

Camelôs ou Lojistas? Um estudo antropológico sobre memória e identidade de trabalho dos vendedores do *Shopping* do Porto em Porto Alegre – RS.

Andressa Nunes Soilo, Cornelia Eckert (orient.)(UFRGS).

Esta pesquisa desenvolvida no Núcleo de Antropologia Visual (NAVISUAL/PPGAS/UFRGS) trata de um estudo com orientação etnográfica sobre memória coletiva (Halbwachs, 1950) e identidade de trabalho dos comerciantes do *Shopping* do Porto da cidade de Porto Alegre - RS. O referido *shopping* é fruto do projeto “Viva o Centro”, que visa revitalizar a região central da cidade, servindo atualmente de local para práticas comerciais de caráter lojista. Os atuais vendedores são antigos camelôs regularizados que foram retirados dos espaços das ruas, em fevereiro de 2009, e realocados no *shopping* recomodando o conflito da dinâmica urbana permeada de divergências entre os vendedores das principais ruas e praças de Porto Alegre, os donos de estabelecimentos comerciais e o Poder Público desde o século XVIII. O objetivo do estudo é etnografar a vida cotidiana laboral neste novo centro comercial problematizando as transformações nas práticas de trabalho, e a construção social das identidades (Berger, Luckmann, 1966) relacionadas a uma memória vivida (Eckert e Rocha, 2005). As técnicas utilizadas para a realização da pesquisa contam com a observação participante, captação de imagens fotográficas, elaboração de diários de campo, entrevistas e conversas informais junto aos comerciantes. O estudo é focado na Antropologia Urbana (Velho, 1980) e na Antropologia Visual, considerando a imagem fotográfica importante instrumento de interpretação na pesquisa antropológica (Bittencourt, 1998). A interpretação do material etnográfico aponta para uma reorganização de saberes e práticas (De Certeau, 1984), e sugere possíveis alterações na identidade de trabalho de camelôs que migra para uma condição de lojistas marcada de contradições. As representações individuais (Moscovici, 1961) dos comerciantes são marcadas pela heterogeneidade em seus discursos, acentuando ora uma identidade relacionada ao comércio popular, ora com o comércio atual, que os incentiva a adotarem a postura de micro-empresários. (Bolsista voluntária)