

FEIRAS E MERCADOS NOS DOIS LADOS DO ATLÂNTICO: DINÂMICAS DE COMERCIALIZAÇÃO ENTRE BRASIL E CABO VERDE*

Tatiana Raquel Reis Silva¹

Este artigo pretende analisar as dinâmicas de comercialização estabelecidas entre Brasil e Cabo Verde, com foco no papel das chamadas rabadantes, mulheres que se deslocam para vários países em busca de artigos que são vendidos em ruas, feiras e mercados.² A atividade por elas desenvolvida tem constituído uma das principais fontes de manutenção da economia cabo-verdiana, além de subsidiar as necessidades básicas da população a partir da negociação de produtos que vão desde gêneros alimentícios a roupas, calçados e lingerie.

Como será possível perceber são realidades muito próximas, tanto a compra dos produtos no Brasil quanto a venda em Cabo Verde são desenvolvidas em ruas, feiras e mercados. As similitudes entre esses espaços nos ajudam a compreender como se instituem as relações comerciais nos dois lados do atlântico. O dito comércio informal tem ganhado projeção em ambos os países, exigindo dos governos locais toda uma reconfiguração na forma de lidar com essa

* Uma versão inicial desse texto foi apresentada no V Encontro Estadual de História – ANPUH/MA, realizado entre os dias 21 e 24 de agosto de 2012 em São Luís, Maranhão/Brasil. Agradeço a tod@s que participaram do Simpósio Temático “Entre comemorações, esquecimentos e contradições: experiências de africanos e afro-brasileiros”, pelas contribuições que ajudaram no processo de reformulação e ampliação do presente artigo.

¹ Doutora em Estudos Étnicos e Africanos pelo Programa de Pós-graduação em Estudos Étnicos e Africanos da Universidade Federal da Bahia. Professora adjunto II do Departamento de História e Geografia da Universidade Estadual do Maranhão e vinculada ao Programa de Pós-graduação em História Ensino e Narrativas (PPGHEN-UEMA). Atualmente é um das coordenadoras do Núcleo de Estudos sobre África e o Sul Global (NeÁfrica).

² Rabadantes em crioulo cabo-verdiano significa dar a volta, desenroscar-se, e é utilizado para designar alguém que é muito hábil em convencer os outros. A prática de comercialização em ruas, feiras e mercados tem se constituído numa atividade de grande importância econômica para o país e é desenvolvida não só por mulheres, mas também por homens, embora as primeiras se destaquem por serem maioria. Os produtos são adquiridos nos demais países do continente africano, como Senegal, Gâmbia, Guiné-Conakry e Marrocos; europeu, como França e Holanda; e americano, como Brasil e Estados Unidos.

prática, no entanto, ainda são bastante problemáticas, as fronteiras entre o aquilo que pode ser considerado formal e/ou informal.

No intuito de melhor especificar as questões aqui trabalhadas, o presente artigo está dividido em três tópicos: primeiramente, será abordado o início da comercialização das rabidantes no Brasil, com destaque para os pontos de compra e os produtos adquiridos. No caso brasileiro, são dois os principais destinos dessas mulheres: o estado de São Paulo e o Ceará. Vale ressaltar que apesar da capital paulista ter ganhado destaque nos últimos anos, Fortaleza constitui o local de maior incidência e procura. No segundo momento, discorreremos sobre a ocorrência desse fenômeno em Cabo Verde, focando em um dos espaços de grande dinamização comercial na Cidade da Praia, capital do país: o Mercado de Sucupira. E no último tópico, as considerações finais.

AS RABIDANTES E A COMPRA DE PRODUTOS NO MERCADO BRASILEIRO

A comercialização das rabidantes no Brasil ocorre desde 1993, a partir de um voo operado pela antiga Varig que fazia a rota Rio de Janeiro – Cabo Verde. Naquela conjuntura os produtos de maior procura eram as lingerie, sobretudo, calcinhas. Em alguns casos, elas também se deslocavam para outros estados, como Pernambuco. Todavia, ao que tudo indica, durante esse período a movimentação dessas mulheres ainda não havia ganhado a proporção que iremos perceber a partir de 2001, com a ativação da empresa de Transportes Aéreos de Cabo Verde (TACV), com voos ligando diretamente a Cidade de Praia e Fortaleza.

A partir desse momento um número significativo de rabidantes adentra o país, não somente pela maior proximidade e redução no período da viagem, que duram em média três horas e meia, mas devido a ascensão do dólar e, conseqüente, desvalorização do real. Os produtos saíam por um preço extremamente baixo, possibilitando um lucro considerável e tornando essa atividade bastante lucrativa. Inicialmente, a TACV montava toda uma estrutura para receber essas mulheres em Fortaleza. Os voos vindos de Cabo Verde eram organizados semanalmente com grupos de 50 pessoas, que eram ciceroneados por gerentes da própria empresa responsáveis pela logística de acompanhamento e orientação que estas comerciantes necessitavam, tais como: roteiro dos locais de compra, hospedagem e

alimentação, troca de dólar por real, viagens de negócios à região metropolitana e a municípios próximos.

Atualmente, já não existe mais essa organização por parte da TACV, mas conseguimos encontrar os chamados corretores, que são responsáveis em levá-las para determinados locais de compra, em geral, lugares com os quais eles possuem convênios com os lojistas e recebem uma porcentagem sobre tudo que é comercializado. Dentre os locais de compra das rabidantes em Fortaleza, podemos destacar o Mercado Central que possui muitas lojas de confecção, renda de bilro, redes, cerâmicas, e todo tipo de artesanato produzido no estado. (Imagens 1 e 2 a seguir)



Imagem 1: Mercado Central

Fonte: Silva, 2012



Imagem 2: Mercado Central

Fonte: Silva, 2012

Os produtos comercializados são de boa qualidade, em geral, advindos das cooperativas de trabalhadoras rurais localizados em algumas cidades do interior. Esses artigos possuem preços relativamente altos uma vez que estão voltados para os turistas. Outro importante local de compras das rabidantes é o Centro de Pequenos Negócios de Vendedores Ambulantes de Fortaleza (CPNVA), o famoso “Beco da Poeira”. O espaço se destaca pela venda de roupas características da moda popular, as chamadas “modinha”, composto por peças de malha feminina, influenciadas pelos meios de comunicação, principalmente, as novelas.³ (Imagens 3 e 4 a seguir)

Aqui as peças possuem grande circulação no mercado nacional e servem de referência para as cópias que serão reproduzidas em larga escala, com um material de baixa qualidade e preços muito mais baratos do que aqueles encontrados nas grandes lojas. O Beco da Poeira não vende apenas roupas, mas sapatos, bolsas, lingerie, biquínis, acessórios, celulares, relógios e até ervas medicinais. O local funciona de segunda a sábado, das 7 às 17 horas, em um prédio de dois andares, localizado na Avenida Imperador, no centro da cidade.

³ De acordo com Pina (2007), as novelas brasileiras são constantemente veiculadas no país e acabam por exercer grande influência sobre a população cabo-verdiana, especialmente, no estilo de roupas e produtos que a serem consumidos.

No térreo ficam as lojas e na parte superior os restaurantes e banheiros.

O Beco possui aproximadamente 2.100 boxes, que medem cerca de 1,5m², construídos um ao lado do outro, formando inúmeros corredores estreitos. Em frente a cada estabelecimento quase sempre estão os comerciantes, sentados em um banco de madeira à espera dos compradores. Ao longo de todo o local os vendedores ambulantes oferecem caldos, sucos, água, refrigerantes, picolés e salgados. Na falta de espaço, os clientes têm que provar as roupas ali mesmo, em meio a toda essa movimentação. Ao caminhar pelo local, somos constantemente abordadas por mulheres, homens e crianças perguntando qual produto desejamos comprar e entregando cartões das lojas em que trabalham.



Imagem 3: Beco da poeira

Fonte: Silva, 2012



Imagem 4: Beco da poeira

Fonte: Silva, 2012

Um outro ponto de compra no centro de Fortaleza é a Praça da Lagoinha, conhecida como “shopchão” onde ficam os pequenos comerciantes, que na falta e/ou sem condições de pagar pelas barracas e estandes, acabam por vender os seus produtos nas ruas transversais que cortam a avenida principal da cidade. As roupas e acessórios comercializados em geral são produzidos pelos próprios ambulantes. Igualmente, encontramos aquelas pessoas que negociam os artigos confeccionados por costureiras autônomas, que montam pequenas fábricas nos fundos das casas localizadas nos bairros periféricos. Essas fábricas também são pontos de grande procura pelas rabidantes, por possuírem preços baixos, sobretudo, as peças de moda íntima. (Imagens 5 e 6 a seguir)



Imagem 5: “Shopchão”
Fonte: Silva, 2012



Imagem 6: “Shopchão”
Fonte: Silva, 2012

Apesar de toda essa movimentação vale destacar que tem ocorrido uma queda significativa na efetivação de compras no Brasil. Em entrevista realizada com um dos corretores foi relatado que a comercialização tem sido inconstante, marcada por períodos de queda

nas vendas. Adailton, 61 anos, que acompanha a movimentação dessas mulheres desde o primeiro voo de Cabo Verde para Fortaleza, assinala que o poder de compras diminuiu muito e chama atenção para algo que permeou a fala de algumas rabidantes: a falta de diversidade entre os produtos, aumento nos preços e não cumprimento de prazos por parte dos fornecedores.

Para Conceição, rabidantes de 38 anos, a carência de artigos novos e o aumento dos preços têm contribuído para essa redução. Ela ressalta que “aqui [em Fortaleza] se compra uma blusa de R\$40,00 e você ainda tem que pagar hospedagem, excesso, alfândega... não tem como ter lucro”. Isabel, outra comerciante de 42 anos, que negocia nos Estados Unidos, França, Portugal, Canárias e Brasil, acrescenta que aqui sempre é possível encontrar tudo que se precisa, mas assinala que de fato é o preço que fala mais alto, ou seja, é o que determina os locais onde é possível comprar produtos com maior frequência e em quantidade expressiva.

Várias justificativas podem explicar este fenômeno de recessão: o aumento do dólar, que reduziu drasticamente o poder de compra, e impactou o lucro na venda de produtos pelas rabidantes; a carência dos financiamentos que, inicialmente, recebiam de alguns bancos para a comercialização; os convênios estabelecidos entre o governo cabo-verdiano e outros países, que passaram a incentivar as trocas comerciais com novos parceiros; e o tratamento que esses governos têm oferecido ao comércio informal, tanto em Cabo Verde quanto no Brasil.

No caso brasileiro, a questão tem exigido uma postura mais firme por parte dos dirigentes do estado do Ceará, que se destaca como um dos centros de maior incidência do mercado informal no país. A implementação de medidas que visam cercear essa atividade tem gerado fortes embates entre os vários setores da economia local, representantes dos comerciantes formais têm buscado resolver tal situação a partir de ações conjuntas com a iniciativa privada e o setor público, sobretudo no que se refere aos comerciantes que ocupam as ruas, feiras e mercados, e sobre os quais não recaiam nenhum tipo de taxaço.

De acordo com matéria publicada no *Jornal O Estado do Ceará*, de 19 de maio de 2015, sob a alegação de regulamentar o uso e

ocupação dos espaços públicos, o Ministério Público do Estado do Ceará (MPCE) entrou com uma ação civil pública no dia 14 de maio de 2015, a fim de condenar o município de Fortaleza a retirar todos os feirantes não permissionários que se instalam diariamente em logradouros do centro. A nota traz ainda que nos últimos sete anos o Ministério Público tem buscado solução extraconjugal para cessar a ocupação irregular de vias públicas, mas sem êxito.

Uma outra matéria do Jornal Diário do Nordeste, de 5 de maio de 2005, assinala que frente as reclamações de pedestres e lojistas, no primeiro caso, em função da falta de mobilidade urbana e, no segundo, devido a concorrência desleal, a prefeitura apresentou como projeto a construção de um shopping popular para atender as demandas dos comerciantes. No entanto, para muitos o local é distante e perigoso, além de ser inadequado para as vendas. Na realidade tais debates acabam por escamotear uma problemática que é mais ampla, ou seja, a tentativa de formalização de práticas e atividades tidas como informais.

Como já apresentado em outros textos, não existe uma definição realmente satisfatória entre o formal e o informal.⁴ São consideradas informais as atividades econômicas que não pagam impostos, mas as fronteiras ficam ambíguas, na medida em que há grandes empresas formais que fogem das suas obrigações fiscais, enquanto que muitos vendedores informais pagam diariamente taxas aos agentes municipais. No que se refere a rabadancia, tanto a aquisição dos produtos em Fortaleza quanto a venda na Cidade da Praia, ocorre no âmbito da informalidade, no entanto recai sobre essa atividade vários tipos de cobranças e taxas.

É interessante notar como os discursos de regulamentação e enquadramento deste tipo de comércio, desenvolvido em ruas, feiras e mercados marcam ambas as realidades, tanto no Brasil quanto em Cabo Verde é possível verificar esse fenômeno. Por um lado, essa postura está diretamente ligada aos discursos higienistas que ressaltam as precárias condições de iluminação e salubridade de muitos destes estabelecimentos. Por outro, acaba por se tornar uma forma que os governos têm de exercer maior controle, visando a cobrança de

⁴ Ver Silva (2012; 2015).

impostos. O Beco da Poeira vivenciou este mesmo processo o que também gerou descontentamentos.⁵

A formalização deste tipo de atividade tem sido exigida pela Câmara de Dirigentes Lojistas de Fortaleza (CDL), na medida em que os produtos comercializados no setor informal saem até 20% a menos do preço vendido pelos lojistas. A nota do *Jornal Diário do Nordeste* traz ainda que, de acordo com informações da Secretaria Regional do Centro (Sercefor), há 1.471 ambulantes formalizados e 3 mil irregulares. Dados demonstram ainda que a retirada desses comerciantes afetaria diretamente a indústria de confecções, restaurantes e lanchonetes, atingindo toda uma cadeia produtiva que engloba cerca de 11 mil pessoas.

Em Cabo Verde, o mercado informal também tem ganhado destaque nas políticas implementadas pelo governo. No entanto, aquilo que por muito tempo foi visto como estimulador de práticas ilícitas, de prejudicar o clima de negócio e afetar a participação do país na Organização Mundial do Comércio⁶, tem se revestido de fundamental importância para a economia local. Conforme resultados do Inquérito do Setor Informal, apresentados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), entre os anos de 2010 e 2015 é possível identificar um aumento de 46% nas atividades informais, que movimentam cerca de 27,7 milhões de escudos cabo-verdianos. A presença feminina é marcante, corresponde a 58,8%.

No país existe um número significativo de famílias monoparentais, em que as mulheres assumem o controle e manutenção do lar. Em geral, são mães solteiras, com baixa escolaridade, que sem maiores qualificações para o mercado formal de trabalho identificam a ravidância como uma importante fonte de renda. O comércio desenvolvido em ruas, feiras e mercados constitui a espinha dorsal da econômica cabo-verdiana, e as ravidantes ocupam um lugar de destaque. No interior desse grupo é possível observar uma espécie de estratificação, desde as pequenas comerciantes que vendem gêneros alimentícios, em geral, adquiridos internamente; aquelas que ocupam uma posição intermediária e que negociam produtos advindos de

⁵ O Beco da poeira surgiu ao longo do processo de reconstrução da Praça José de Alencar, no início da década de 1990, após anos de ocupação do local os comerciantes foram transferidos para o outro estabelecimento no ano de 2010.

⁶ Jornal Económico OJE de Portugal, de 14 de setembro de 2010.

outros países africanos; e as grandes comerciantes que desenvolvem o comércio transatlântico.

Vejamos então como essa atividade pode ser percebida em Cabo Verde.

AS RABIDANTES E A VENDA DE PRODUTOS BRASILEIROS EM CABO VERDE

A análise acerca das dinâmicas de comercialização se torna indispensável para uma melhor compreensão de todo este ciclo comercial transatlântico realizado pelas rabidantes. Após a explanação referente a efetivação das compras no Brasil, nesse tópico apresentamos o contexto cabo-verdiano, especialmente, as práticas cotidianas de mercantilização e os principais pontos de venda dos produtos. Como será possível perceber, é uma realidade muito próxima aquela verificada anteriormente, os artigos brasileiros são bastante procurados e isso também tem servido como impulsionador das trocas comerciais.

Cabo Verde, assim como outros países africanos, importa cerca de 80% de tudo aquilo que é consumido, o que acaba concedendo as atividades informais um papel significativo. Outro elemento importante, para a compreensão dessa realidade, diz respeito ao impacto da migração, os cabo-verdianos são historicamente migrantes, o que muito se deve ao desempenho pouco expressivo da indústria e também da agricultura. Uma das suas principais fontes econômicas é a remessa dos imigrantes, em geral são os homens que migram, o que acaba detendo um impacto direto nos arranjos familiares, exigindo que as mulheres assumam o sustento da família.

Dentre os principais locais de venda, temos o famoso Mercado de Sucupira. Lá é possível encontrar não somente produtos adquiridos no Brasil, mas uma infinidade de artigos advindos dos mais variados destinos de compra das rabidantes. É muito comum ouvir dos cabo-verdianos a seguinte expressão: “no Sucupira tem de tudo!”. De fato, existe uma grande diversidade de produtos como: roupas, sapatos, calçados, lingerie, produtos de cabelo, cosméticos, havaianas, comidas e cd’s. O funcionamento é das 9hs da manhã até as 17hs, de segunda a sábado. (Imagens 7 e 8 a seguir).



Imagem 7: Mercado de Sucupira

Fonte: Silva, 2012



Imagem 8: Mercado de Sucupira

Fonte: Silva, 2012

O estabelecimento, que está localizado no bairro da fazenda, foi inaugurado em maio de 1991 e é composto por 167 módulos, 13 restaurantes, 204 lojas e cerca de 200 pontos de venda de mercadorias no chão. Anteriormente, esses vendedores estavam concentrados no Mercado da Praia, mas devido a necessidade de regulamentação do comércio de rua a Câmara Municipal exigiu que ocorresse o remanejamento para área atual. Inicialmente, houve uma certa resistência por parte dos comerciantes quanto a mudança, devido ao fato da área ser pouco frequentada. Todavia, hoje constitui uma região de grande concentração comercial e de circulação de pessoas.

As inúmeras desavenças que marcaram o processo de transferência acabaram servindo de inspiração para o nome do mercado. De acordo com Jaqueline Pina (2007), o período de transferência coincidiu com a exibição de *O Bem Amado*, novela brasileira que narra a história do prefeito da cidade de Sucupira, Odorico Paraguaçu, que ambicionava inaugurar uma das suas principais obras públicas: o cemitério. No enredo da novela, o político tenta de tudo para que alguém viesse falecer e assim realizar o grande feito. Mas, por ironia do destino, é o próprio Odorico que morre. As desventuras do prefeito levaram vários comerciantes a assistir a novela. Esse contexto de reviravoltas se aproximava muito daquele vivido, uma vez que as ameaças de mudança atreladas ao processo de regulamentação e, conseqüentemente, redução nas vendas, começaram a fazer parte do cotidiano daquelas pessoas.

Vale destacar que a composição atual do mercado acaba por incorporar uma multiplicidade de práticas comerciais e de estabelecimentos, que diferem entre si não apenas a nível dos produtos comercializados, mas também no que se refere a estrutura de cada um. Observamos desde lojas com toda uma estrutura, assim como pequenos Box, mais simples ou mesmo vendedoras que expõem os seus produtos no chão. Dentro do mercado existe uma grande circulação de comerciantes ambulantes, oferecendo comida, frutas, verduras, peixe, dentre outros produtos. Ao vivenciar o cotidiano dessas pessoas é possível perceber que esses vendedores em geral são os mesmos, mas os produtos vão mudando a depender das circunstâncias e das necessidades momentâneas.

Por exemplo, logo no início da manhã os artigos comercializados podem ser os mais diversos como produtos de higiene, de cabelo, roupas e bombons. Por volta do meio dia, a venda é marcada por comida, em geral pratos prontos preparados pela senegalesas, que lotam uma das áreas externas do mercado, com pequenas barracas de comida. Ao longo da tarde, “suquinho”, sucos que são congelados em pequenas garrafas plásticas de refrigerante. E, no final do dia, frutas, doces, bolos etc. Para além destes vendedores no Sucupira, também, encontramos trançadeiras, manicures e costureiros, que produzem as roupas ali mesmo a depender do gosto do cliente. Estes últimos serviços, em geral, são prestados pelos imigrantes provenientes da costa ocidental africana, especialmente, guineense, senegaleses, angolanos e nigerianos.

Mandjakus é o termo utilizado para se referir a esses grupos, no entanto, tal uso carrega toda uma visão pejorativa. De acordo com Rocha (2009), apesar de fazer referência a etnias situadas na região da Guiné, mandjakus acaba servindo como um marcador racial desses imigrantes, na medida em que está diretamente ligada a cor da pele. Como os cabo-verdianos são marcadamente mestiços, é ressaltado o fato deles possuírem a tez “mais escura”. Também acabam por desenvolver as atividades de menor prestígio ou os serviços que a população local “se recusaria a fazer”, é comum observar, por exemplo, os homens no ofício de manicure. São eles os comerciantes que circulam todo o centro da Cidade da Praia vendendo produtos importados como relógios, celulares, óculos ou os chamados “artigos africanos”.

Todavia, o Sucupira não é o único espaço onde as rabadantes realizam a venda dos produtos, em outros casos elas ocorrem em boutiques localizadas na região do Platô, centro comercial da cidade que possui uma diversidade de lojas, bares, restaurantes, prédios públicos e muitos estabelecimentos chineses. Os artigos comercializados são relativamente caros e possuem uma qualidade superior aqueles encontrados no Mercado. Ainda no que se refere aos locais de vendas, podemos destacar as lojas improvisadas nas casas dessas comerciantes, neste caso, elas conseguem gerenciar as atividades domésticas e também o trabalho na loja, assim como podem vender produtos para amigas, vizinhos e familiares.

Ainda no que se refere aos locais de vendas, podemos destacar as lojas improvisadas nas casas dessas comerciantes, principalmente, no caso em que não têm como pagar por um Box.⁷ A possibilidade de movimentação e a garantia de uma maior lucratividade na comercialização dos produtos, fez com que Isabel, rabidante de 42 anos, fechasse a sua loja no Sucupira e começasse a vender roupas nas ruas, repartições públicas e nas casas de amigas. Ela comprou uma van, ou um Hiace, como são conhecidos, onde negocia roupas, bijuterias, cintos, calçados e lingerie. De acordo com essa comerciante as vendas no Sucupira caíram muito, o movimento já não é mais como antes. Este é um posicionamento não apenas dos vendedores, mas também das pessoas que compram produtos no Mercado. Para alguns destes a queda se deve ao aumento nos preços dos produtos. (Imagens 9 e 10 a seguir)



Imagem 9: Hiace
Fonte: Silva, 2012

⁷ Nas narrativas de algumas mulheres isso acaba por facilitar a comercialização, pois elas conseguem gerenciar as atividades domésticas e também o trabalho na loja, assim como facilita as vendas, pois é possível receber amigas, vizinhos e familiares para comprarem os produtos.



Imagem 10: Hiace

Fonte: Silva, 2012

Muitas pessoas têm reclamado que hoje em dia já não é mais possível encontrar produtos acessíveis no Sucupira. Na realidade, isso chamou bastante a nossa atenção, tendo em vista que esses relatos muito serviam para legitimar a existência das lojas chinesas em Cabo Verde. Na visão dessas pessoas, por oferecerem artigos de baixo custo, elas têm possibilitado à população local o acesso a determinados produtos que não poderiam adquirir em outras lojas.

Os comerciantes chineses têm invadido o país e possibilitado uma reestruturação nas lógicas internas de comercialização. Em constantes visitas feitas a esses estabelecimentos foi possível perceber que eles se destacam não apenas pelos preços mais acessíveis como pela diversidade de produtos, como roupas, sapatos, bijuterias, artigos infantis, de beleza e higiene, cosméticos, brinquedos, louças para casa e até objetos de decoração. Frente a essa facilidade, não apenas de acesso, mas também de preço, muitas rabidantes acabam por comprar produtos nessas lojas e revendem nas ruas, feiras e mercados.

Não obstante, ainda no que se refere aos principais locais de vendas em Cabo Verde, para além do Mercado de Sucupira, das lojas improvisadas nas casas, das vendas em ruas e repartições públicas e, das boutiques do Platô, temos a “Butiki mó na txon” ou “Boutique mão no chão”. Na realidade, essa é a forma que comumente é chamada uma feira-livre que fica ao lado do Sucupira. O nome vem

exatamente do fato dos artigos ficarem expostos no chão. Como o mercado não abre aos domingos, neste dia a rua ao lado é fechada e os comerciantes aproveitam para vender os seus produtos por um preço mais barato.



Imagem 11: “Butiki mó na txon”
Fonte: Silva, 2012



Imagem 12: “Butiki mó na txon”

Fonte: Silva, 2012

Na “Boutique mão no chão”, encontramos artigos advindos de vários países, mas sobretudo o que eles chamam de “ya” (yes), que são roupas usadas advindas dos Estados Unidos e que chegam no país em contentores.⁸ Nesses casos, não ocorre o deslocamento para outros locais, as comerciantes recebem a mercadoria em bidões que detêm um preço fixo. Em vários trechos da cidade é possível identificar esses barris abarrotados de roupas, como pode ser observado nas imagens acima. As mulheres que comercializam esses produtos possuem um menor poder aquisitivo e podem ser localizadas na base dessa estrutura hierárquica que marca essa atividade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como base o contexto destacado, é possível perceber a diversidade de espaços e práticas que marcam a comercialização dos produtos pelas rabidantes. A vivência dessas mulheres, tanto no Brasil quanto em Cabo Verde, é marcada por uma rotina intensa de compras em feiras e mercados, além do risco que elas correm ao carregar um montante significativo de dinheiro ao longa da viagem e das visitas a

⁸ Também conhecidos como contêineres, são utilizados para transportar grandes cargas em navios.

esses estabelecimentos. Como observado, são lógicas e realidades sociais muito próximas, tem como não tecer paralelos entre o Mercado de Sucupira e o Beco da Poeira? E o que dizer do “Shopchão” em Fortaleza e da “Boutique mão no chão” na Cidade de Praia?

De fato, o preço acessível assim como a variedade de produtos acaba por delimitar quais os principais destinos de compra. O Brasil, devido a facilidade em obter o visto, as proximidades culturais e menor dificuldade com a língua, ocupa um lugar de relativa importância em meio aos destinos dessas mulheres. Em Cabo Verde, a comercialização ocorre de forma multifacetada, na busca por uma maior lucratividade essas mulheres têm lançado mão de várias estratégias a fim de garantir a venda, quer seja em casa, nas ruas, feiras e mercados.

REFERÊNCIAS

GRASSI, Marzia. *Rabidantes: comércio espontâneo transatlântico em Cabo Verde*. Portugal: Instituto de Ciências Sociais/Spleen Edições, 2003.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. Disponível em <http://www.ine.cv/destaques/view.aspx?n=1114>. Acesso em: 28/05/2016

JORNAL OJE. Disponível em <http://www.oje.pt/noticias/africa/comercio-informal-estimula-o-ilegal-e-prejudica-cabo-verde-na-omc-diz-camara-de-comercio>. Acesso em 28/07/2010

JORNAL O ESTADO DO CEARÁ. Disponível em: <http://www.oestadoce.com.br/geral/mp-pede-retirada-de-feirantes-do-centro>. Acesso em: 28/05/2016

PINA, Jaqueline. *As influências da Telenovela brasileira no cotidiano de Cabo Verde*. Monografia de Graduação. Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2007.

ROCHA, Eufémia. Mandjakus em Praia: etnografando trajetórias de imigrantes a costa ocidental de África. In: *Ensaio Etnográficos na Ilha de Santiago de Cabo Verde: processos de identidades na contemporaneidade*. Praia: Edições Uni-CV, 2009.

SILVA, Tatiana Raquel Reis. *A arte de comerciar: gênero, identidades e empoderamento feminino no comércio informal transatlântico das rabidantes cabo-verdianas*. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Estudos Étnicos e Africanos. Universidade Federal da Bahia, 2012.

SILVA, Tatiana Raquel Reis. *Mulheres em movimento: as rabidantes cabo-verdianas e a comercialização de produtos nos dois lados do atlântico*. In: *Diálogos em trânsito: Brasil, Cabo Verde e Guiné-Bissau em narrativas cruzadas*. Salvador: EDUFBA, 2015.

Perspectiva
Histórica

E
Z
T
R
E
V
I
S
T
A

E
Z
T
R
E
V
I
S
T
A

E
Z
T
R
E
V
I
S
T
A

