

092

MERCADO PÚBLICO DE PORTO ALEGRE: UM ESPAÇO ORGANIZACIONAL DIVIDIDO ENTRE O SAGRADO E O PROFANO. *Rodrigo Bisognin Castilhos, Neusa Rolita Cavedon* (Escola de Administração - Departamento de Ciências Administrativas – UFRGS).

O presente artigo tem como objetivo compreender e interpretar um espaço organizacional local, à luz das noções de rito e mito dicotomizadas entre profanas e sagradas. A organização objeto de estudo é o Mercado Público de Porto Alegre, local que além de ser um centro de compras - onde são vendidos peixes, artesanatos, especiarias finas, dentre outros artigos - também, situa-se entre os pontos turísticos da capital gaúcha sendo considerado, igualmente, como um local cultural por açambarcar inúmeras manifestações artísticas. Os 131 anos de existência do Mercado ganharam significação no imaginário dos porto-alegrenses. O método etnográfico utilizado para percorrermos os caminhos do simbólico organizacional permitiram descobrir um mundo que extrapola em muito o utilitarismo da compra e venda. O local tido como sagrado, pelas religiões afro-brasileiras, transforma o produto lá adquirido em uma hierofania. A identidade de algumas famílias, que há anos fazem suas compras no Mercado, reatualiza-se no ritual de consumo que passa de geração para geração e que encontra consonância nos mitos do preço baixo, da qualidade e do bom atendimento. O Mercado carrega, ainda, o mito escatológico do renascimento, uma vez que sobreviveu a enchentes, incêndios e ameaças de demolição. (CNPq - Fapergs - PROPESq).