

A transferência dos camelôs das ruas de Porto Alegre pelo poder público para uma construção fechada, o camelódromo, pode interferir em seus antigos hábitos formadores de suas identidades como grupo comerciante. O objetivo do trabalho é identificar quais as possíveis alterações a respeito da identidade e da cultura organizacional dentro do grupo dos camelôs. São empregadas as bases teóricas dos campos da Antropologia e da Administração sendo utilizados o método etnográfico, técnicas de observação participante, entrevistas e produção de material visual dentro do campo de pesquisa. Os registros das observações foram realizados em oito diários de campos e através de sete entrevistas com camelôs na condição de ocupantes do novo espaço. Foi identificada uma desestruturação econômica, social e organizacional dentro do grupo em questão. A mudança de sítio implicou um comprometimento mais burocrático frente ao poder público, divergências territoriais internas, problemas com aluguéis e condomínios, uma nova postura com as vendas incentivada por cursos de qualificação gratuitos que visam fornecer uma visão mais empreendedora aos camelôs, além de alterações na identidade popular estigmatizada e informal dos camelôs para uma nova identidade ainda popular, porém, menos estigmatizada e formal, que talvez de modo bastante preliminar possa ser definida como a de lojista. Os resultados apontam para a formação de uma nova identidade imposta pelas circunstâncias decorrentes do deslocamento territorial e das novas técnicas comerciais, além de ressignificações no âmbito simbólico. (CNPq)