

198

**FORNECEDOR, MERCADEIRO E CLIENTE: UM ENSAIO SOBRE AS TROCAS NO MERCADO PÚBLICO CENTRAL DE PORTO ALEGRE.** *Rodrigo Bisognin Castilhos, Neusa Rolita Cavedon*, (Escola de Administração, UFRGS)

Este estudo pretende analisar e compreender as trocas comerciais que se dão no âmbito do Mercado Público de Porto Alegre. Através do método etnográfico percorremos a cadeia fornecedor-verejista-consumidor, observando a dinâmica das vendas e aquisições de produtos ao longo dessa cadeia. O referencial teórico da Antropologia Social foi utilizado de modo a complementar a teoria do Marketing acerca das trocas, para que pudéssemos dar conta não só dos aspectos explícitos, mas também, e principalmente, dos aspectos que se escondem por detrás da ordem racional de compra e venda de mercadorias. À guisa de exemplificação, verificamos a existência de uma Banca, onde o dono mantém um produto disponível para um único cliente que o adquire uma vez por mês. As teorizações presentes na área de Administração de Marketing apontam como viável a empresa manter produtos que mesmo com pouca saída compõem o *mix* de uma empresa, no entanto, podemos afirmar com uma certa segurança, que quando o produto é vendido apenas uma vez ao mês, não é a estratégia ou a visão de mercado que motiva essa manutenção. Nesse caso – e esse é um caso extremo – os componentes simbólicos, tais como obrigação, honra e reciprocidade, acabam por permear essas trocas. Com isso, encontramos um espaço onde a presença de elementos simbólicos, de um local que carrega 133 anos de tradição, é também determinante para a continuidade das relações, as quais não se esgotam no racionalismo econômico conferido às trocas comerciais. Para concluir, levando em conta que nosso objeto de estudo está inserido na lógica capitalista, em princípio, podemos dizer que nele as trocas são do tipo “troca-mercadoria”. Porém, depois de assinalar que o por trás utilitarismo presente nas trocas existe o componente simbólico, ousamos dizer que a “troca-mercadoria” leva consigo elementos da “troca-dom” que, ademais ao princípio racional da equivalência monetária, são também determinantes para que ela ocorra.