



SHOPPING POPULAR MICHEL HADDAD: Conflito e permanência do comércio popular no centro de Campos dos Goytacazes.

Raquel Xavier Campos Souza, Hernán Armando Mamani

Este trabalho trata do comércio ambulante no Centro de Campos dos Goytacazes, tendo como objeto o “camelódromo”, Shopping Popular Michel Haddad, localizado numa área central da cidade, foco do consumo popular na região. O principal objetivo é compreender como se tecem as relações entre os atores políticos, as políticas públicas municipais, os ambulantes e as práticas de comércio popular de modo a garantirem sua permanência no centro da cidade, levando em consideração que nos últimos anos a presença dos ambulantes retoma no contexto local como alvo de conflitos. A criação do SPMH em 1991 apresentou-se como uma iniciativa do poder público municipal para minimizar os conflitos entre ambulantes e comerciantes, que se agravava progressivamente a partir de 1985 (MAMANI, 2015), sendo considerada, por anos uma iniciativa positiva de revitalização de uma área decadente do centro (FREITAS, 2006). Apesar do histórico de surgimento como um projeto alternativo durante alguns anos, o crescimento dos camelôs na cidade e os interesses divergentes em relação ao uso do Centro, trazem conflitos a partir dos diferentes atores que compõem esta conjuntura, como: ambulantes, lojistas, associações, instituições, poder público municipal e Ministério Público. Como metodologia realizaremos pesquisa documental para construção de um banco de dados e informações que permitirão contextualizar as situações e eventos do SPMH, a partir do ano de 2009 até o presente ano da pesquisa; utilizaremos como técnica a observação participante, visando aproximação ao campo, e compreender aspectos sociais e interações que estruturam e mantém o cotidiano do SPMH e em seguida busca-se direcionar a pesquisa para a realização de entrevistas semi-estruturadas para as principais instituições, agentes e associações envolvidos, como: AVASP; ACIC e CARJOPA, CDL e CODEMCA. Deste modo aponta-se que o SPMH se pauta numa experiência particular de uma política de mercado popular na gestão do comércio ambulante, visto que se mantém ao longo dos anos na cidade a partir das intervenções políticas municipais, mediante permanentes negociações, o que insere a condição do mesmo numa situação de ameaça.

Palavras-chave: comércio ambulante, política pública, conflitos, política pública
Instituição de fomento: FAPERJ/FAPERJ