



IDENTIDADE E INTERAÇÃO SOCIAL NO MERCADO CENTRAL DE MONTES CLAROS-MG.

Autor(es): Joice Aparecida Silva

IDENTIDADE E INTERAÇÃO SOCIAL NO MERCADO CENTRAL DE MONTES CLAROS-MG.

Esta pesquisa é realizada no âmbito do mercado central de Montes Claros-MG, ChristoRaeff criado em 1992. No Mercado são comercializados diversos tipos de mercadorias desde hortaliças a artesanatos, mas o que predomina são os produtos tradicionais do Norte de Minas, principalmente os gêneros alimentícios. O mercado central é um ponto de referência simbólico em relação a produtos típicos da região. O foco da pesquisa são as relações sociais estabelecidas entre a comunidade de comerciantes e os frequentadores do mercado. O **objetivo** é observar, analisar e caracterizar essas relações. Foi utilizada a **metodologia** qualitativa principalmente a observação direta e entrevistas semiestruturadas. Os **resultados** obtidos demonstram que estas relações possuem características próprias da identidade local e da forma de interação social destas pessoas. A ida ao mercado central é um ritual para seus frequentadores em virtude do caráter moral e informal das relações, principalmente pelo vínculo simbólico das mesmas. Tem-se como **conclusão** que as relações sociais analisadas possuem um caráter hierárquico pelo qual se estruturam. Há maior valorização da pessoa em detrimento do indivíduo e do desempenho na constituição da identidade dos sujeitos destas relações. A reciprocidade e solidariedade acontecem em relação aos iguais nesta hierarquia como uma forma de reconhecimento social da posição ocupada pela pessoa bem como sua identidade que pode ser compreendida como uma forma de manutenção da posição social; valoriza-se a honra e a constituição moral da identidade social.

Trabalho apoiado pelo Programa de Bolsa de Iniciação Científica e Tecnológica Institucional da FAPEMIG

Agência financiadora: FAPEMIG

Número de parecer do comitê de ética: 572220