos, em 2012, a comunidade contava com 186 moradores, distribuídos em 54 domicílios.

Desde o início do meu contato com a comunidade logo me chamaram a atenção os trabalhos realizados pelas artesãs da Associação Verde Marinho. Dentre esses trabalhos se destaca a produção de bonecas de pano, sendo que o fato mais interessante é que elas representam personalidades da própria comunidade de Marinhos, recebendo até mesmo seus nomes, como Antônio, Leide, Maria Pretinha, Maria Hilda (Hildinha), Maria Ivone e a Maria Mônica (que também possui uma almofada em sua homenagem).

Além do fato de serem confeccionadas com tecido preto, representando a cor da pele dos moradores da comunidade, que é formada por quilombolas, as bonecas apresentam traços que remetem à Guarda de Moçambique e ao Congado de Marinhos, dentre outros objetos locais, como a peneira de palha, que é um artigo fundamental para a dança da peneira, tradicional da Festa da Colheita local. As artesãs acreditam na importância dos produtos para identificação do grupo ao qual pertencem, por abarcarem características próprias de seu trabalho, que já era desenvolvido informalmente antes da implantação de uma cooperativa. Isso se reflete na busca constante da reafirmação da identidade quilombola entre seus membros, que pode ser percebida de várias formas e será discutida mais detalhadamente nos próximos capítulos.

Nesse contexto iniciei a pesquisa, que tem como objetivo levantar questionamentos com relação ao estatuto dos objetos tidos como "bens" em diferentes contextos, tal como vem sendo abordado pela antropologia, classificados ou como dádiva ou como mercadoria, o que será melhor desenvolvido no capítulo 2. Inicio a discussão situando o próprio surgimento dos estudos em antropologia econômica, com a análise de Bronislaw Malinowiski (1920, 1978) das trocas cerimoniais e econômicas entre os trobriandeses, que, juntamente com Marcel Mauss (2003), apresenta a noção de reciprocidade em contraposição às trocas mercantis.

A partir desse ponto faço então uma apresentação de como as correntes formalista e substantivista interpretam essa questão, através de seus principais expoentes, Raymond Firth e Karl Polanyi respectivamente. Este foi um grande debate, que teve como principal questionamento quais seriam as bases teóricas e metodológicas a serem adotadas pelos estudos em antropologia econômica.

Essa oposição, entre economia no sentido formal e no sentido formal, foi primeiramente introduzida por Polanyi em "A Grande Transformação" (1980). O sentido formal se refere à lógica racional de mercado, se aplicado ao contexto capitalista, enquanto o sentido substantivo se volta aos meios de subsistência do homem a partir de seu meio social e natural.

Mais recentemente, as questões que envolvem os conceitos de dádiva e mercadoria foram apresentadas por Cris Gregory (1982), que se baseou nas definições de Mauss e Marx. Ele faz uma distinção entre economia da dádiva e economia mercantil, as quais se referem ao tipo de troca mais frequente em determinada sociedade. Logo em seguida apresento a crítica feita a essas interpretações por Arjun Appadurai (2008), que tem linha de reflexão baseada em regimes de valor e vê a mercadoria como um estado da vida de um objeto.

A partir desses debates tentei fazer alguns questionamentos tais como: até que ponto os instrumentos da ciência econômica ocidental são aplicáveis à compreensão da forma da produção, distribuição e mesmo da organização de outras sociedades, das sociedades não ocidentais e não capitalistas? Podemos repensar os bens produzidos dentro de um sistema capitalista para além do entendimento de mercadorias como proposto por Mary Douglas e Baron Isherwood em "O Mundo dos Bens" (2004)? Ao se propor uma antropologia do consumo, eles veem os bens consumidos não somente como objetos, mas como mensagens e relações que eles representam. Ainda, segundo eles, a ciência econômica deveria levar em conta a "função comunicativa dos bens", de forma a considerar o consumo como as escolhas das mensagens que desejamos passar e das relações que desejamos estabelecer.

Como a globalização se tornou uma realidade, não faz mais sentido se pensar em uma grande divisão entre economias de mercado e economias sem mercado, entre o ocidente e o resto do mundo. É preciso se pensar em uma variedade de trocas, baseadas nas relações e ressignificações locais (SAHLINS, 2004). Nesse sentido, apresento a Associação Verde Marinho no último capítulo, como seus produtos estão ligados à reafirmação da identidade quilombola das artesãs, suas demandas e relações com o Inhotim, entidade que exerce uma influência significante no trabalho do grupo assim como dentro de toda a comunidade de Marinhos.

A maior parte do material utilizado na pesquisa foi adquirido através do acervo do Centro de Memória do Instituto Inhotim, como o mapeamento da comunidade, relatórios, fotos, vídeos, narrativas de vida e entrevistas, tanto com os moradores quanto com as próprias artesãs. Conversei também informalmente com alguns membros da comunidade e da Associação Verde Marinho, assim como outros pesquisadores que se interessam por artesanato e por Marinhos, mas como dito acima, grande parte dos dados aqui utilizados e citados forma obtidos através desse acervo.

Atualmente, juntamente com outros pesquisadores e membros da comunidade, estou envolvida em discussões para o desenvolvimento de um projeto de capacitação das artesãs, que surgiu devido às demandas apresentadas por elas. Esse projeto faz parte de um outro projeto maior, envolvendo toda a comunidade, com fins na criação de um centro cultural, que também vai ao encontro com as demandas dos próprios moradores. Este novo projeto abrange áreas como agricultura orgânica (produção de pesticidas e fertilizantes orgânicos) tanto como o tratamento das plantas, congado, oficinas de percussão, batuque e fabricação de instrumentos, recuperação do carnaval, que foi introduzido na comunidade por uma antiga parteira, mãe da Sra. Leide, na década de 1960, receitas locais, história oral, etc.

A intenção da pesquisa foi então fazer, além de problematizar o objeto do que se denominou como sendo “antropologia econômica”, desenvolver uma discussão dos conceitos de dádiva e mercadoria em um contexto quilombola, bem como sobre a relação dos objetos com a auto-afirmação identitária do grupo. Tentei fazer algumas reflexões em como as artesãs se apropriam do trabalho artesanal para se representar fora comunidade enquanto quilombola, abarcando elementos de suas práticas e tradições nos próprios objetos. Além disso, tentei mostrar como os conceitos de dádiva e mercadoria poderiam se dar nesse contexto e como se apresentam as demandas do grupo em relação com outros organismos, como a Prefeitura local e o Instituto Inhotim.

CAPÍTULO 1

Marinhos

Neste capítulo me proponho a fazer um breve histórico, explicando um pouco como a comunidade quilombola de Marinhos foi formada historicamente e é constituída na atualidade, suas relações internas e externas, suas formas associativas, suas demandas, etc. A maioria dos dados aqui utilizados foram obtidos através do mapeamento da comunidade feito em 2012, pela Diretoria de Inclusão e Cidadania do Instituto Inhotim, e do diagnóstico social participativo feito em 2011 pelo IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas).

Explico também um pouco da noção ou conceito de "quilombo" na antropologia. Como se sabe, o termo quilombo, a partir da Constituição de 1988, deixou de significar exclusivamente marcadas por vestígios arqueológicos e históricos, ou comunidades formadas por escravos fugidos durante o período colonial, para também englobar àquelas comunidades, mesmo formadas após a abolição formal da escravatura em 1888, que constituem núcleos de resistência à exclusão histórica sofrida, se relacionam com seu território de forma tradicional e que possuem elementos diacríticos que as identificam com elementos simbólicos, religiosos, culturais de ascendência africana. Esta nova acepção do termo também é uma ferramenta de luta da qual essas comunidades podem lançar mão no embate contra os invasores e expropriações de seu território de seus direitos constituídos.

> O quilombo, então, na atualidade, significa para esta parcela da sociedade brasileira sobretudo um direito a ser reconhecido e não propriamente e apenas um passado a ser rememorado. Inaugura uma espécie de demanda, ou nova pauta na política nacional: afro-descendentes, partidos políticos, cientistas e militantes são chamados a definir o que vem a ser o quilombo e quem são os quilombolas. A partir da Constituição Federal promulgada em 1988, cujo artigo 68 das Disposições Transitórias prevê o reconhecimento da propriedade das terras dos "remanescentes das comunidades dos quilombos", o debate ganha o cenário político nacional. Por trás de algumas evidências, pistas e provas, surgem novos sujeitos, territórios, ações e políticas de reconhecimento (LEITE, 2000, p.335).

O reconhecimento da autoidentificação de Marinhos como comunidade quilombola pela Fundação Palmares ocorreu em 04/11/2010, ato publicado no DOU (Diário Oficial da União). Encontramos em Marinhos uma forte relação de seus membros com essa questão da

identidade, a qual eles estão reafirmando e ressignificando o tempo todo enquanto forma de estabelecer uma posição de real importância frente às comunidades que estão em volta, assim como à Prefeitura local, por exemplo, e também o Instituto Inhotim. O passado de sofrimento e luta é uma marca carregada pelos mais velhos, como dito pela Sra. Leide, em conversa que tivemos em sua casa em 2015: "Quando a gente era criança, a gente achava que sofria tanto porque era pobre e preto e que era assim que as coisas eram mesmo, agora que a gente entende melhor as coisas, sabe que não é bem assim". A apropriação da categoria quilombo e autoafirmação identitária como quilombola foi fundamental para que se estabelecessem, na sua visão, como lugar e comunidade de real importância, como se dessem novo significado ao que sempre foram.

Marinhos está situada no distrito de São José do Paraopeba, parte do município de Brumadinho/MG, localizando-se a 26 Km da sede do município e a 62 Km de Belo Horizonte/MG. Hoje, a comunidade conta com aproximadamente oitenta famílias, sendo que todos os membros se conhecem. A área total ocupada, em hectares, é desconhecida por eles, sendo que esta fora no início muito maior que a atual. Segundo relatado por alguns moradores, a troca de terras entre os habitantes da região como pagamento de dívidas foi muito comum no passado, o que pode ter sido um fator responsável pela diminuição do tamanho do território. Marinhos possui uma igreja dedicada a Nossa Senhora da Conceição, onde a missa é celebrada por um padre que vem de fora duas vezes por mês, uma escola municipal, um posto de saúde e uma agência dos correios, locais frequentados não são só por seus membros, mas também pelos moradores das comunidades vizinhas, como Rodrigues, Ribeirão, Colégio, etc.

Segue abaixo o mapa de Marinhos, onde foi realizado um Censo Demográfico em 2010, sendo pesquisados todos os domicílios da comunidade:

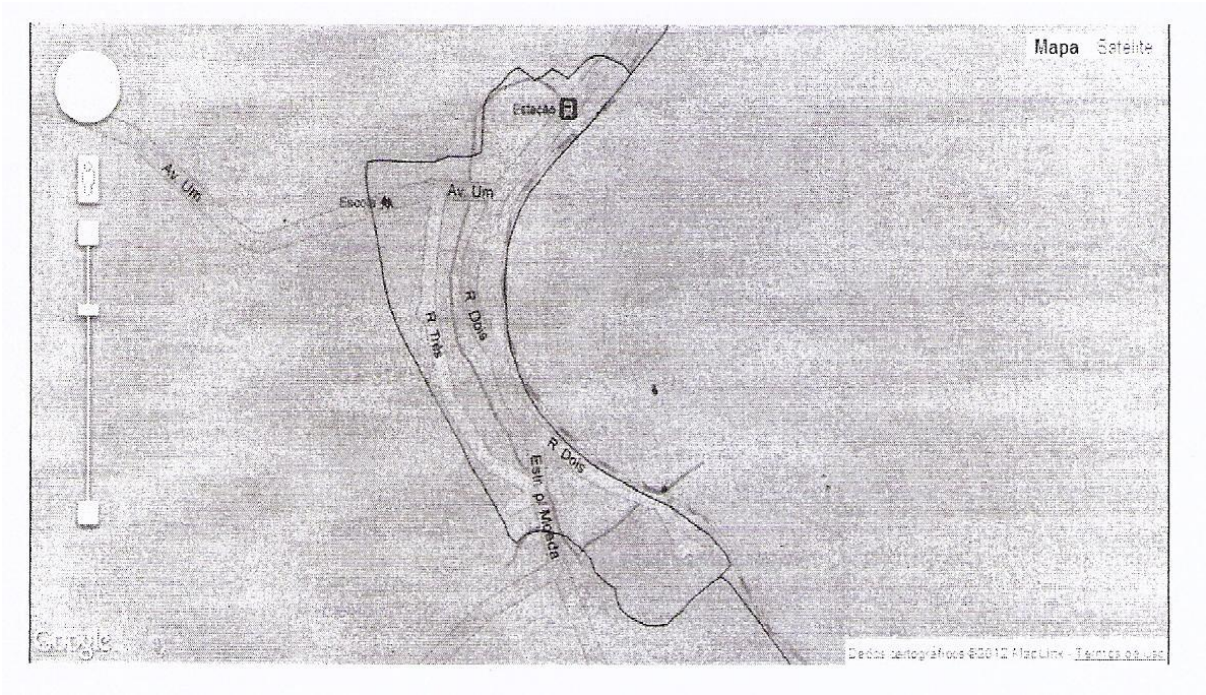

Imagem 01: Mapa de Marinhos. Fonte: Mapeamento de Marinhos, Inhotim, 2012

De acordo com alguns relatos colhidos na comunidade (UNIBH, 2011), durante o período escravocrata havia várias fazendas destinadas à criação de gado na região de entorno de São José do Paraopeba, sendo algumas delas a fazenda do Antônio Hermenegildo, a fazenda dos Maia, a fazenda do Zé Diogo e a fazenda dos Martins. Essa última, que também aderira ao comércio de escravos, ficou por isso conhecida como a Fazenda dos Escravos.“Aprendi a falar fazenda dos escravos com meu avô Joaquim Jerônimo e minha mãe Olandina, por isso falo Fazenda dos Escravos” (Antônio Cambão, UNIBH, 2011).

De acordo com a Sra. Nair de Fátima Silva (UNIBH, 2011), foi a família do Sr. José Jerônimo, saída da Fazenda dos Martins, que iniciou a ocupação na região conhecida como Açudinho, seguindo depois para São José do Paraopeba, quando foi construída a igreja matriz. Depois, finalmente se estabeleceram em Marinhos, na região que era chamada de Varginha, sendo que neste início a comunidade contava com pouco mais de quinze casas.“Onde eu nasci, em Varginha, eles falavam que era uma família só, a do Joaquim Jerônimo. E cada casa tinha um pilão onde eles socavam o café e o arroz. Parecia uma orquestra. Parecia que eles todos combinavam uma hora e socavam o café” (Antônio Cambão, UNIBH, 2011).

O terreno onde hoje se localiza a escola, o campo de futebol e a igreja foi doado pelo Sr. Antônio Hermenegildo, fazendeiro na região. A partir de 1917, com a construção de uma linha férrea passando pela área da comunidade para o transporte de lenha, gado e leite, itens

importantes para a atividade econômica na época, ocorreu um segundo povoamento da comunidade. Uma das hipóteses que justifica o nome dado ao quilombo tem ligação com esse momento, sendo que Marinho é o nome do engenheiro responsável pela construção da linha de trem (UNIBH, 2011).

Não existem muitas informações, nem orais nem escritas, que contem a história local, mais uma consequência das marcas deixadas pelo passado de exclusão. Como explicado pelo Sr. Cambão (UNIBH, 2011), os antigos moradores, que constituíram inicialmente a comunidade, se recusavam a falar sobre o passado. “Quando eu perguntava um pouquinho mais eles não gostavam de estar passando. Creio que era por causa do sofrimento.”

O mesmo processo é constatado por Costa Filho (2008), sobre a comunidade quilombola do Gurutuba, situada no norte de Minas.Os Gurutubanos também, “não obstante a condição de raça e cultura, não guardam lembrança dos tempos dos escravos fugidos, dos tempos remotos da escravidão, nem mesmo dos embates que demarcaram a sua diferença e relativo isolamento” (p. 85). Segundo o autor:

> Neste contexto relacional, em que os Gurutubanos encontram-se em contato com outras categorias identitárias, relaciono esta “amnésia” ao que Rousso, 1987 (apud Woortmann E., 1998) entende por “memória enquadrada”, onde a negação ou o silêncio é um esforço de justificação e evitação do estigma, isto é, um esforço de integração legítima dos descendentes daqueles homens numa ordem moral. (COSTA FILHO, 2008, p.85).

Foi somente em 1988, ano de comemoração do centenário da abolição da escravatura, que foi inserido um artigo na Constituição Brasileira para garantia dos direitos territoriais das comunidades quilombolas. Ao se problematizar a ideia de uma nação brasileira homogênea, formada pela “mistura”, novas identidades coletivas foram ganhando visibilidade, emergindo como sujeitos políticos que passam a buscar seu direito à diferença, ao reconhecimento, e às políticas públicas específicas, como a que consta no artigo 68 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (NUQ-UFMG, 2009). Afirma assim o referido artigo: "Aos remanescentes das comunidades dos quilombos que estejam ocupando suas terras é reconhecida a propriedade definitiva, devendo o Estado emitir-lhes os títulos respectivos". Dessa forma, com este artigo, a Constituição Federal deu uma oportunidade de inclusão na política fundiária aos grupos étnicos que não possuíssem territórios regularizados.

E segundo o Art. 2° do Decreto Federal 4887/2003, comunidades remanescentes de quilombo são caracterizadas como: "grupos étnico-raciais, segundo critério de auto atribuição, com trajetória histórica própria, dotado de relações territoriais específicas, com

presunção de ancestralidade negra relacionada com a resistência a opressão histórica sofrida". Dessa forma, podemos dizer que a auto definição do próprio grupo enquanto comunidade tradicional e quilombola, ou seja, a apropriação dessa identidade, e constitui em um fator fundamental, assim como outras características recorrentes como "a existência de regimes de propriedade comum, o sentido de pertencimento a um lugar, a procura de autonomia cultural e práticas adaptativas sustentáveis..." (LITTLE apud COSTA FILHO, 2015).

Assim, as comunidades remanescentes de quilombos se inserem no contexto dos povos e comunidades tradicionais, reconhecidos por Decreto Presidencial nº 6040, de 7 de fevereiro de 2007. Em seu artigo 3°, este Decreto define "povos e comunidades tradicionais", como:

> (...) grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição" (apud COSTA FILHO, Aderval, 2015, no prelo).

De acordo com a legislação colonial, um quilombo significava um local de reunião de escravos fugidos que se organizavam social e economicamente de forma autônoma, sendo que o nome estava carregado de significações negativas como "local dos fora da lei", dos "marginais". É então necessário modificar a visão histórica e arqueológica que o conceito de "quilombo" traz inicialmente e que coloca esses grupos somente enquanto sobrevivências de um passado colonial, e procurar percebê-los enquanto um fenômeno de processos atuais (NUQ-UFMG, 2009).

A valorização da identidade negra no Brasil é algo recente, que vem, como mencionado acima, junto a uma nova apropriação do termo "quilombo", no sentido de definir as "comunidades negras expostas a históricos de discriminação e descaracterização, desejosas de recuperar seu sentido de grupo e reforçar positivamente os traços que as distinguem da população envolvente" (NUQ-UFMG, 2009). Nesse sentido, a ampliação do sentido do termo traz consigo a ideia de incorporação de todas as comunidades cujas identidades e territórios se relacionam diretamente com a opressão histórica vivida, consequência da exclusão advinda desde o processo escravista.

De acordo com o NUQ-UFMG (2009), existem certos elementos que funcionam como definidores de identidades emergentes, resultantes de processos históricos mais

contemporâneos, e que seriam tão legítimas e potencialmente tradicionais como as identidades consideradas ancestrais. Seriam alguns desses elementos:

> - Ancestralidade africana e/ou afro/brasileira.
> - Relações de parentesco entre os membros das comunidades.
> - História de ocupação do território que os relaciona com a resistência à opressão histórica sofrida. Muitas vezes esta história é contada por uma espécie de "mito de origem", que tem um significado simbólico sobre a identidade do grupo.
> - Vínculos históricos e culturais com o território que ocupam, possuindo formas específicas de se apropriar e se reproduzir socialmente neste espaço.
> - Utilização, não necessariamente coletiva, do território e dos recursos naturais.
> - E em alguns casos, manifestações culturais e até religiosas de matriz africana.
> (NUQ-UFMG, 2009, p.20).

No caso de Marinhos, sua auto imagem está fortemente assentada nos laços atuais de parentesco, no território ocupado e em como esse território é vivido, através da produção das festas, encontros, oficinas, eventos promovidos para agregar a comunidade e transmitir conhecimento e narrativas de vida, música, etc. Essas são algumas formas através das quais estão constantemente se reafirmando enquanto quilombolas, ao se associarem com elementos diacríticos de origem negra/africana.

A comunidade de Marinhos em si é bastante festiva, sendo que grande parte das celebrações é em homenagem a santos católicos e estão ligadas às Guardas de Congado ou Moçambique. Alguns exemplos dessas festas são: festa em homenagem a São Sebastião (no mês de janeiro); a festa de Nossa Senhora da Santa Cruz (em maio); logo em seguida acontece a festa da Colheita, geralmente realizada em junho; festa para São Benedito (no mês de agosto); Nossa Senhora do Rosário (em outubro); e Nossa Senhora da Conceição no mês de dezembro, quando também acontece a adoração do Natal. Outras festas importantes, não de caráter religioso, que ocorrem na comunidade são o Carnaval, a Festa Junina, o Festival da Canção em setembro e a comemoração do dia da Consciência Negra, que ocorre em novembro.

A Festa da Colheita, com desfile de carros de boi, começou a ser celebrada em 2007, em consequência da celebração da colheita realizada pelo grupo de plantio comunitário que existe na comunidade há cerca de 29 anos. O Grupo de Roça surgiu quando oito famílias se juntaram para plantar milho, arroz e feijão, para ajudar outras duas famílias que estavam passando por necessidades. Hoje, o número de famílias permanece e a produção é dividida entre os componentes do grupo, que procuram tornar a produção totalmente orgânica.

Em 2009 a Universidade Federal de Viçosa firmou uma parceria com a comunidade para o projeto intitulado "*Grupo de Roça - Quem planta e cria tem alegria*". Foi apresentado aos membros do grupo formas alternativas para a produção de adubo orgânico e para o tratamento do solo, das plantas e dos animais. Foi também ministrado um curso sobre agropecuária orgânica e homeopatia. Sobre o grupo e a festa, explica a Sra. Leide:

> Temos um grupo de roça comunitário onde nove famílias plantam juntas há mais de 25 anos. Criamos pensando em como ajudar as famílias de duas viúvas. Então montamos um grupo para plantar milho, feijão e arroz. Convidamos e começamos a plantar. A gente ia pra roça, preparava a terra, que era à meia com o fazendeiro, fazíamos tudo, e ajudamos uns aos outros até a colheita. Na hora da colheita tudo era dividido igualmente para todo mundo: e era aquela festa. (...) a gente começou a fazer a festa para celebrar o alimento, que é tão importante para nós. Comecei a pensar na minha avó, na minha bisavó, como elas trabalhavam, como plantavam, como viviam. Fui buscar nos antepassados, como se vestiam, como cuidavam do café, do feijão, do arroz. Aí criei a dança da peneira baseada no trabalho do povo aos moldes antigo, põe lenço na cabeça e faz a dança com música falando da realidade do grupo, como aconteceu, como foi o sofrimento. Na celebração os homens participam com enxadas, balaio, pilão, panela, peneira tudo que a gente usa no trabalho na roça
> (UNIBH, 2011).

Podemos dizer que, dessa forma, no caso de Marinhos, mesmo que essas características sejam de certa forma recentes, consequências de processos históricos mais contemporâneos, podem sim serem apropriadas enquanto marcadores da identidade da comunidade. Ao serem materializadas na forma de crenças e práticas de forma cotidiana, essas características se configuram como do modo de vida local, podendo ser acionadas para definir e afirmar sua identidade enquanto quilombola.

De acordo com Costa Filho (2008), devemos considerar que as diferenças para se definir uma "contrastividade cultural" (CARDOSO DE OLIVEIRA, 1972) devem ser consideradas significativas para os próprios atores sociais, sinais diacríticos, e não definidas por um observador externo. No caso de Marinhos, os elementos apresentados pelos comunitários são as festas, a música, as receitas, as forma de cultivar, a religiosidade, os objetos produzidos pelas artesãs, dos quais falarei mais detalhadamente no capítulo 3, dentre outros, que são apresentados e enfatizados pelos próprios membros enquanto sinais ou critérios de pertença.

Falando em “contrastividade cultural”, a relação de Marinhos com outras organizações atuantes na comunidade é bem forte e constante. Segue abaixo algumas formas como essas organizações atuam na comunidade, de acordo com o Diagnóstico Social e Participativo feito pelo IBASE (2011):

Associação Comunitária de Moradores e Amigos de Marinhos: responsável pela organização das seguintes atividades: Quadrilha, o Festival da Canção, da marca “Mulata que Planta” (venda de doces, fubá, arroz e milho) e o “Mova Brasil” (curso de alfabetização de jovens e adultos - EJA). De acordo com os moradores é a “voz da comunidade”, sendo também responsável pela ligação da comunidade com a Prefeitura de Brumadinho, com as comunidades do entorno e com o Instituto Inhotim, entre outros eventuais parceiros.

Associação Água Cristalina 2000: Iniciou suas atividades no ano 2000, quando uma rede de fornecimento de água limpa a baixo custo foi montada para servir oito comunidades, entre elas Marinhos e outras comunidades também quilombolas. A iniciativa foi tomada pelos padres da Congregação dos Sagrados Corações, em parceria com os moradores, que custearam a instalação da rede.

Irmandade de Nossa Senhora do Rosário e São Benedito: Responsável pela organização do Congado e do Moçambique, reunindo também os moradores de outras comunidades quilombolas vizinhas, Rodrigues e Sapé.

Grupo de Percussão: o grupo propõe aulas de percussão para crianças e adolescentes, sendo uma iniciativa do projeto de iniciação musical do Instituto Inhotim e com financiamento do Ministério do Turismo. O professor do curso é um músico membro da comunidade, o Rei Batuque, filho do Sr. Cambão e da Sra. Leide. Os instrumentos são emprestados pela Prefeitura de Brumadinho e pelo Inhotim.

Instituto Inhotim: É visto pelos moradores da comunidade como um parceiro muito importante, tanto na geração de empregos como no apoio e promoção de projetos culturais, e participação em festividades e reuniões comunitárias realizadas em Marinhos.

Além destes mencionados acima, também cito a Secretaria Municipal de Educação, promovendo sempre na escola local reuniões que possibilitam um diálogo com a

comunidade, e a Secretaria Municipal de Saúde, representada pelo posto de saúde localizado dentro da comunidade e que recebe a visita de um médico cerca de duas vezes por semana e oferece medicamentos gratuitos, quando necessário. A instalação de uma agência dos Correios também foi bastante valorizada pelos moradores, pois antes eles precisavam se deslocar até Brumadinho para postar e receber correspondências.

Já as oportunidades de trabalho dentro da comunidade são escassas. Como contam alguns membros da comunidade, após a abolição formal da escravatura, os fazendeiros da região continuaram absorvendo a mão de obra negra, porém, na maioria dos casos as relações de trabalho não mudaram. Esse fato foi refletido nas formas de pagamento pelo trabalho dos negros, que se dava na forma de alimentos produzidos nas próprias fazendas, por exemplo. Até mesmo há algumas décadas o pagamento pelo trabalho ainda era feito por meio de vales que os trabalhadores podiam trocar por produtos nos armazéns da região. De acordo com os moradores de Marinhos, o surgimento de novos postos de trabalho foi essencial para a mudança dessa dinâmica.

Atualmente, os empregadores que mais absorvem a mão de obra provinda da comunidade são principalmente o Instituto Inhotim, a Prefeitura Municipal de Brumadinho, a empresa Vale do Rio Doce, mineradora que atua na região, e alguns proprietários rurais do entorno. A agricultura familiar e o projeto das artesãs e costureiras do grupo Verde Marinho também geram um pouco da renda, mas não o suficiente para se auto-sustentarem.

O grupo de mulheres responsáveis pelo artesanato existe na comunidade há cerca de trinta anos, porém, como dito pelas mesmas, a comercialização dos produtos nunca foi suficiente para garantir o sustento de suas famílias. O nome Verde Marinho é mais recente, passando a ser utilizado como marca dos produtos confeccionados pelas artesãs após a criação oficial de uma cooperativa em 2008. O grupo recebe ocasionalmente cursos de capacitação em corte e costura, através de parcerias com o Inhotim, com a Associação Água Cristalina 2000 e também com a Prefeitura de Brumadinho.

Alguns membros do Grupo de Roça também comercializam em pequena escala alguns produtos como feijão, fubá e doces, porém encontram dificuldades em produzir e comercializar em maiores quantidades. Esse fato se deve, por exemplo, à dificuldade de obterem o “Cartão do Produtor”, documento exigido para que comprovem a posse da terra, possuído apenas por poucos moradores e que deve ser emitido pela Secretaria da Fazenda do Estado de Minas Gerais. Além disso, a comunidade avalia o serviço de aluguel de equipamento destinado à produção rural, que é oferecido pela Secretaria Municipal de Agricultura, como sendo deficiente. As propriedades maiores são privilegiadas pelo serviço,

que faz o empréstimo das máquinas para preparar as terras, para o cultivo e para a colheita a custos mais baixos que os de mercado, fazendo com que as roças menores, que demoram a receber o serviço, como é o caso de Marinhos, corram o risco de perder parte da produção.

Outras demandas da comunidade observadas a partir do mapeamento realizado pelo Inhotim, em 2012, são a precariedade da rede viária, existência de áreas de risco, condições inadequadas de saneamento, carência de espaços para atividades e esporte e lazer e a necessidade de reforma de algumas moradias. Também como outras comunidades da região, Marinhos é impactada sonoramente pela operação da linha férrea de propriedade da empresa MRS Logística S.A., responsável pelo transporte de minério. A comunidade é atravessada pelo trem várias vezes, tanto durante o dia quanto durante a noite. Outra questão muito importante que pude observar é o desejo dos moradores de encontrarem formas de geração de renda dentro da própria comunidade, sem precisarem buscar sustento fora da mesma e depender de outras organizações. Esse é, principalmente, o caso das artesãs do grupo Verde Marinhos que acompanhei mais de perto e que será melhor retratado no último capítulo desta monografia.

Para concluir, volto a citar Costa Filho (2015) que afirma que é o caráter holístico da realidade que explica o senso de comunidade, dando ênfase nos diacríticos ou aos elementos que sejam mais representativos do universo social e sendo o "local" como englobante de todos os domínios (pessoas, coisas e saberes). Marinhos, se tratando de uma comunidade com características étnicas, tem então sua identidade relacionada com as noções de territorialidade, parentesco e construção de uma memória coletiva. Destacam-se na sua forma tradicional de ser as festas, as manifestações religiosas e musicais. A identidade local se expressa também na produção agrícola e na produção do artesanato, sendo que os produtos apresentam características de acordo com as particularidades de seus membros e da localidade em que se constituem. Essa identidade também é apropriada pela comunidade como uma importante ferramenta para vencer os desafios que lhes são impostos e na busca de seus direitos.

Imagem 02: Igreja de Marinhos e Casa Paroquial, sem data. Fonte: Diagnóstico do IBASE, 2011

Imagem 03: Festa de São Benedito e N. Sra. do Rosário, sem data. Fonte: Diagnóstico do IBASE, 2011

Imagem 04: Estação de Trem de Marinhos, sem data. Fonte: Diagnóstico do IBASE, 2011

Imagem 05: Dança da Peneira, Apresentação em Inhotim. Fonte: Arquivo Pessoal de Rei Batuque, 2013

CAPÍTULO 2

2.1 Malinowski e estatuto dos objetos na antropologia econômica

As primeiras discussões dentro do que podemos classificar como antropologia econômica sobre o estatuto dos objetos nas transações econômicas e relações sociais surgiram com a descrição feita por Bronislaw Malinowski (1920 e 1978) das trocas cerimoniais e econômicas entre os Trobriandeses da Nova Guiné no Pacífico Sul. De acordo com ele, até aquele momento, se havia prestado pouca atenção à questões econômicas entre os chamados "povos primitivos", que se constituíam como objeto de estudo da antropologia. A ideia difundida até então, de caráter evolucionista, era a de que esses povos se encontravam ainda em uma fase pré-econômica. Ele refuta a ideia do ser humano movido pela busca do lucro ao mostrar que a transação de objetos "úteis", parte integrante do Kula, ocupa, na mente dos nativos, uma posição subordinada à troca de certos objetos que é feita sem quaisquer finalidades "utilitárias".

Como falado por James Frazer no Prefácio ao livro Argonautas do Pacífico Ocidental:

> A grande preocupação do Dr. Malinowski em seu presente estudo é a análise de fatos que, à primeira vista, poderíamos interpretar como uma atividade puramente econômica dos habitantes das ilhas Trobriand; todavia, com a grande abertura de perspectiva e acuidade que o caracterizam, ele se dá ao cuidado de nos demonstrar que essa curiosa circulação de riquezas entre os habitantes das ilhas Trobriand e os das demais ilhas, embora acompanhada de um comércio de tipo comum, não constitui, de maneira alguma, uma forma de transação estritamente comercial; ele nos mostra que essa modalidade de troca não se fundamenta num mero cálculo de lucros e perdas; e que ela vem de encontro a necessidades emocionais e estéticas de ordem mais elevada que o simples atendimento aos requisitos da natureza animal (1978, p. 6-7).

Malinowski afirma também (1920) que um estudioso da economia não poderia chegar às conclusões corretas se tentasse aplicar suas teorias em uma sociedade totalmente diferente da capitalista. Nesse sentido, formas claras de organização econômica podem ser encontradas entre essas sociedades, sendo que o ponto dele é que muito mais dados de interesse econômico podem ser encontrados nessas sociedades do que os que foram documentados até o momento.

No caso dos Trobriandeses, a maioria das atividades econômicas, como o tipo de trabalho a ser exercido, quantidade da produção, modo de trabalho, etc., estão relacionadas ao

prestígio do chefe (organização social), à influência dos magos como também à crença das pessoas na magia. Para Malinowski (1920), se o etnólogo se propõe a descrever um aspecto da visa social, ele também deve focar-se em um ponto de vista econômico. De acordo com ele, as normas de ordem mágica ou mitológica sistematizam as atividades econômicas e também as organizam sob uma base social.

Através de diversas formas, como pagamentos de tributos e obrigações sociais (como efeito da poligamia, ou seja, pelo recebimento de tributos por parte dos irmãos de suas esposas), grande parte da renda total da comunidade é retida pelo chefe. O chefe é a única pessoa na aldeia que pode acumular e exibir grandes quantidades de alimento, com destaque para as casas de inhame, sendo que a exibição de comida tem um imenso valor e importância para marcar o status social e sua posição de poder. Os objetos, como os alimentos exibidos, por exemplo, podem então serem constituídos enquanto objetos de valor e símbolo de riqueza permanente.

Vaygu'a é o nome dado e esses objetos que são símbolos de riqueza, o que também é o caso dos objetos principais de troca do Kula (colares e braceletes). Os objetos classificados como vaygu'a são usados raras vezes, em ocasiões cerimoniais, sendo valorizados pela posse em si. No caso dos objetos do Kula, Malinowski (1920) remarca também que o material de que são feitos os colares e braceletes é raro e de difícil obtenção, e para dar a forma requerida é necessário muito tempo e trabalho, sendo objetos feitos para serem duradouros. Sua principal função econômica é sua posse como signos de riqueza, e também poder no sentido de prestígio social, mas que devem ser trocados de donos sob a forma de presentes cerimoniais. São a base do Kula, que ele classifica como "tipo de comércio", constituindo um elemento indispensável na sua organização social. Como já mencionado, a vida social acompanha a troca de dons e contra-dons.

O Kula é uma instituição econômica nativa, que abrange uma enorme extensão geográfica e combina transações comerciais, organização social, mitos e rituais mágicos. É assim definido por Malinowski (1978):

> O Kula é uma forma de troca e tem caráter intertribal bastante amplo; é praticado por comunidades localizadas num extenso círculo de ilhas que formam um circuito fechado. (...) Ao longo dessa rota artigos de dois tipos - e somente desses dois - viajam constantemente em direções opostas. No sentido horário movimentam-se os longos colares feitos de conchas vermelhas, chamadas soulava. No sentido oposto, movem-se os braceletes feitos de conchas brancas, chamados mwali. Cada um desses artigos, viajando em seu próprio sentido no circuito fechado, encontra-se no caminho com os artigos de classe oposto e é constantemente trocado por eles. Cada movimento dos

> artigos do Kula, cada detalhe das transações é fixado e regulado por uma série de regras e convenções tradicionais; alguns dos atos do Kula são acompanhados de elaboradas cerimônias públicas e rituais mágicos (1978, p.71).

No Kula, somente um número restrito de homens de cada aldeia podem participar, sendo que os artigos trocados são conservados por um tempo e depois devem ser passados adiante. O doador entrega o artigo que estava em sua posse a um dos seus parceiros, do qual recebe o artigo oposto de forma que ninguém conserve o mesmo artigo consigo por muito tempo. O princípio básico do Kula é que, após a doação de um presente cerimonial, depois de certo tempo, um presente equivalente (contrapresente) deve ser recebido, a troca jamais pode ser feita diretamente e a equivalência valorativa das dádivas não deve ser discutida. Assim, uma transação consumada não significa o fim da relação estabelecida, pois de acordo com a regra "uma vez no Kula, sempre no Kula". A parceria se torna permanente, sendo que o princípio acima também se aplica aos objetos, que também permanecem sempre no circuito. As relações de parceria, que são permanentes, também englobam, além da troca de presentes, a troca e prestação de serviços, hospedagem e alimentação, por exemplo, sendo que há uma certa competição no sentido de quem seria o doador mais generoso, princípio que é sinal de status e riqueza.

Outras atividades secundárias também estão associadas à troca cerimonial dos objetos de valor, sendo realizadas paralelamente à troca ritual de colares e braceletes no Kula. O comércio comum (gimwali) é uma destas atividades, feito através das negociações de uma ilha a outra dos bens específicos fabricados no local que os importa, como também a construção de canoas para navegação em alto mar e cerimônias mortuárias.

Malinowski (1978) descreve o Kula como sendo uma instituição enorme e complexa, não só em extensão geográfica, mas também na multiplicidade de seus objetivos, vinculando um grande número de aldeias locais na realização de um conjunto de atividades inter-relacionadas e interdependentes. Ele propõe classificar o Kula como "uma espécie de comércio" no sentido de uma interpretação ampla do termo, significando qualquer tipo de troca de mercadorias. Ele critica principalmente a ideia corrente de que o comércio exercido nas sociedades não capitalistas estaria focado somente na troca de artigos indispensáveis, ou úteis, executada sem quaisquer cerimônias e sem qualquer regulamentação, feita sob pressão da necessidade, se processando de maneira direta e cada um dos interessados tomando precauções para não ser logrado. O Kula está, pelo contrário, enraizado em mitos, sustentado por leis da tradição e cingido por rituais mágicos (1978).

Voltando aos vaygu'a, objetos de símbolo de riqueza, estes não são possuídos para ser usados, seu objetivo é a posse em si, enquanto insígnias de status social, aliados ao prestígio que vem com a posse, além a exibição em ocasiões festivas e de serem objetos de troca. Malinowski faz uma comparação desses objetos com as joias da coroa, que, da mesma forma, são cercadas de histórias de como pertenceram a tal ou qual pessoa em determinada ocasião, apreciados dessa forma por ser uma fonte de "valor histórico", pois "constituem veículo infalível de importante associação sentimental e passam a ser considerados grandes preciosidades" (1978, p.76). Segundo o autor, a única diferença, nesse caso, é que as joias da coroa precisam ser de posse permanente enquanto que os objetos do Kula são de posse temporária. Existem também outros objetos que participam do Kula, chamados de objetos cerimoniais por Malinowski. Eles também são símbolo de riqueza, sendo, por exemplo, constituídos de armas esculpidas e decoradas, implementos de pedra, artigos para uso doméstico e industrial. Assim como todos os outros vaygu'a, esses são também ricamente ornamentados, excessivamente elaborados e inapropriados para serem usados normalmente, sendo que o valor está no que representam para os nativos.

Quanto à posse das casas de inhame, outros alimentos como cocos, porcos, assim como a aquisição dos vaygu'a, estes representam status e prestígio. Em uma sociedade onde a maioria das transações devem ser pagas com dons, presentes, sendo o chefe o indivíduo que exerce mais poder e possui mais riquezas, ele possui então uma maior rede de relações. Ele também possui um papel econômico muito importante na vida pública, o qual Malinowski chama de "banqueiro tribal" (1920), de forma que sua posição e privilégios lhe permitem acumular uma porção considerável da produção de alimentos, transformar parte deste alimento em riqueza, que serão posteriormente redistribuídos à comunidade, por meio de banquetes, por exemplo.

Gostaria de fazer uma observação com relação à posse de bens pelo chefe. Não é o fato de ele possuir grandes casas de inhame, nem acesso aos vaygu'a, que lhe confere poder, que não é de forma alguma exercido sob a forma de mando. Ele assume essa posição, na forma de prestígio (CLASTRES, 1974), ao cumprir suas obrigações e ao manter a ordem social. O status e os privilégios são consequências de uma posição mantida pelo interesse de toda a comunidade.

Ao descrever o Kula e as formas de produção entre os Trobriandeses, Malinowski procurou demonstrar a possibilidade de existência de um "sistema" complexo, que ele classifica como um "tipo de comércio", que poderia ser organizado sem mercados, dinheiro, baseado em outros princípios de base social. Ele descreve uma sociedade onde a produção, a

troca e o consumo estão organizados e normatizados socialmente, onde valores tradicionais, baseados na magia, status social, moral e reciprocidade governam as atividades econômicas, o que ele denomina de “Economia Tribal” (1920).

A teoria econômica, como apresentada por Adam Smith (1776), toma como fundamento o "Homo Economicus", indivíduo voltado para os próprios interesses, que, por ter um comportamento racional e por fazer escolhas racionais, é encarado como agente econômico. Os críticos desse fundamento, como Marcel Mauss, Karl Polanyi e Malinowski, procuraram mostrar que em outras sociedades, não mercantis e não capitalistas, o interesse individual, de ordem econômica, também se relaciona com aspectos não econômicos. É importante salientar também que, mesmo que as trocas cerimoniais sejam feitas com um fim coletivo, para a manutenção das relações sociais e que estejam envoltas em ritos, cerimônias e na crença da magia, os indivíduos não deixam de ser agentes econômicos e de fazerem escolhas racionais e de interesse individual. No Kula, por exemplo, é de interesse dos participantes realizarem as trocas econômicas para obterem prestígio e reafirmar sua posição social. O que eles se propõem então é superar a visão do econômico como regido por leis próprias, sem relação com outras esferas da sociedade, e a visão das sociedades não ocidentais enquanto possuindo uma organização econômica simples, nos temos da economia neoclássica.

Outro ponto importante é o próprio estatuto dos objetos tanto nas trocas econômicas quanto nas relações que estes pressupõem. Como visto na descrição de Malinowski dos vaygu’a e outros artigos cerimoniais, estes não são apenas simples objetos que podem ser obtidos, ou expostos, com fins utilitários. Estes simbolizam elementos históricos, status e prestígio, assim como podem ser considerados como elementos diacríticos da própria comunidade. Dessa forma, ele demonstra que o utilitarismo, como usado na teoria econômica neoclássica, não é de forma alguma apropriado ao estudo e compreensão das sociedades não capitalistas, como no caso dos Trobriandeses. Entre os autores que concordam e discordam com essa perspectiva surgiu um grande debate teórico na área de antropologia econômica entre duas correntes de pensamento, os formalistas e os substantivistas, o qual será discutido no próximo tópico.

No caso dos produtos da Associação Verde Marinho, as leituras que fiz de Malinowski me fizeram refletir como os objetos podem trazer consigo elementos que servem como marcadores (tanto de status, posição, história local), não sendo postos na troca somente como algo “útil”. O valor atribuído aos objetos trocados, comercializados, está nos

significados que representam para os nativos, na sua capacidade de carregar em si a história local, suas características e relações sociais.

O grupo de artesãs de Marinhos participa de algumas exposições organizadas pelo Instituto Inhotim em certas ocasiões. Ao expor seus produtos, além de uma finalidade comercial e lucrativa, com a venda dos mesmos, elas procuram contar através dos objetos sua história, remarcando constantemente sua importância como forma de autoafirmação identitária. Algumas características são agregadas aos produtos exatamente com esta finalidade, como apresentarei no último capítulo desta monografia.

A comercialização dos bens produzidos na comunidade, não só os produtos artesanais, como também os produtos agrícolas do Grupo de Roça e comidas típicas, são também parte integrante das festas locais. Ao representar os moradores quilombolas pode-se dizer que os comunitários também estão criando um vínculo através da troca ao doarem, de certa forma, parte de si quando os produtos são comprados e levados para fora da comunidade.

2.2 O debate substantivistas x formalistas

Em “A Grande Transformação” (1980) Polanyi faz a distinção entre economia no sentido substantivo e economia no sentido formal. O debate entre as duas correntes de pensamento, formalistas e substantivistas, se iniciou em um momento onde os antropólogos tentavam chegar a uma conclusão sobre quais deveriam ser as bases metodológicas e teóricas dos estudos na área de antropologia econômica.

Os substantivistas, tendo como um dos principais representantes Karl Polanyi, afirmavam que o modelo neoclássico da teoria econômica, defendido pelos formalistas, seria aplicável apenas ao estudo das economias capitalistas, em que os mercados formadores de preços têm um papel fundamental. Para eles, no estudo das sociedades não capitalistas, os antropólogos devem partir da definição substantiva da economia, que a encara como um processo instituído de interação entre o homem e seu ambiente, resultando em contínua oferta de meios materiais para satisfação de suas necessidades, que não são somente de origem material, mas também social. O que eles pretendem é evitar a identificação da economia somente com sua forma de mercado.

Os formalistas defendem que o comportamento humano maximizador traduzido na “economização”, na busca ao lucro, encontra-se em todas as sociedades humanas. Assim, para eles, os princípios da ciência econômica capitalista, ocidental, seriam passíveis de serem aplicados ao estudo de todas as sociedades, incluindo as do passado.

Polanyi (1980) define “economia de mercado” enquanto sistema auto-regulável de mercados, dirigido pelos preços e nada além, sendo que mesmo que a instituição do mercado fosse existente há muito tempo, seu papel era apenas incidental na vida econômica. Ele, assim como Malinowski, defende a existência de várias economias, dessa forma, para ele, a ideia do “homem econômico” de Adam Smith (1776) e da divisão do trabalho dependendo do mercado, da tendência do ser humano de barganhar, permutar e troca com fins no lucro não se aplicaria a todos os tipos de relações econômicas existentes.

Polanyi (1980) também critica o fato de as economias não capitalistas serem relegadas à pré-história, sendo que, para ele, seria necessário que a economia também se relacionasse com os estudos da antropologia. Seguindo o pensamento de Weber (2006), Polanyi concorda que “a economia do homem, como regra, está submersa em suas relações sociais” (POLANYI, 1980, p.61). Assim, de acordo com ele, o ser humano sempre foi um ser social, ou seja, ele não se comporta economicamente devido a seu interesse individual na posse de

bens materiais, mas para manter sua situação, e as exigências sociais. Os bens materiais são valorizados na medida em que servem aos propósitos de caráter preponderantemente social.

Da mesma forma que os interesses econômicos estão ligados a interesses e necessidades sociais, o mesmo ocorre, de acordo com Polanyi (1980), no caso da produção, da distribuição e da posse de bens. Como proposto por Sahlins (2004) esses interesses, assim como a noção do que necessário, são diferentes de uma sociedade para outra, mas o que existe de comum entre elas é que "o sistema econômico será dirigido por motivações não-econômicas" (POLANYI, 1980, p.62).

O que Polanyi tenta enfatizar é que nas sociedades não capitalistas os interesses econômicos estão fortemente relacionados à manutenção dos laços sociais, a obrigações sociais recíprocas e a códigos de honra e generosidade, que, se infringidos, levam os indivíduos ao ostracismo social. Nesse sentido, o interesse individual está no cumprimento das obrigações de dar e receber, pois com a generosidade se recebe prestígios social de forma que

> A execução de todos os atos de troca como presentes gratuitos cuja reciprocidade é aguardada, embora não necessariamente, pelos mesmos indivíduos – um procedimento articulado minuciosamente e perfeitamente salvaguardado por complicados métodos de publicidade, através dos ritos mágicos e do estabelecimento de "dualidades" nas quais os grupos estão unidos por obrigações mútuas – deve explicar, por si mesma, a ausência da noção de lucro e até mesmo de riqueza, a não ser a que consiste em objetos que ressaltam, tradicionalmente, o prestígio social (POLANYI, 1980, p.62)

Tanto Polanyi quanto Malinowski nos mostram modelos econômicos que se estabelecem em função da organização social e não do mercado e do lucro, e que não são de maneira nenhuma simples. Polanyi (1980) associa então a produção e a distribuição dos bens a três princípios associados à economia: reciprocidade (ligada à organização do parentesco, as obrigações de dar e receber); redistribuição (ligada ao caráter territorial e à chefia) e domesticidade (produção para uso próprio, não alterada com a venda de excedentes). Contudo, esses princípios só podem ser efetivos se os padrões institucionais existentes levarem à sua aplicação, padrões tais como a simetria (troca equivalente de serviços e bens) e a centralidade (entrega de bens ao chefe para a redistribuição).

Raymond Firth foi um dos críticos de Malinowski e Polanyi e um dos principais expoentes da perspectiva formalista da economia, vendo a teoria econômica neoclássica como adequada aos estudos antropológicos, pois, para ele, ela descreveria as condições "universais" do comportamento econômico humano. Para ele (1981), ao contrário de Polanyi

e de Malinowski, a tarefa do antropólogo é examinar como os princípios da economia se aplicam em contextos sociais ou culturais específicos, ao invés de desenvolver novos princípios específicos para esses contextos.

Firth (1981) afirma que os princípios econômicos que têm aplicação universal são poucos e que estes teriam surgido em um contexto industrial e capitalista. O interesse do antropólogo não estaria no estudo dos princípios da economia para explicar o comportamento humano em um nível geral, sendo que estes princípios interessam ao antropólogo, pois, para ele, a maioria das relações sociais estariam atreladas a valores econômicos. Diante da diversidade de tipos de sociedade, o problema antropológico seria então o de aplicar esses princípios a outros contextos, como por exemplo, sociedades camponesas e sem moeda. Ele entende economia da seguinte forma:

> O conceito básico da Economia é a distribuição de recursos escassos disponíveis entre aspirações humanas realizáveis, com a admissão de que alternativas são possíveis em todos os níveis. Como quer que se a defina, a Economia lida portanto com as implicações da escolha humana, com os resultados de decisões. Escolhas, aspirações e suas implicações na ação envolvem relações pessoais e sociais. (...) A ciência da economia se ocupa dos campos de escolha que envolvem bens e serviços, essencialmente os que possuem um preço estabelecido. Nesse sentido, as relações entre pessoas em virtude de sua associação na produção ou no comércio desses bens e serviços são relações econômicas (1981, p.141).

A partir dessa definição, de que a economia lida com os princípios do uso e escolha de recursos, para Firth (1981), a antropologia econômica deve tratar dos aspectos econômicos das relações sociais estabelecidas nesse processo. “Se a Antropologia Social examina formas de relações sociais nas sociedades mais primitivas, a Economia examina certos tipos de relações sociais – por exemplo, as relações de produção e de troca – em todas as sociedades” (FIRTH, 1981, p. 141). Em outros contextos, que não capitalistas, ele afirma que os meios econômicos tendem a ser traduzidos em fins sociais, sendo que o antropólogo “econômico” deve comparar o papel econômico de um indivíduo em uma situação particular com o seu papel social dentro dos grupos ao qual está associado. É, segundo ele, também tarefa do antropólogo, analisar como os processos de combinação de bens e serviços ocorrem em situações sem a participação do dinheiro e como as relações necessárias envolvidas nessa combinação de bens e serviços afetam as relações sociais. Assim, o antropólogo contribuiria para a contextualização social das proposições econômicas.

Firth (1981) afirma que os incentivos que levam as pessoas a agir são fundamentais na compreensão do sistema econômico. Para ele, o incentivo seria definido culturalmente, por exemplo, nas sociedades capitalistas, o incentivo ao trabalho é o dinheiro e os bens de consumo que podem ser adquiridos com ele. Já em outras sociedades, como as camponesas e não mercantis, o incentivo estaria associado às necessidades da família, às obrigações sociais e ao prestígio, ou seja, não havendo recompensas na forma de moeda, o incentivo ao trabalho se daria em troca de "símbolos não monetários", havendo um "entrelaçamento de objetivos" quando o elemento material não aparece abertamente. Ainda segundo o autor, mesmo que as ações econômicas nestes casos, quando o indivíduo sacrifica "vantagens econômicas" para manter a posição social, pareçam desprovidas de finalidades de ganho material, isso ocorreria em longo prazo. Assim, para se compreender como diferentes sociedades se organizam economicamente, é necessário compreender as finalidades sociais, ou seja, os incentivos.

De forma geral, esse debate girou em torno da possibilidade de utilização e aplicação da teoria econômica capitalista ocidental para estudar e analisar outros tipos de organização econômica, ou seja, discutir a aplicabilidade universal enquanto base explicativa da realidade econômica, problemática essa ainda relevante na atualidade. A visão substantiva da economia é ainda importante, ao se pensar os grupos tradicionais, que estão em contato imediato com os efeitos da globalização e da economia mercantil, que se constituem enquanto visão explicativa dominante da realidade econômica e social. As sociedades contemporâneas podem conformar dentro de si múltiplas realidades, como é o caso de Marinhos e outras comunidades tradicionais, onde mesmo fazendo parte e interagindo com outras formas de economia, mantêm suas relações de produção, relação com a terra, com os objetos, etc., nos seus próprios termos.

2.3 O debate dádiva x mercadoria

A origem do debate dádiva versus mercadoria teria emergido da afirmação de Mauss (2003) de que existem dois tipos de relações envolvidas na troca, de acordo com o grau de sociabilidade envolvido. Mauss, assim como Malinowski e Polanyi, questionou a noção econômica de que os seres humanos são guiados por princípios como a maximização do lucro, na forma da posse material, busca pelo prazer, conforto (utilitarismo), de forma que todas as suas interações e motivações poderiam ser analisadas em termos "econômicos" (RUS, 2008).

Nas sociedades analisadas por Mauss (2003), a forma de troca encontrada se distingue da troca mercantil que ocorre nas sociedades ocidentais. A troca de bens nas sociedades não capitalistas, de acordo com ele, ocorre sob a forma de dádivas e está associada ao prestígio social, sendo regulada pelas obrigações de dar, receber e retribuir, as quais criam um vínculo entre os participantes. A troca de dádivas se diferencia da troca mercantil na medica em que associa uma dimensão moral à transação econômica.

Mauss se propõe a chamar de "sistema de prestações totais" as coletividades que possuem obrigações mútuas de troca, sendo que "o que eles trocam não são exclusivamente bens, riquezas, bens moveis e imóveis, coisas úteis economicamente. São, antes de tudo, amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas... (MAUSS, 2003, p.212).

À força ligada à ação da troca, Mauss (2003) dá o nome de *mana*. Em sua análise do *potlach*, definido como sistema de prestação agonística, ele nos mostra que as trocas de dádivas não ocorrem no sentido utilitarista; o donatário quer resguardar seu prestígio, seu mana, sua integridade espiritual.

> Se coisas são dadas e retribuídas, é porque se dão e se retribuem "respeitos" – podemos dizer igualmente, "cortesias". Mas é também porque as pessoas se dão ao dar, e, se as pessoas se dão, é porque se "devem" – elas e seus bens – aos outros (MAUSS, 2003, p. 263).

Assim, pode-se considerar que dar não é mais somente oferecer algo de si, mas adquirir esse si. O prestígio nasce da dádiva e se relaciona ao doador ao constituir seu valor, seu nome. O mana não pode ser reduzido ao interesse econômico, pois se relaciona diretamente a um capital imaginário do doador. O mana é então inalienável, por isso cria-se uma dependência para com o outro. Chegamos então à ideia da reciprocidade do sistema de dádivas, pois, quem recebe deve restituir ou ficar sob a forma de dependência ou dívida.

A devolução da dádiva é explicada pela força presente no que é oferecido, pelo laço espiritual gerado pela troca. A reciprocidade pressupõe uma preocupação pelo outro, sendo que o prestígio aspirado nasce de tal relação. Assim, a preocupação em retribuir se transforma em hospitalidade, dádivas de víveres, proteção, hospitalidade, etc.

Mauss (2003) propôs então uma distinção entre troca de dádivas (na qual o doador buscar ganhar prestígio) e troca de mercadorias (motivada pelo interesse material), classificando uma sociedade com base na forma de troca que dominava suas ações econômicas. Essa ideia de que a troca de dádivas é uma forma de economia contrária à economia da troca de mercado foi desenvolvida mais tarde por Chris Gregory (1982), que baseando-se na obra de Karl Marx (1988), afirma que as dádivas pertencem ao universo do doméstico e das relações pessoais (economia da dádiva), enquanto as mercadorias pertencem ao universo do comércio e das relações impessoais (economia da mercadoria) (RUS, 2008).

Em O Capital, Marx (1988) define de forma geral a mercadoria como

> um objeto exterior, uma coisa que, pelas suas propriedades, satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. Que essas necessidades tenham a sua origem no estômago ou na fantasia, a sua natureza em nada altera a questão. Não se trata tão pouco aqui de saber como são satisfeitas essas necessidades: imediatamente, se o objeto é um meio de subsistência, [objeto de consumo,] indiretamente, se é um meio de produção (1988, p.45).

Para Marx (1988), mercadorias são então atreladas ao dinheiro, ao mundo capitalista, a um mercado impessoal e ao valor de troca. Para que um produto se torne mercadoria, este deve ser transferido através da troca para quem se servirá de valor de uso. O valor de uso atribuído a um objeto provém da sua utilidade, que, por sua vez é determinada pelas propriedades do corpo da mercadoria. Este valor se realiza somente no uso ou consumo do objeto. O valor de troca surge de uma relação proporcional, em constante mudança, na qual o valor de uso de uma espécie se troca pelo valor de uso de outra. Considerando o valor de uso, as mercadorias são de diferentes qualidades, já como valor de troca, elas se apresentam em quantidades diferentes.

De acordo com a explicação de Marx (1988), quando o valor de troca de duas mercadorias é igual, estas seriam equivalentes. Se considerarmos os seus valores de uso, as mercadorias são de qualidade diferente, já se considerando seus valores de troca, estas podem ser de quantidade diferente, sendo que nas trocas, os valores de troca são independentes dos

valores de uso. Ao se subtrair o valor de uso das mercadorias, estas são o produto do trabalho, o qual é abstraído nas relações de troca.

> Para produzir mercadorias, tem não somente de produzir valores-de-uso, mas valores-de-uso *para os outros*, valores-de-uso sociais. (...) Para ser mercadoria é necessário que o produto seja transferido para outrem, que o utilize como valor-de-uso, *por meio* de *troca*. Finalmente, nenhum objeto pode ser um valor se não for uma coisa útil. Se é inútil, o trabalho que contém é gasto inutilmente (não conta como trabalho) e, portanto, não cria valor (1988).

De acordo com Gregory (1982, apud RUS, 2008) Marx teria desenvolvido uma proposição muito importante, a que a troca de mercadorias é uma troca de coisas alienáveis entre atores que se encontram em um estado de recíproca independência. Nesse sentido, para ele, a troca de coisas que não são mercadorias, no sentido de Marx, ou seja, dádivas, seria uma troca de coisas inalienáveis, entre atores que se encontram em um estado de dependência recíproca. Isso ocorre de forma que, ainda de acordo com Gregory (1982), a troca de mercadorias cria relacionamentos quantitativos, que permitem às partes trocantes permanecerem independentes depois que a transação foi concluída. Por outro lado, a troca de dádivas cria relacionamentos qualitativos entre os doadores e recebedores, o que os tornam reciprocamente dependentes, mesmo depois de a transação ser efetuada.

Sobre a economia de mercado, como explica Gregory (apud RUS, 2008), como mencionado acima, esta ocorreria em sociedades onde as transações de mercadorias apresentam um baixo grau de sociabilidade e um alto grau de impessoalidade entre os participantes. Além disso, o valor econômico dos objetos trocados é considerado muito importante, enquanto as relações sociais são de caráter subordinado. Esse tipo de troca, geralmente feito entre estranhos, é feito de forma a não reforçar relacionamentos interpessoais duradouros, nem sentimentos de obrigação social e gratidão, que estão envolvidos na doação e recebimento de dádivas. Nesse caso, a única obrigação do vendedor seria entregar o produto oferecido ao comprador, cuja única obrigação é a de pagar o valor acordado e nos termos estipulados previamente.

Quanto à troca de dádivas, está é estabelecida quando as duas partes desejam estabelecer uma relação. De acordo com Mauss (2003, apud RUS, 2008), através desse tipo de troca é criada uma relação de reciprocidade entre o doado e o recebedor, enquanto o valor econômico está subordinado. Para ele, a troca de presentes não serve aos mesmos propósitos das trocas comerciais nas sociedades de economia mercantil, servindo então a propósitos de ordem moral, sendo o principal deles o de estabelecer uma relação entre as duas partes. Ao

aceitar uma dádiva, o recebedor está em débito com o donatário, tendo uma obrigação moral e social de retornar o presente de forma equivalente. Diferente de mercadorias, que seriam anônimas, as dádivas são destinadas para ser inalienáveis, continuando a personificar a identidade do doador na relação estabelecida com o recebedor.

Seguindo o pensamento proposto por Gregory (1982), inferimos que de um lado a troca de mercadorias, que prevalece nas sociedades capitalistas, é e onde a troca de bens é desprovida de quase nenhuma consideração de caráter pessoal / social (economia mercantil); de outro lado, a troca de presentes, que cria e reforça as relações sociais entre os indivíduos e se sobressai em sociedades não capitalistas (economia da dádiva). A troca de mercadorias se refere à racionalidade econômica ligada à busca ao lucro, enquanto que as dádivas carregam em si um envolvimento com o social e obrigações morais, sendo que a dicotomia mercadorias versus dádivas é muitas vezes usada como metáfora para economias de marcado versus economias sem mercado (RUS, 2008).

Mesmo que essa distinção entre dádivas e mercadorias possa ser usada para propósitos analíticos, como defende Gregory (1997), houve muitas críticas a esse contraste. As bases para essa separação surgiram com Mauss (2003), quando as mercadorias ainda representavam relações de mercado puramente impessoais, porém, em décadas mais recentes podemos perceber um aumento de abordagens mais personificadas nos estudos sobre trocas de mercadorias que não se encaixam nessa clássica dicotomia (RUS, 2008). Um dos críticos ao pensamento de Gregory é Arjun Appadurai (2008), que é a favor do abandono dessa radical oposição entre “eles”, sociedades tradicionais, onde prevaleceria um modelo de economia da dádiva, e entre “nós”, sociedades ocidentais, onde predomina uma economia de mercado impessoal. Dessa forma, de acordo com as críticas de Appadurai (2008, apud RUS, 2008), essa oposição estaria baseada em premissas ocidentais, etnocêntricas através da romantização da troca de dádivas nas sociedades tradicionais e também na formação de concepções tais como “dádivas puras”.

Em resposta às críticas, Gregory (1997) defende o uso de uma lógica binária enquanto instrumento indispensável ao pensamento antropológico, enquanto parte de um método comparativo. Em contrapartida, ele critica Appadurai dizendo que ele nega o princípio lógico da diferença entre dádiva e mercadoria ao afirmar a “universalidade da forma de mercadoria”, enquanto que os críticos de Gregory afirmam que o conceito de economia da dádiva se origina de uma romantização das relações de troca de dádivas nas sociedades não ocidentais (RUS, 2008).

Para Appadurai (2008), assim como as pessoas, as mercadorias têm uma vida social. Isso ocorre de forma que a troca econômica cria valor concretizado na mercadoria trocada, não apenas nas formas e funções de troca. Esse valor, para Simmel (1907, apud APPADURAI, 2008) pode ser definido como o julgamento que as pessoas fazem sobre os objetos, não podendo ser uma propriedade inerente a eles.

Através da troca econômica podemos ter uma noção da atribuição do valor ao objeto, que se torna então mercadoria. Assim, através da troca, o valor econômico do objeto é gerado reciprocamente pelo desejo de alguém em possuí-lo e pelo sacrifício de outro objeto que é o foco de desejo da outra parte. Em situações sociais específicas, o desejo, a demanda e o sacrifício recíproco interagem de diferentes modos para criar o valor econômico.

De acordo com Simmel (apud APPADURAI, 2008), a partir da subjetividade de um indivíduo e seu ponto de vista, a troca pode apresentar discrepâncias entre os sacrifícios do comprador e do vendedor. Porém, estas não alteram as convenções já estabelecidas sobre a troca e que são cumpridas pelas duas partes. Além do significado conferido aos objetos pelas transações, atribuições e motivações humanas, há significados que estão inseridos em suas formas, usos e trajetórias. São as trocas econômicas dos objetos de valor, ou seja, mercadoria, que vão elucidar seu contexto social, pois deixam de ser coisas inertes para estar em movimento.

Appadurai (2008) propõe então romper com a visão da mercadoria através da produção, mas concentrar-se em sua trajetória como um todo, da produção, passando pela troca ou distribuição, até o consumo. Se considerarmos a mercadoria como algo destinado à troca, a preocupação em definir o que é mercadoria passa para a questão de que tipo de troca é a troca de mercadorias.

O fato de o comércio em economias capitalistas e monetarizadas ser percebido como antissocial e restringido a negociações com estranhos tem contrapartida na visão que opõe o espírito da dádiva e o da mercadoria. Appadurai (2008) defende que o contraste entre dádiva e mercadoria na produção acadêmica vem da marginalização e minimização dos aspectos calculistas, impessoais e auto-enaltecedores das sociedades não capitalistas. A dádiva e o espírito da reciprocidade são em geral postos em oposição ao caráter ganancioso e calculista que envolve a circulação de mercadorias.

O caráter dualista que opõe troca comercial à reciprocidade, como afirma Appadurai, acaba por reduzir as diversidades humanas de forma artificial. Portanto, para se compreender o que é específico à troca de mercadorias, não faz sentido fazer uma distinção radical da permuta e da troca de presentes. Para Simmel (apud APPADURAI, 2008), mesmo que as

formas e intensidades de sociabilidades associadas a cada um desses tipos de troca variem, deve-se considerar a dimensão calculista em todas.

Rompendo com a percepção marxista da concepção da mercadoria pela produção, devemos direcionar nosso olhar para o potencial mercantil de todas as coisas e não buscar uma distinção entre mercadorias e outros tipos de coisas (APPADURAI, 2008). A situação mercantil na vida social de alguma coisa seria o momento em que o caráter de troca de um objeto por outra coisa for seu traço social relevante. Os aspectos que definem tal situação são a fase mercantil da vida social de qualquer objeto, a candidatura de qualquer coisa ao estado de mercadoria, e, o contexto mercantil em que qualquer coisa pode ser alocada.

Os objetos entram e saem do estado de mercadoria em movimentos que podem ser rápidos ou lentos, reversíveis ou terminais, normativos ou discrepantes. Já o que leva as coisas à candidatura ao estado de mercadoria tem um traço mais conceitual que temporal. O que determina a trocabilidade das coisas em qualquer contexto social ou histórico são padrões e critérios de ordem simbólica, classificatória e moral. Devemos levar em conta, portanto, o quadro cultural que leva o objeto ao estado de mercadoria, seja um quadro de troca intercultural ou intracultural. Appadurai (2008) sugere o termo "regime de valor" para ressaltar uma coerência valorativa que pode variar conforme a situação ou a mercadoria. "Tais regimes de valor são o fator determinante na constante transcendência de fronteiras culturais por meio do fluxo de mercadorias, entendendo-se cultura como um sistema de significados localizado e delimitado" (APPADURAI, 2008, p.29).

Já o contexto mercantil se refere à forma como unidades culturais vinculam a candidatura de uma coisa ao estado de mercadoria e a fase mercantil de sua carreira. Tal contexto relaciona então o ambiente social da mercadoria ao seu estado simbólico e temporal, podendo reunir atores de sistemas culturais diferentes com um entendimento diferente sobre os objetos em questão, mas estando de acordo com os termos da negociação.

Appadurai (2008) teria notado então, que o que é descrito enquanto trocas de dádivas em algumas sociedades não seria simplesmente uma questão de generosidade, mas também, como no caso das trocas mercantis, uma questão de interesse próprio. Da mesma forma, podemos encontrar exemplos de trocas que possuem características do que seria uma "economia da dádiva" no sentido de Gregory (1982, 1997) presentes nas sociedades ocidentais, de mercado, baseadas também no princípio de reciprocidade, como, por exemplo a troca gratuita de arquivos e informações na internet. Os críticos dessa oposição radical defendem também que as trocas mercantis hoje em dia não são mais somente sobre vender melhores produtos por preços menores que os competidores, sendo que as mercadorias não

são mais completamente anônimas, impessoais, itens alienáveis. As companhias estão cada vez mais oferecendo produtos com características pessoas, pois se relacionam com valores que a própria companhia deseja representar e transmitir.

Nesse contexto, em "O Mundo dos Bens" (1987) Mary Douglas e Baron Isherwood fazem uma tentativa de estender o conceito de ciência econômica, sendo que na vida real uma linha entre o que cabe aos estudos da economia formal ou da antropologia econômica não poderia ser tão claramente traçada, propondo assim uma ponte entre ambos os domínios. De acordo com Mary Douglas (2007), o consumidor é um "animal social", ele também compra objetos para dividir, para dar e não somente dentro da própria família. Assim, o consumo não é uma atividade inteiramente individualista, e os bens consumidos não são somente objetos, mas mensagens e as relações que estas representam. Ainda segundo ela, a ciência econômica deveria levar em conta a "função comunicativa dos bens", de forma a considerar o consumo como as escolhas das mensagens que desejamos passar e das relações que desejamos estabelecer.

A dádiva e o espírito da reciprocidade são, em geral, postos em oposição ao caráter ganancioso e calculista que envolve a circulação de mercadorias. Em o Mundo dos Bens (2004), Douglas e Isherwood tentam fazer uma aliança entre antropologia e economia através de uma análise da definição de pobreza. Para eles, os objetos cuja posse representa riqueza não seriam necessários por si mesmos, mas pelas relações sociais que sustentam. Nesse sentido, a pobreza seria definida por um padrão de exclusões.

Douglas (2007) afirma que por mais que, de certa forma, o Ensaio sobre a Dádiva (MAUSS, 2003), A Riqueza das Nações (SMITH, 1776) e o Capital (MARX, 1988) tentassem apresentar uma visão total da economia e da sociedade em interação, não há uma ligação, uma ponte entre essas visões. O ensaio de Mauss seria sobre as economias ditas "primitivas", ou seja, sem dinheiro e tendo a dádiva como principal método de distribuição. Essas economias são por ele contrastadas explicitamente com economias monetarizadas, tidas como território e estudo da economia. Para Douglas, Mauss idealiza assim o caso primitivo ao isolá-lo, tratando os processos econômicos como 'sistema unitário interativo', 'sistemas na sua totalidade'. Como ela explica, Mauss apresenta a dádiva como algo que liga todos na comunidade num ciclo de trocas a longo prazo, mantendo um padrão particular de relações sociais e sendo que a quantificação seria difícil, motivo esse que tornava a ideia estranha à prática da ciência econômica. Alguns antropólogos da corrente formalista, como Firth, teriam então demonstrado a possibilidade de se aplicar a análise econômica formal a uma realidade

de uma economia não monetarizada, através do desenvolvimento dos conceitos formais da economia.

Para Douglas (2007), a antropologia econômica nos termos de Mauss, ou seja, na sua visão totalizante, foi tendo seu declínio pelo seu pensamento evolucionário implícito. Assim, a dádiva teria vindo primeiro, e depois o dinheiro, com a civilização. Porém, este significaria a dissolução dos laços primordiais de parentesco e vizinhança, base moral da comunidade. A grande controvérsia do debate formalistas versus substantivistas, como já exposto acima, era então se a análise econômica poderia ou não ser usada para o estudo de economias não monetárias.

Dessa forma, por falta de uma sistematização da antropologia econômica, o trabalho teria sido dividido, sendo que os economistas estudavam então as economias de mercado e os antropólogos as economias de dádiva. O que se propõe então em "O Mundo dos Bens" (2004) é estender o conceito do que seria ciência econômica. Para Mary Douglas (2007) "a principal razão para a estagnação da antropologia econômica foi que construir uma ponte entre a ciência econômica e a cultura era uma tarefa muito mais difícil do que parecia num primeiro momento" da idealização e publicação de seu livro.

Quanto à aplicação da teoria da dádiva à economia moderna, Douglas (2007) defende que para isso uma noção fundamental deveria ser mudada. Segundo a ideia corrente, "a demanda do consumidor" seria uma demanda por bens a serem consumidos pelo comprador, mas ao contrário, o consumidor como um "animal social" também compra objetos para dar e dividir. Se levarmos em conta o que ela chama de "função comunicativa dos bens" veremos que consumo produz o tipo de sociedade em que o consumidor vive. Ela defende na verdade a não necessidade de uma definição de consumo, mas sim, segundo ela, de uma "teoria informativa da circulação de pessoas e bens".

Assim como veremos no próximo capítulo, é muito difícil classificar um objeto enquanto mercadoria ou dádiva em um contexto onde formas tradicionais de produção vão de encontro com outras questões, como a necessidade sustentar o grupo, criar vínculos institucionais para "adaptar" os produtos ao mercado, etc. Me proponho então a pensar a realidade de produção do artesanato da Associação Verde Marinho no sentido de que os objetos possuem uma vida social, assim como proposto por Appadurai (2008), e que mercadoria é muito mais um estado do que uma essência.

CAPÍTULO 3

3.1 A Associação Verde Marinho

Em 2007, foi criada pelo Instituto Inhotim a Diretoria de Inclusão e Cidadania, responsável pelo fomento a projetos e programas com fins e interação e inclusão social da população situada em sua área de atuação, ou seja, o município de Brumadinho, seus distritos e povoados, incluindo seis comunidades quilombolas, como a comunidade Marinhos. Por meio de um programa dessa Diretoria, as artesãs de Marinhos iniciaram o processo de registro de seu grupo como associação, intitulada Verde Marinho. O objetivo da formalização do grupo foi a emissão de nota fiscal, a organização do trabalho conjunto e promoção do trabalho associado ao turismo na região. A diretoria também promove oficinas de qualificação e capacitação propondo oportunidades de mercado para os produtos.

Além dos produtos da Associação Verde Marinho, que têm como matéria-prima essencialmente tecidos, a comunidade é também reconhecida pela produção artesanal de cachaça, fertilizantes naturais, peneiras e por sua culinária, com destaque para o cobú, um tipo de bolo feito na folha de bananeira. Entre os produtos da associação estão colchas e tapetes de retalho e fuxico, luvas de cozinha, panos de prato, avental e almofadas, porém, os produtos de maior destaque são as bolsas e bonecas.

Antônio Cambão, liderança comunitária, foi quem formou o grupo de mulheres para organizar o artesanato local. Inicialmente, elas faziam colchas de fuxico, aventais e almofadas informalmente, para uso da própria comunidade. A costureira da comunidade ficava responsável pela finalização dos produtos, costurando os bordados e fuxicos nos aventais e panos de prato. Através de um projeto da Prefeitura de Brumadinho, arrecadaram oito máquinas de costura, mas não dominavam a técnica. Houve então a intervenção do Instituto com o envio de uma professora de costura. O interesse em aprender a técnica de costura partiu dos próprios moradores. Após a introdução das máquinas, as artesãs desenvolveram o interesse em fazer bolsas. Após as aulas de costura, a professora introduziu a ideia de se fazerem bonecas de pano. O grupo se dividiu em dois, metade era responsável pela parte artesanal, e outra metade pela parte da costura e finalização.

> Começou com a nossa aula de costura né, formamos um grupo pra aprender a costurar. Há dois anos as máquinas estavam paradas e a gente precisava de uma professora e a gente não tinha conhecimento de ninguém, e foi o Instituto Inhotim, através da Marcela na época, que trouxe pra nós uma professora e através dessa professora ela começou a ensinar a gente a costurar e a gente já costurava e tinha umas companheiras que não tinham noção de costura. Aí dentro da nossa costura a professora criou, começou a criar o artesanato manual pra gente, que com os restos de pano que a gente aprendia a costurar começou a fazer as bonequinhas e foi aí que começou o nosso artesanato, fazendo a bonequinha preta, fazendo os bonecos... (Roseli, 2013).

O trabalho é mais intenso quando há feiras, encomendas ou festas na região, então elas precisam "varar a noite", como no caso da Festa da Consciência Negra, realizada todos os anos no mês de novembro na comunidade, ocasião em que recebem muitos visitantes. As mulheres são as responsáveis pela produção, o único homem no grupo é Antônio Cambão, que também é o marido de umas das artesãs, a Leide. Ele fica responsável por resolver coisas fora da comunidade, assim como levar os produtos para serem vendidos em Brumadinho.

O nome Verde Marinho, que é impresso nas etiquetas dos produtos, surgiu de uma oficina que as artesãs fizeram no condomínio fechado Alphaville, localizado em Nova Lima/MG. Essa oficina ocorreu antes da organização da cooperativa das artesãs em si, e teve como finalidade o aprendizado da confecção de sabonetes artesanais. Enquanto cooperativa organizada, com a venda de produtos para fora da comunidade, a Associação Verde Marinho realiza suas atividades desde 2008. As artesãs possuem sete máquinas de costura, uma máquina de corte industrial e um computador, todos doados pela Prefeitura de Brumadinho, e têm como sede a casa paroquial da Igreja. O espaço foi cedido pelo padre da comunidade, onde as artesãs não pagam aluguel, mas fornecem uma ajuda para o pagamento da conta de luz. Parte do dinheiro arrecadado vai para o pagamento das artesãs e outra parte vai para um fundo utilizado para a compra de matéria-prima. Porém, o dinheiro arrecadado com os produtos não é suficiente para o sustento das famílias das artesãs, havendo a necessidade de elas trabalharem fora da comunidade.

A atuação da Diretoria de Inclusão e Cidadania do Instituto Inhotim se dá também em outros âmbitos. Esse é o caso do plano "Reestruturação de Marinhos", que realiza ações como a doação de materiais de construção civil, o mapeamento das casas que constituem a comunidade, entre outras coisas. As artesãs veem a interferência do Instituto Inhotim como algo benéfico, pois, em seu caso, possibilitou a organização do trabalho em uma associação e ajudou na parceria com a prefeitura, que havia cedido as máquinas de costura com a condição de que as artesãs fizessem um curso de costura. Sem o curso, as máquinas deveriam ser devolvidas. Além disso, o Instituto participou da redação do estatuto e registro da associação.

No momento o que as artesãs buscam é que os produtos fabricados dentro da comunidade possam ser comercializados visando o seu sustento. Dessa forma, elas acreditam que necessitam de aprender formas de organização e gestão para melhorar a produção. Neste momento uma das máquinas precisa de concerto e para isso é necessário a quantia de 800 reais, que elas não possuem.

O Inhotim sempre entra em contato para informá-las de editais que fornecem verbas para grupos como o delas, mas elas lamentam que não há ninguém dentro da comunidade que possa redigir os projetos para se inscreverem nesses editais. Como mencionado na Introdução desta monografia, juntamente com outros pesquisadores, estamos discutindo um projeto que visa exatamente a capacitação dessas artesãs na gestão da Associação, como para sua regularização, que está pendente, emissão de nota fiscal, criação de um site e manutenção do mesmo para que possam vender os produtos, etc. Esse projeto ainda está no início, sendo que para começar decidimos, a pedido da Roseli, redigir um projeto padrão para que quando surgir um próximo edital elas possam usá-lo para requerer a verba necessária para a continuidade de trabalho. Este seria um grande passo para poderem ter mais autonomia e não dependerem tanto de instituições de fora da comunidade.

Marinhos, como um todo, busca formas de sustentabilidade e geração de renda dentro da própria comunidade, pois eles desejam evitar o seu esvaziamento com a busca de trabalho em outras cidades. O Grupo de Roça é responsável por parte do sustento local, dividindo a produção de alimentos entre seus membros e vendendo o pouco excedente. Da mesma forma, o Grupo Verde Marinho, que é mais recente, inicia o processo de geração de renda e melhoria na qualidade de vida dos seus participantes, assim como a valorização de sua identidade como quilombola através de seus produtos.

Imagem 06: Boneco Verde Marinho. Fonte: Acervo do Centro de Memória do Instituto Inhotim, 2013

Imagem 07: Bonecas Verde Marinho. Fonte: Acervo do Centro de Memória do Instituto Inhotim, 2013

3.2 Além de Dádivas ou Mercadorias

Com o início oficial da Associação Verde Marinho, os produtos passaram a ser vistos não mais como objetos do cotidiano, mas como objetos de troca que iriam prover parte do sustendo das artesãs, além de carregarem sua identidade para fora da comunidade. Como dito por Appadurai (2008), a separação entre dádiva e mercadoria é sempre difícil de identificar. Um objeto pode ter características de dádiva e mercadoria, mudando seu "regime de valor" em função do contexto social. Dessa forma, a categoria mercadoria não se refere a um determinado objeto, mas à situação social onde ele se encontra. Apesar da ideia de introdução das bonecas ter partido da professora enviada pelo Instituto Inhotim e de sua intervenção em si, as artesãs acreditam na importância dos produtos para identificação da comunidade a que pertencem, por abarcarem características próprias de seu trabalho, que já era desenvolvido informalmente antes da implantação da cooperativa.

Como apresentado na introdução, no caso das bonecas e bonecos pretos, estes representam pessoas de referência dentro da comunidade de Marinhos, recebendo seus nomes, como Antônio, Leide, Maria Pretinha, Maria Hilda (Hildinha), Maria Ivone e a Maria Mônica, por exemplo. Além do fato de as bonecas serem confeccionadas com tecido preto, representando a cor da pele/raça[1] dos moradores da comunidade, lembrando que ela é formada por remanescentes quilombolas, as bonecas apresentam traços que remetem à Guarda de Moçambique de Marinhos, ao Congado, dentre outros objetos locais, como a cesta de palha.

---

[1] A propósito da "raça", Cantanhede Filho (1996), defende a fisicalidade como elemento fundamental, afirmando que os antropólogos preferem escamotear a diferença representada e praticada pelos sujeitos, buscando o que é demandado pelo esquema teórico, ou seja, fixar-se nas categorias de interação e isto sem deixar explícito ou estar consciente de que a fisicalidade é o contexto de onde os sujeitos estão partindo (: 35-37). Como se sabe, "raça" esteve alijada do discurso antropológico por muito tempo, como negação de perspectivas biologizantes, e retornou como categoria teórica, onde se busca associar fenótipo com aspectos políticos, invariavelmente associados a processos de autoafirmação identitária ou a políticas afirmativas.

O artesanato indígena, no caso analisado por Pimenta (2006), constitui outro exemplo relacionado à distinção entre as lógicas de dádiva e mercadoria. Os artesanatos nativos são a base de funcionamento da cooperativa que se iniciou para atender demandas da FUNAI. Os Ashaninka passaram a se esforçar para comercializar seu artesanato e adequá-lo aos padrões estéticos dos compradores ocidentais. No começo de sua produção, algumas peças eram rejeitadas pela cooperativa, que intenciona a apresentação de peças de caráter exótico do ponto de vista dos compradores. Para se adaptar ao mercado, o artesanato Ashaninka precisou então passar por um processo de "commodification", que de certa forma o deixou menos cotidiano. O artesanato mercantilizado, destinado à comercialização, tem então um tratamento diferenciado daqueles produtos utilizados diariamente nas atividades rotineiras. Para os Ashaninka, as peças só teriam "valor" quando usadas no cotidiano e não quando destinadas à comercialização, como dito por Appadurai (2008), quando adquirem "vida social." O artesanato entregue à cooperativa, então, não passa por um processo de socialização, que no caso Ashaninka, está ligado à pessoa que possui o objeto.

O artesanato de Marinhos também precisou passar por um processo de "commodification", nos termos de Pimenta (2006), quando do início da associação Verde Marinho. Anteriormente, os produtos, que eram produzidos para uso local, tinham como base uma matéria-prima de menor qualidade, principalmente devido aos poucos recursos da própria comunidade, sendo que os acabamentos eram feitos à mão, sem o uso da máquina de costura. Como dito por uma das artesãs, "Os panos eram bem ruinzinhos, né?" (Márcia). Porém, ao contrário do caso Ashaninka, as artesãs de Marinhos se sentiram na necessidade de colocar algo de si, que identificasse sua comunidade, quando seus produtos começaram a ser comercializados, vendo aí uma oportunidade de reafirmar sua identidade enquanto quilombola. Elas têm consciência do valor atribuído ao produto pelos compradores pelo fato de sua origem tradicional, enfatizando que contam a história da comunidade em algumas ocasiões de venda.

Ao se pensar o caso de Marinhos, entre outros, podemos entender a troca de dádivas e de mercadorias não como representantes de dois tipos de diferentes de sociedades, porém, algo mais como tipos contextuais de troca, ou mesmo uma referência ao status do objeto trocado naquele momento, como defendido por Appadurai (2008). Ou ainda melhor, uma economia pode apresentar características da troca de dádiva como também da troca mercantil, assim como os objetos e o que eles estão representando.

Por mais que as bonecas sejam produzidas pela Associação Verde Marinho com o intuito de serem comercializadas e de gerar sustento e lucro para as artesãs, como uma

mercadoria, e também passarem por processos de adaptação para servir ao mercado, ou "commodification", como dito por Pimenta (2006), elas também apresentam características que poderiam enquadrá-las como dádivas. De acordo com Mauss (2003), na troca de dádivas, o doador não dá apenas um objeto, mas parte de si mesmo, sendo que dádiva estará sempre atada ao doado. No caso das bonecas de Marinhos, estas são as personalidades de seus membros e características próprias da comunidade incorporadas. A mercadoria, pelo contrário, não poderia "conter" parte da identidade do doador, que é transmitida ao recebedor no caso da dádiva. Por outro lado, as mercadorias podem ser responsáveis pela construção das identidades contemporâneas através do consumo, como fala Mary Douglas em "O Mundo dos Bens" (2004), sendo que as mercadorias não são compradas somente por razões utilitárias, mas por estabelecer marcações e distinções de pertencimento a determinados grupos. Essas identidades, de pertencimento a certo grupo, podem ser construídas através da uma esfera simbólica do consumo e não através de um relacionamento direto entre quem produz o objeto e que o recebe.

Appadurai (2008) mostra que o fluxo das mercadorias seria um acordo oscilante entre rotas socialmente reguladas e desvios competitivamente motivados. A fase mercantil na vida um objeto seria culturalmente regulada, podendo eles transitar dentro e fora do estado de mercadoria. Assim, o que determina a classificação de um objeto em singular e culturalmente estimado ou em homogêneo não seria exatamente a mercantilização, pois a mercadoria não é um tipo de coisa ao invés de outro, mas uma fase na vida de um objeto.

Como diria Sahlins (1979), sob inspiração marxista: a produção, mesmo quando regida pela forma-mercadoria e pelo valor de troca, continua a ser uma produção de valor de uso. Sem o consumo, o objeto não se completa como produto. A produção, portanto, é algo além e distinto de uma lógica prática da eficiência material, é uma intenção cultural. Na perspectiva do autor, o processo material da existência é organizado como um processo de existência social dotado de significado.

Ainda de acordo com Appadurai (2008), as mercadorias são formas sociais que compartilham conhecimentos. Estes podem ser de dois tipos: o conhecimento que integra sua produção (técnico, social e estético, por exemplo); e o conhecimento que integra o ato de consumo da mercadoria. O conhecimento de produção é interpretado em uma mercadoria e o sistema de conhecimento de consumo é interpretado a partir da mercadoria. Tais interpretações divergem de forma proporcional ao aumento da distância (social, espacial e temporal) entre quem produz e quem consome. O conhecimento técnico utilizado na produção, apesar de voltar para a padronização, sempre interage com suposições

cosmológicas, sociológicas e rituais que tendem a ser compartilhadas. Além desses dois, há o conhecimento de mercado, do consumidor e do destino da mercadoria. Em sociedades menores, esse conhecimento é mais direto e completo quando se diz respeito ao consumo interno, mas é mais irregular e incompleto em relação a uma demanda externa.

Partindo do pressuposto de Simmel (1907, apud APPADURAI, 2008) de que a fonte do valor é a troca, e não o contrário, podemos concluir que o que vincula o valor e a troca na vida social de um objeto são as relações políticas e sociais. Não seriam possíveis as negociações em torno de um objeto se não houvesse um conjunto de acordos concernentes ao que é desejável, que consiste no que seria a troca de sacrifícios. O político se refere nesse caso à tensão existente entre os quadros do processo de troca (como preço e barganha) e a tendência da mercadoria em romper tais quadros. Isso resulta do não compartilhamento de interesses iguais por todas as partes envolvidas em uma troca no que se refere ao regime de valor.

3.3 Sobre identidade, artesanato e intencionalidade

Stuart Hall (2006) nos fala de uma identidade móvel, fluida, consequência da globalização, que possibilita a transição dos sujeitos por várias identidades constituídas em uma dinâmica de relações. Ele afirma que a ideia de uma identidade que seja fixa, unificada e completa é uma fantasia, de forma que

> Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma "celebração móvel": formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. (HALL, 2006).

Assim, compreendemos que dentro do contexto da globalização, onde vários mundos, modos de vida, racionalidades e realidades se confrontam e se relacionam, os processos de diálogo entre essas identidades fluidas, em constante construção, possibilita novas ressignificações e representações dos elementos que conformam a noção de si mesmo. No caso de certos grupos, algumas características e elementos podem ser apreendidos e ressignificados enquanto traços particulares que lhes identificam e os distinguem dos demais grupos com os quais se relacionam. Esses elementos podem estar ligados a sua historicidade, a sua territorialidade, religiosidade, etc., assim como aos bens por eles produzidos e consumidos.

Considero a produção e comercialização das bonecas em Marinhos como um diacrítico do grupo, mesmo que customizadas para fins de venda. Sabe-se que a existência de "grupos étnicos" ou de comunidades com sobredeterminantes étnicos seria fruto não de diferenciações culturais geradas pelo isolamento de grupos sociais, mas sim de processos de objetivação de diferenças culturais nos vários contextos de interação entre seus membros. Barth chama de "sinais diacríticos" os elementos culturais objetivados como marcadores das fronteiras étnicas (BARTH, 2000). Mas é preciso, contudo, esses elementos não se distinguiriam de maneira homogênea entre os membros do grupo étnico, nem estariam necessariamente ausentes de outros grupos, sendo apenas o resultado da objetivação de um dado cultural relevante num determinado contexto social (PINTO, 2012).

Quanto ao artesanato, podemos entender que este pode expressar "as características de uma comunidade, sua história, memória e tradição, portanto, pode ser entendido como a cultura de um povo e de suas produções materiais as quais atuam no resgate, na afirmação e expressão de sua identidade" (ALMEIDA GONÇALVES & VARGAS ANTEZANA, 2013).

Através do artesanato, as mulheres que compõem o grupo Verde Marinho, encontraram uma forma de se valorizarem enquanto comunidade quilombola, assim como de compartilhar um pouco de si e de seu modo de vida com quem está de fora e irá comprar seus produtos. Elas também vêm o artesanato como uma possibilidade de geração de renda para suas famílias dentro da comunidade, assim como de socialização entre os membros e um espaço de troca de saberes e experiências.

Walter Benjamin (1936) afirma que a obra de arte possui uma existência única, na qual se cumpre a história a que esteve submetida através da sua existência. Para ele, mesmo na reprodução mais perfeita faltaria alguma coisa, a aura. A reprodução liberaria de alguma forma o objeto reproduzido do domínio da tradição, pois ao ser multiplicado, sai do lugar de ocorrência única para o de ocorrência em massa. O valor que torna a "obra de arte autêntica" e lhe atribui sua aura se fundamenta no ritual em que adquiriu seu primeiro valor de uso, como, por exemplo, o culto à beleza do período renascentista. No caso das bonecas de Marinhos, por mais que, de certa forma, estejam sendo "reproduzidas" para sua comercialização, estas não deixam de ter uma "aura", o qual se expressa na "intencionalidade" das artesãs em expressar sua identidade enquanto comunidade tradicional e quilombola.

> Nós trabalhamos mais com as coisas nossas né, com as características nossas, com as pessoas do lugar, que tem no lugar né, aí não é igual aos outros grupos pra trabalho, que é as bonecas pretas, que é os bonecos do congado, do moçambique né, que a gente faz, é uma identidade diferente (Nair, 2013).

Alfred Gell (2001) constrói um conceito de arte contemporânea não como algo belo a ser contemplando, mas como "armadilhas do pensamento", enquanto metáfora ao que diz às proposições do autor, ou seja, à "intencionalidade" e aos valores que são intrínsecos ao objeto em questão. Na visão de Gell, o que separa então um artefato, objeto voltado à funcionalidade e à utilidade, estes que poderiam ser reproduzidos no sentido de Benjamin, dos objetos de arte seria a razão de o autor ter feito aquela obra, consequentemente carregada de intencionalidade (aura).

> Quando você tá criando alguma coisa, você tá buscando, então representa muito uma coisa quando você constrói. Você vendo uma coisa que você construiu é a maior felicidade da gente, pra mim e eu acredito que pra muitas pessoas. Eu acredito que depois de uma bolsa pendurada, você quase nem acredita que foi você quem fez, então representa muito pra gente, uma superação. (...) Igual o boneco do Cambão, a gente cria ele né, a gente dá vida (Roseli, 2013).

Walter Benjamin (1994) também propõe o conceito de "experiência coletiva" através do qual ele discute a relação que se dá entre uma experiência significativa para todo o grupo, ou seja, uma vivência, e a capacidade narrativa dos nativos sobre tal fato. Segundo ele, o narrador vai retirar da experiência o que ele conta, ou seja, sua própria experiência ou a experiência relatada por outros. As coisas narradas são então incorporadas à experiência dos seus ouvintes. O ato de repassar as experiências é, nesse sentido, uma ligação entre o antigo e o novo de forma que a narração transcende o momento e ressurge nas gerações posteriores. Há um vínculo entre o narrador e seus ouvintes ou leitores que remete a todos que já refletiram sobre o que está sendo transmitido. A narração, dessa forma, se constitui em uma experiência coletiva.

Seguindo o pensamento acima, as bonecas feitas pelas artesãs do Grupo Verde Marinho se constituem como forma de reprodução dos modos de saber locais assim como da experiência coletiva da comunidade, elemento de sua identidade. Esses objetos são singulares por remeterem a situações específicas, como o Congado, o Moçambique, a Festa ad Colheita com a dança da peneira, as personalidades de referência, etc., e por se tratarem de uma marca que distingue a comunidade onde foram produzidas. São uma manifestação concreta dos valores, nas narrativas e relações sociais ali construídas.

> Nós trabalhamos mesmo é com a nossa identidade A gente tá nesse ponto de afirmar e promover a identidade (Nair, 2013).

> A gente ta querendo criar mais coisas daqui, colocar mais coisas daqui no nosso artesanato, igual tem o catão, tem a igreja, tem o sino que a gente não colocou ainda no artesanato, então a gente precisa tá fazendo isso né, fixar bem o que a gente tem aqui, e que também precisa ser mostrado (Leide, 2013).

Almeida Gonçalves e Varas Antezana (2014) falam sobre a incorporação de elementos tanto materiais quanto formas de linguagem ao artesanato, como, por exemplo a introdução do design na elaboração das peças como forma de "adequação", ou mesmo como já dito aqui "commodification" (PIMENTA, 2006), da produção num contexto de

concorrência de mercado. De acordo com as artesãs de Marinhos, a relação com o design, como a utilização de novos materiais, técnicas de produção e criação de novos produtos, pode trazer melhorias para as condições de trabalho e de vida na comunidade. A introdução e apropriação desses elementos externos à comunidade não altera em nada na identidade original traduzida no produto e ao seu modo de fazer tradicional, sendo que essa inserção traz consigo a atribuição de novas ressignificações nos próprios termos locais (SAHLINS, 2004).

Appadurai (2008) nos fala também do "desvio de mercadorias de sua rota" quando, por exemplo, objetos produzidos para uso estético ou cerimonial em pequenas comunidades são transformados de forma cultural, econômica e social pelos gostos, mercados e ideologias de economias maiores (GRABURN, 1976 apud APPADURAI, 2008). Pode acontecer de as tradições de fabricação mudarem em relação a imposições de ordem comercial ou estética. As identidades grupais dos produtores, impressas na mercadoria, se tornam emblemas para as políticas de status dos consumidores, através da aquisição de souvenir e raridades por exemplo.

Após o reconhecimento de sua autoidentificação como quilombola, a comunidade procura criar e recriar formas de celebrar suas raízes negras, trazidas pelos seus antepassados, de forma constante. Isso se reflete na Festa da Colheita, por exemplo, para a qual foram criadas danças representando o trabalho na roça, os homens com as enxadas e as mulheres com as peneiras, a maneira de falar, se vestir, etc. Esse mesmo processo acontece com o a criação dos produtos artesanais a partir da introdução de elementos e características específicas que servem para identificar a comunidade. O valor investido na produção está relacionado diretamente em ressaltar o caráter identitário do grupo e de dar a conhecer a comunidade e sua história através dos seus produtos.

Imagem 08: Boneca e Etiqueta da Marca Verde Marinho. Fonte: Acervo do Centro de Memória do Instituto Inhotim, 2013

3.4 A Relação com o Inhotim

Entre as ações desenvolvidas pelo Instituto Inhotim junto às artesãs de Marinhos estão as oficinas chamadas "Troca de Saberes". Estas oficinas são encontros onde se reúnem os artesãos e artesãs do Vale do Paraopeba, região de Brumadinho, para fazerem cursos propiciados pela Diretoria de Inclusão e Cidadania do instituto, trocarem experiências e participarem das atividades propostas, assim como expor seus produtos. O Grupo Verde Marinho vê essa iniciativa como forma de valorização de seu trabalho e como oportunidade de ganhar visibilidade ao expor o que produzem.

> Eu acho que é muito importante pra gente [participar das atividades promovidas pelo Inhotim] porque é um lugar de destaque e a gente se sente muito honrada de estar participando das atividades do Inhotim. A gente se sente importante né, estando lá, sendo convidada pra estar lá. O Inhotim representa muito pra gente aqui, ele contribui muito pra gente (Roseli, 2013).

Além das oficinas, o Inhotim, juntamente como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), desenvolveram várias ações com o propósito de qualificar o grupo tanto na produção quanto da comercialização dos produtos, isto desde o início, quando ganharam as máquinas da Prefeitura, proporcionando as aulas de costura. No decorrer dos cursos oferecidos sempre estiveram presentes discussões apresentadas pelas próprias artesãs com relação à expressão da identidade local, valorizando suas características e singularidades através da produção do artesanato. Essas parcerias resultaram na formalização da Associação Verde Marinho.

Como dito por Sahlins (2004) a intervenção do chamado sistema mundial pode constituir um enriquecimento do sistema local do ponto de vista da população nativa. "Mesmo havendo uma clara interferência da força de trabalho para a metrópole, por meio de taxas de câmbio desiguais, os povos do interior passam a adquirir mais produtos de valor social extraordinário com menos esforço do que jamais puderam fazer na época de seus ancestrais" (p.449) Todo esse processo se daria na forma de "desenvolvimento" (develop-man) nos termos culturais do próprio povo em questão. Essa visão pode ser percebida na fala das artesãs, quando questionadas sobre a relação do grupo com o Instituto Inhotim.

> Inhotim? Pra mim o Inhotim é um parceiro, né? ... Eu, principalmente pra mim. Coisa que eu nunca fiz: andar de avião [risos] Com medo, mas fui, mais Maria Alzira foi ótimo, né? Participar do negócio da feira lá em São Paulo e eles ajudou nós também. Ajuda muito a gente

> aqui, né? Inhotim. Quer dizer, na verdade o grupo existe também através do Inhotim, porque se a Marcela não tivesse vindo e tentado levar nós pra poder participar lá no Sapé, do grupo que ia ter lá em Sapé. Talvez nós não tinha arrumado, conseguido arrumar professor e tá no tempo das máquina voltar, porque na verdade isso é um projeto da Prefeitura, né? E tem o tempo certo pra você começar, que se não tivesse começado as máquina tinha voltado. Então na verdade o Inhotim é que deu o chute inicial pra nós (Nair, 2012).
>
> É o braço direito (Márcia, 2012).
>
> Foi enviado por Deus (Porfira, 2012).

O Inhotim também é tido em alto reconhecimento por toda a comunidade de Marinhos, por causa da geração de empregos para seus membros.

> É muita gente que trabalha lá, daqui sai um ônibus cheio de gente que trabalha lá. Então pra gente o Inhotim não é só um museu de, como é que fala, um museu de arte contemporânea não, é um lugar de geração de renda, porque na verdade a gente depende de lá, do salário do pessoal que trabalha lá no Inhotim (Nair, 2013).
>
> Uai pra mim [o Inhotim] significa uma coisa muito importante em Brumadinho, porque é uma empresa que levou muita gente pra trabalhar inclusive aqui em Marinhos. Igual a Nair já falou também, aqui em casa meus filhos todos trabalham lá no Inhotim e fora as outras pessoas da comunidade, parentes amigos que trabalham lá. Então, anos atrás aqui a rua ficava cheia de rapazes e de moças desempregados e hoje você não vê ninguém à toa aqui mais. Você passa as ruas estão vazias e você vê criança, adolescente, a maioria tá todo mundo trabalhando. Então a gente era até muito preocupada né com a questão dos jovens que ficavam sem emprego ou mesmo adultos. Então hoje não, hoje a gente não vê isso mais. (...) Foi uma porta aberta mesmo pra nossa comunidade, então a gente não pode deixar de falar isso nunca, porque a gente sabe que Brumadinho não ia comportar, a prefeitura só não ia comportar todo esse povo que tá lá em Inhotim hoje (Leide, 2013).
>
> O Inhotim significa muito (choro). Eu já tive irmão que trabalhou lá, sobrinhos. O primeiro emprego dos meus sobrinhos foi lá. Essa sobrinha minha era muito nova, envolveu cedo com droga e um dos primeiros empregos dela foi lá. Então tirou ela do mundo pra fora e toda vez que a gente fala eu lembro, porque foi uma época de muito sofrimento. Ela era muito nova e a questão do primeiro emprego ninguém dava. E o Inhotim pra nós significa muito porque foi o lugar do primeiro emprego pro jovem da nossa redondeza. O Inhotim representou e representa muito pra muitas famílias de Marinhos porque foi uma porta aberta pros jovens de primeiro emprego. Então pra gente o Inhotim é muito importante, muito, muito, significa muito, que foi a primeira porta aberta pros meninos que não tinham emprego (Roseli, 2013).

Antes da formalização da Associação e dos cursos de capacitação o artesanato local não era visto como algo a ser vendido. Por isso, as artesãs acreditam que a influência do Inhotim foi essencial desde o início, para que conseguissem vender os produtos e estarem assim conseguindo uma forma de aumentar seus rendimentos. “O Inhotim tá sempre assim, nós em questão do artesanato, sempre nos apoiando né e buscando aqui, buscando ali tentando pra ver uma brecha pra gente aproveitar” (Nair, 2013).

Contudo, essa relação acaba criando certa dependência, como menciona as próprias artesãs. Muitas vezes elas dependem do Inhotim para criar oportunidades de expor e vender os produtos, para ajudarem a conseguir verba para manutenção e compra de matéria-prima, através da inscrição de projetos, quando surgem alguns editais da Prefeitura de Brumadinho, do Sebrae, entre outros.

A renda obtida com a artesanato chega em média a meio salário mínimo por mês, sendo que os recebimentos são divididos entre os membros da associação e uma parte é reservada para a compra de matéria-prima. As artesãs sentem a necessidade de adquirir autonomia e conseguirem uma renda para poder se sustentar somente através do artesanato, trabalhando dentro da comunidade, pois dependem de outros empregos fora de Marinhos e o grupo acaba ficando em segundo plano.

Hoje a Associação precisa de regularizar seu CNPJ, como já mencionado acima, uma das máquina precisa de manutenção, e como dito pelas artesãs, entre elas não há ninguém que saiba emitir nota fiscal, nem escrever projetos para que elas possam requerer a verba necessária. Foi mencionado também por elas a necessidade de criação de um espaço dentro da comunidade e mesmo de um site onde possam expor suas criações para poder vendê-las com mais facilidade e não somente durante as festividades locais ou quando o Inhotim intervir. Seguem abaixo algumas falas que ilustram bem a relação ambígua do grupo com o instituto, também com a Prefeitura, o Sebrae e suas aspirações:

> Eu adoro fazer artesanato e o meu sonho é de um dia, desde quando começou, que a Marcela do Inhotim que veio trazer aqui que eu falei com ela que o meu sonho era que o artesanato desse a renda suficiente porque eu largaria a Prefeitura, saía da Prefeitura, e viveria só do artesanato, mas infelizmente né, ainda não é possível (Nair, 2013).

Antigamente a gente levava trem daqui e vendia, antes era melhor, tinha mais saída. No último encontro não tiveram como ir e expor o trabalho no Inhotim para vender porque o evento era durante a semana e as artesãs estavam trabalhando (Nair, 2013).

Na verdade eles estão buscando com a gente essa oportunidade. Nós perdemos uma oportunidade muito grande, que eu acho que é uma falha muito grande, na última reunião no Inhotim, foi de ter perdido o Sebrae que veio dar curso aqui. O Sebrae falou pra nós pegar firme porque a gente tinha muita chance de crescer por causa dos produtos que a gente faz, que é a nossa identidade que é uma coisa que não é fácil e que a gente não encontra em qualquer lugar né. Então é uma oportunidade que nós deixamos assim. Mas na verdade a nossa oportunidade maior com o artesanato é com o Inhotim, não tem outro assim, outro grupo que vem, que, assim, nos impulsiona, que nos leva, que vem cá valorizar nossas coisas. Se não é o Inhotim a gente vai no Brumadinho Gourmet, mas lá não é artesanato é mais comida mesmo, igual esse ano que passou nós fomos com o artesanato e nós fomos com comida. Aí na comida a gente ganhou bem, com o artesanato nós não ganhamos praticamente nada (Nair, 2013).

É a gente vendeu por três dias direto [no Brumadinho Gourmet] (..) Eles pediram pra gente estar levando a comida típica daqui, porque na Festa da Colheita aqui em Marinhos eu quis que a gente fizesse uma comida bem parecida com a nossa comunidade, uma comida que o povo daqui gosta muito, que é arroz, feijão, angu e frango com orapronobis. Aí eles pediram que a gente levasse essa comida pra lá, só que nós não fizemos o feijão, eles pediram arroz, angu e frango com orapronobis. Aí o povo, muitas pessoas não conheciam né o orapronobis, e todo mundo, eles adoraram a comida, todo mundo que chegava pra comer, sabe gostaram muito, deram os parabéns, falaram que era a melhor comida do Brumadinho. Então a gente ficou muito feliz de ter sido reconhecida lá né. (...) Nós tivemos uma renda de quase três mil reais, então pra nós foi o maior sucesso, que nunca tinha acontecido (Leide, 2013).

Acho que eles [o Inhotim] podiam arrumar mais vezes né, oportunidade, encontros pra gente estar vendendo os nossos produtos, o trabalho da gente né (...) projetos né, assim, ajudar a gente com projetos porque, por exemplo, o que a gente compra, o material que a gente compra é do que a gente vende. Então a gente divide ali o total, tira a metade né, a metade a gente compra as coisas e a metade divide pras artesãs. Então se tivesse um jeito de estar arrumando um projeto, trabalhando pra ajudar nós na matéria-prima, nessas coisas assim. (...) Instruir a fazer projetos para levantar verba, do governo, por exemplo, para não precisar da ajuda do Inhotim para fazer isso (Nair, 2013).

Eu ainda tenho uma dúvida diante do artesanato, de viver só do artesanato porque eu acho que ele ainda tá muito garrado, o desenvolvimento dele ainda não tá aquele desenvolvimento pra levar a gente a ficar só nele não. Eu acho que ainda tem muita coisa pra melhorar. (...) A gente ainda pensa nessa possibilidade de estar desenvolvendo mais e a gente fica ainda sem saber. Igual a gente às vezes ouve na televisão, ah o artesanato de tal lugar tá desenvolvendo,

> passa aquele grupo que conseguiu desenvolver, aí a gente começar a pensar porque que o nosso ainda não chegou naquele ponto de estar tendo renda satisfatória pro grupo. Então a gente fica ainda sem saber, é uma coisa que existe ainda dentro do grupo, a gente não sabe ainda o quê fazer, quem vai tirar a gente dessa minoria né (Leide, 2013).
>
> Na verdade ele [o artesanato] já tá bem reconhecido né pelo Inhotim, porque ele espalha assim o nosso artesanato. Igual, a gente já vendeu muito artesanato lá dentro pra funcionários, além de quando a gente leva pra exposição, de curso, a gente leva e expõe, lá dentro a gente já vendeu muitas bolsas pra funcionários de lá. Igual no ano passado, no dia internacional da mulher, o Inhotim comprou 400 bonequinhas na mão do nosso grupo pra ser distribuído lá dentro do Inhotim. Então foi boneco pra lugares que eu nem sei, porque tinha pessoas de todos os lugares lá que recebeu o bonequinho num chaveirinho (Leide, 2013).
>
> Então na verdade, o nosso grupo vê que deu-se assim de muitos anos e o Inhotim tá bem preocupado com o nosso artesanato e ele valoriza muito o nosso trabalho de artesanato, é um dos grupos que eu vejo que ele preocupa muito, valoriza muito, levando né, o nosso artesanato, chamando a gente pra um monte de coisas. Então a gente tá sempre caminhando junto. O Inhotim tá sempre preocupado sim com o crescimento do nosso trabalho de artesanato. Agora o que falta então, por exemplo, é ir nossas bolsas ou nossas bonecas pra loja do Inhotim, é o que tá faltando. E também aprimorar as peças né pra ir pra loja ia ser uma ajuda muito grande, não precisava nem de ir pra lugar longe não, pra lá já ajudava muito (Leide, 2013).
>
> O Inhotim trazia muitas pessoas aqui, trazia muitos grupos grandes aqui, a gente vendeu muito pro Inhotim. Eram grupos que passavam pelo Inhotim e eles traziam pra conhecer, aí acabou né, sumiu todo mundo. A nossa expectativa maior é que o nosso produto seja divulgado lá dentro, principalmente na loja (Roseli, 2013).

Podemos perceber, através dessas falas, que a relação das artesãs com o Inhotim, como também de toda a comunidade, se expressa através da gratidão pelas oportunidades de emprego, pela atenção à comunidade através da prestação de serviços, oferecimento de cursos, convites para eventos culturais no Inhotim, onde eles fazem apresentações, expõem seus produtos etc. Essa influência foi fundamental para essa questão da auto valorização, pois por serem procurados por um organismo externo, de renome, de terem sua identidade enaltecida, eles mesmos começaram a adotar esse discurso, de que devem usar sua singularidade de forma positiva para conquistarem direitos e atender à suas demandas.

Contudo, não deixo de fazer uma crítica à dependência criada pela atitude de certa forma paternalista da parte do Inhotim, o que fere um princípio constitutivo das comunidades quilombolas e das comunidades tradicionais em geral, que é a autonomia e liberdade nos seus processos produtivos. Isso se reflete, por exemplo, nas oportunidades de venda e exposição

criadas pelo Inhotim, que não deixam de ser positivas, mas que são proporcionadas somente quando é de interesse do instituto. As artesãs questionam muito essa parte, pois na opinião delas, se o Inhotim não dá a oportunidade de deixarem seus produtos permanentemente à venda na loja do museu, eles também não oferecem oportunidades nem diálogo quanto às medidas que elas deveriam tomar para que seus produtos atendam aos requerimentos da loja. Além disso, o Inhotim ajudou a redigir o estatuto para a criação da Associação Verde Marinho, mas não ofereceu nenhuma forma de capacitação para que as artesãs possam administrá-la, manter o CNPJ regularizado e nem em como emitir nota fiscal, que era um dos objetos da criação da mesma.

Por outro lado, podemos interpretar também que a relação entre a associação e o Inhotim não se dão nos mesmos termos. Enquanto as artesãs esperam um retorno do instituto, como a dádiva que sempre cria uma dívida permanente ao ser oferecida e ao se estabelecer uma parceria, eu diria que o Inhotim vê a relação através de outros olhos. Isso no sentido de que a comunidade só se torna interessante na medida em que serve aos propósitos da instituição, mesmo os de caráter social e participativo. Os espaços, o lá e o cá, permanecem sempre separados. Em algumas ocasiões específicas o Inhotim vai a comunidade e / ou a comunidade vai ao Inhotim, mas as portas não permanecem abertas de forma recíproca.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artesanato em Marinhos se constitui em uma das formas que a comunidade encontrou para valorizar e recuperar sua identidade enquanto quilombola de forma positiva. A organização das mulheres em um grupo de artesanato serviu para fortificar sua auto-estemas e também enquanto estratégia de reconhecimento e visibilidade para a comunidade através de seus produtos. É uma forma também de buscarem o sustento dentro da comunidade, desejo de grande parte dos moradores, pois, como a mão de obra local é empregada fora da comunidade, ocorre um "esvaziamento" constante da mesma.

Quanto às discussões sobre a classificação de um tipo de economia enquanto referente à troca de dádivas ou de mercadorias penso, que, nesse caso, não devemos nos voltar ao tipo de sociedade, ou mesmo ao tipo de troca envolvidos na questão. Ao se falar do artesanato em Marinhos, logo imaginamos as pessoas da própria comunidade e suas relações de interação internas e externas ao grupo. Então, a resposta estava muito mais direcionada aos objetos, que, como afirma Appadurai (2008), possuem uma vida social. Nesse sentido, devemos considerar principalmente qual estatuto assumem em determinado contexto, qual é a "intencionalidade" (GELL, 2001) de quem o produz, como estão envolvidos nas relações com elementos e organismos externos (SAHLINS, 2004) e quais as mensagens e narrativas carregam (DOUGLAS, 2004 e BENJAMIN, 1994).

Marinhos é um lugar mágico, onde encontramos pessoas cordiais, alegres e cheias de conhecimento a oferecer. Uma das formas que encontraram de expressar sua singularidade e sua tradicional idade foi através de objetos (artesanato, comidas, instrumentos musicais, etc.) e práticas (Dança da Peneira, festas, receitas, batuque, Congado, Moçambique, etc.), que se apresentam, ou melhor, me foram apresentadas como diacríticos do grupo. O que não falta às artesãs são sonhos e desejos de estabelecerem seu trabalho como um artesanato forte, diferenciado e que representa a sua própria maneira de ser.

Imagem 09: Leide e Sr. Antônio Cambão, sem data nem local. Fonte: Arquivo Pessoal de Rei Batuque

Imagem 10: Nair, Casa Paroquial de Marinhos, Sede da Associação Verde Marinho. Fonte: Acervo do Centro de Memória do Instituto Inhotim, 2012

Imagem 11: Bolsas Verde Marinho. Fonte: Acervo do Centro de Memória do Instituto Inhotim, 2012

Imagem 12: Bonecas Verde Marinho. Fonte: Acervo do Centro de Memória do Instituto Inhotim, 2012

Imagem 13: Leide, Dança da Peneira, Festa da Colheita, sem data. Fonte: Arquivo Pessoal de Rei Batuque

Imagem 14: Artesãs na Casa Paroquial de Marinhos, Sede da Associação Verde Marinho. Fonte: Acervo do Centro de Memória do Instituto Inhotim, 2012

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA GONÇALVES, Keila & VARGAS ANTEZANA, Sofia L. Arte Contemporânea e Artesanato: possibilidades de promoção da identidade cultural a partir da Perspectiva da Nova Museologia Social. *Revista Observatório da Diversidade Cultural*. Volume 1, n° 1, 2014.

ALMEIDA GONÇALVES, Keila. *Transcrição de Entrevistas com as artesãs Roseli, Leide e Nair*, 2013.

APPADURAI, Arjun. Introdução: Mercadorias e Políticas de Valor. In: APPADURAI, Arjun (org.), *A Vida Social das Coisas: Mercadorias sob uma Perspectiva Cultural*. Rio de Janeiro: Ed. UFF, 2008.

Art. 2° do Decreto Federal 4887/2003.

Art. 3° do Decreto 6.040, de 7 de fevereiro de 2007.

BARTH, Fredrik. Os grupos étnicos e suas fronteiras. In: Tomke Lask (Org.). *O Guru, o iniciador e outras variações antropológicas*. Rio de Janeiro: Contra Capa. 2000.

BENJAMIN, WALTER. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica (1936).
GRABURN, N. H. (Ed) *Ethic and tourist arts*. Berkeley: University of California Press, 1976.

BENJAMIN, Walter. Experiência e pobreza (1933). In: *OBRAS Escolhidas. Magia e Técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CANTANHEDE FILHO, Aniceto. *Aqui nós somos Pretos: um estudo de etnografias sobre negros rurais no Brasil*. Dissertação de Mestrado. Brasília: Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social/UnB, 1996.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. O índio e o mundo dos brancos: uma interpretação sociológica da situação Tukúna. São Paulo: Pioneira. 1972.

CLASTRES, Pierre. *A Sociedade Contra o Estado*. 1974

COSTA FILHO, Aderval. *Os Gurutubanos: territorialização, produção e sociabilidade em um quilombo do centro norte-mineiro*. Tese de doutorado. Brasília: PPGAS/UnB, 2008.

COSTA FILHO, Aderval. Os povos e comunidades tradicionais no Brasil. In: CERQUEIRA, Edmilton [et al.], orgs. *Povos e comunidades tradicionais e o Ano Internacional da Agricultura Familiar*. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2015.

DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. *O Mundo dos Bens para uma antropologia do consumo* (1987). Rio De Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

DOUGALS, Mary. O mundo dos bens, vinte anos depois. *Horizontes Antropológicos*, 28, jul/dez, 2007

FIRTH, Raymond. O Contexto Social da Organização Econômica. In: *Elementos de Organização Social*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

GELL, Alfred. A rede de Vogel, armadilhas como obras de arte e obras de arte como armadilhas. *Arte e Ensaios*: Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Rio de Janeiro: Escola de Belas Artes da UFRJ, ano 8, n. 8, p. 174-191, 2001.

GRABURN, N. H. (Ed) *Ethic and tourist arts*. Berkeley: University of California Press, 1976.

GREGORY, Chris A. Beyond Gifts and Commodities. In: *Savage Money – The Antrhopology and Politics of Commodity Exchange.* Harwood Academic Publishers. 1997.

GREGORY, Chris A. *Gifts and Commodities*. London: Academic Press, 1982.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11ª Edição, 104p. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

INHOTIM, Diretoria de Inclusão e Cidadania. *Mapeamento Marinhos*. Brumadinho, 2012.

INHOTIM, Diretoria de Inclusão e Cidadania. *Transcrição de Entrevista com o Grupo Verde Marinho*, 2012.

Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). *Diagnóstico Social Participativo da Comunidade Quilombola de Marinhos*. Dezembro de 2011.

LEITE, Ilka Boaventura. *Os Quilombos no Brasil: Questões Conceituais e Normativas. Etnográfica*, Vol. IV (2), 2000, pp. 333-354

LITTLE, Paul E. "Territórios sociais e povos tradicionais no Brasil: por uma antropologia da territorialidade". Série Antropologia. N° 322. Brasília: DAN/UnB. 2002.

MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do Pacífico Ocidental* (1922). São Paulo: Abril S. A. Cultural e Industrial, 2a Edição, 1978.

MALINOWSKI, Bronislaw. *La Economía Primitiva de los Isleños de Trobriand* (1920). Disponível em: http://ciesas.edu.mx/Publicaciones/Clasicos/articulos/Malinowski.pdf
Último Acesso em: 24/11/2015

MARX, Karl. A mercadoria. In: *O capital*. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

MAUSS, Marcel. O ensaio sobre a dádiva (1925). In: *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

NUQ-UFMG. *Quilombos Urbanos em Belo Horizonte: as comunidades de Mangueiras e Luízes*. Revista Pensar BH, Edição 22, maio de 2009.

PIMENTA, José. Reciprocidade, mercado e desigualdade social entre os Ashaninka do Rio Amônia. *Série Antropologia*, n° 392. Brasília: DAN/Unb, 2006.

PINTO, Paulo Gabriel Hilu da Rocha. Grupos étnicos e etnicidade. In Antonio Carlos de Souza Lima (Org.) *Antropologia e Direito: temas antropológicos para estudos jurídicos*. Rio de Janeiro/Brasília: Contra Capa/LACED/ABA, 2012.

POLANYI, Karl. Sociedades e Sistemas Econômicos. In: *A Grande Transformação – As origens da nossa época*. Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda, 1980.

ROUSSO, H. *Le syndrome de Vichy*. Paris: Le Seuil. 1987.

RUS, Andrei. "Gift vs. Commodity" Debate Revised. *Anthropological Notebooks*, 14 (1): p.81-102, 2008.

SAHLINS, Marshall. A primeira sociedade da afluência. In: *Cultura na prática*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

SAHLINS, Marshall (1988). Cosmologias do Capitalismo: o setor transpacífico do "sistema mundial". *Cultura na Prática*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

SAHLINS, Marshall. "La Pensée Bourgeoise". In: Cultura e Razão Prática. Rio de Janeiro: Zahar. 1979.

SIMMEL, G. *The philosofy of Money*, 1907.

SMITH, Adam. *A Riqueza das Nações.* 1776.

UNIBH - Marinhos – *Comunidade Quilombola de Brumadinho*/ MG. 2011
Disponível em: http://marinhoscomunidadequilombola.blogspot.com.br/

WEBER, Max. O espírito do capitalismo (1905). In: *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

WOORTMANN, Ellen F. "Homens de hoje, mulheres de ontem: gênero e memória no Seringal". Carmelita Brito de Freitas (Org.). *Memória: Anais do I Seminário e da II Semana de Antropologia da Universidade Católica de Goiás*. Goiânia: Editora UCG. 1998.