



ESQUEMA DE CALIFICACIÓN

Mayo de 2001

ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Nivel Medio

Prueba 1

Notas sobre preguntas individuales

Extracto (pp. 910-25) de Gretchen M. Herrmann (1997), Gift or Commodity: What changes Hands in the U.S. Garage Sale? (Regalo o mercancía: ¿Qué cambia de manos en las ventas de garage en los EE.UU?), American Ethnologist 24:910-30.

1. **Dé tres ejemplos de las formas en que las transacciones en las ventas de garage se ajustan a las prácticas de intercambio de una economía de mercado.**

[4 puntos]

En las ventas de garage, clientes y vendedores intercambian productos por dinero. Los vendedores especifican el precio de los productos de antemano. Recogen el dinero de los clientes y lo ponen en una caja y a veces aún en una registradora. La disposición física de las ventas de garage simula aquella de los almacenes: los productos son arreglados para exhibirse y el intercambio en sí de artículos por dinero toma lugar en un área especialmente asignada para ello. Los roles sociales de los participantes caen en categorías bien establecidas: propietarios, clientes y quizá ayudantes varios y vendedores secundarios. Las motivaciones de los participantes son fácilmente reconocibles, son aquellas de los intercambios convencionales de mercado: ganancia máxima (que se mide en términos del dinero que ingresa) al mismo tiempo que gasto o pérdida mínimos. A primera vista, al menos, la motivación altruista y afectiva de, por ejemplo, las redes extendidas de parentesco de antaño son de poca relevancia a las transacciones de las ventas de garage. Todos estos rasgos caracterizan las ventas de garage como contextos de mercado.

Los candidatos pueden organizar estos ejemplos en una variedad de formas igualmente interesantes. Deberán presentarlas en sus propias palabras, requerimiento de particular importancia para esta pregunta ya que las respuestas se las puede obtener directamente del pasaje. Las respuestas bien logradas expresarán el hecho de que los intercambios de mercado, lejos de presentar la forma “natural” de intercambio que no necesita de análisis, puede ser sujeta a una disección analítica. Respuestas que sean parciales, poco organizadas o demasiado parecidas al texto recibirán un puntaje bajo.

2. **Dé tres ejemplos de las formas en que las transacciones en las ventas de garage no se ajustan a las prácticas de una economía de mercado.**

[4 puntos]

Los productos que se intercambian en las ventas de garage conllevan los recuerdos y emociones que el vendedor asocia con ellos. Cuando venden objetos particulares, a los vendedores les gusta sentir como que estuvieran pasando al mismo tiempo estos recuerdos y emociones al comprador. Debido a esto, los vendedores ponen atención a que los nuevos propietarios de los productos valgan la pena y sean las personas adecuadas de poseerlos. Esto lo miden en términos de cuánto los nuevos propietarios necesitan el objeto o el cuidado con el que lo tratarán. En algunas transacciones de ventas de garage, la solidaridad social aparece más prominentemente que el generar ganancia. El ejemplo más extremo de esto es el regalar los artículos abiertamente.

De nuevo, la organización y presentación de estos ejemplos puede variar. Los examinadores pondrán particular atención a la habilidad del candidato de presentar los materiales usando sus propias palabras.

3. **¿En qué forma su conocimiento sobre relaciones de intercambio ayuda a explicar las características de las ventas de garage en los EE.UU?** [6 puntos]

Esta pregunta requiere que los candidatos reflexionen en una forma abstracta sobre la situación analizada en el pasaje. Los candidatos aproximarán esta pregunta en una variedad de maneras. Podrán adecuadamente centrarse en una de las tensiones importantes en el análisis antropológico de las relaciones de intercambio (p.ej. regalo vs. mercancía, altruismo vs. interés personal, acumulación vs. redistribución, inalienabilidad vs. alienabilidad, o afecto vs. interés) y ubicar las ventas de garage en términos de aquellas tensiones. Los candidatos obviamente usarán materiales presentados para contestar a las preguntas 1 y 2, pero deben someter estos materiales al análisis y usarlos para obtener generalizaciones o abstracciones antes que solamente describirlos. Las respuestas satisfactorias demostrarán ya sea abierta o implícitamente, el conocimiento del candidato de diferentes tipos de sistemas de intercambio. Además deberán mostrar que el candidato entiende al intercambio no solamente como una forma de obtener objetos para circularlos de propietario a propietario, sino que tiene efectos específicos en las relaciones sociales. Las mejores respuestas discutirán las ambigüedades y aparentes contradicciones de las ventas de garage. Tales respuestas podrán especular sobre las implicaciones de aquellas ambigüedades para los modelos antropológicos de intercambio, o indicarán que la mayoría de actividades de intercambio son de hecho de un estilo “mezclado”.

4. **Identifique *una* actividad de intercambio en una sociedad específica que haya estudiado y compare las características sociales y culturales de esta actividad con las prácticas de las ventas de garage en los EE.UU.** [6 puntos]

Los candidatos están en libertad de enfocar en una amplia variedad de actividades de intercambio: redistribución de comida, el potlach, la circulación de bienes en el *kula*, la entrega de regalos asociada con el ciclo de vida o rituales estacionales, ofrendas religiosas o rituales, el juego, los remates, ofrendas religiosas y otras ritualizadas, y aún matrimonio o adopción. Las comparaciones se centrarán tanto en las similitudes como en las diferencias entre las ventas de garage en los EE.UU. y el caso escogido por el candidato. En toda circunstancia, las respuestas deberán por lo menos aludir a la tensión entre regalo e intercambio de mercancías en las que Herrmann se centra en el análisis de las ventas de garage en los EE.UU. Las respuestas que estén mejor logradas captarán las potenciales complejidades y ambigüedades de cualquier actividad de intercambio y distinguirán entre la versión oficial, abierta y explícitamente expresada de lo que toma lugar con los aspectos menos abiertos, más sutiles y quizá más subversivos de la actividad de lo que un antropólogo puede sacar a luz. Los candidatos deberán situar el caso comparativo escogido en términos de grupo, lugar, autor y presente etnográfico.
