

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

MERCADO DE SUCUPIRA: práticas comerciais e cotidiano das rabidantes cabo-verdianas¹

SUCUPIRA MARKET: business practices and daily life of Cape Verdeans rabidantes

MERCADO DE SUCUPIRA: prácticas comerciales y cotidianas de las rabidantes carboverdianas

TATIANA RAQUEL REIS SILVA

Doutora em Estudos Étnicos e Africanos (Posafro/UFBA)
Professora Adjunta I da Universidade Estadual do Maranhão

São Luís, MA - Brasil

tianaraquel.reis@gmail.com

Resumo: As chamadas rabidantes tem desempenhado um importante papel na economia cabo-verdiana, são elas as responsáveis pela comercialização de inúmeros produtos que vão desde gêneros alimentícios até roupas, calçados e lingeries. Essas mulheres adquirem seus produtos em outros países africanos como Senegal, Marrocos e Guiné Conakry, assim como nos Estados Unidos, Holanda e Brasil. Em Cabo Verde a venda se efetiva no Mercado de Sucupira, um dos principais centros comerciais do país onde práticas informais e empreendedorismo compõem o campo de atuação das rabidantes. Assim, o presente trabalho visa a analisar práticas comerciais, cotidiano e estratégias de lucratividade utilizadas pelas rabidantes no Mercado de Sucupira.

Palavras-chave: Sucupira. Rabidantes. Cabo Verde.

Abstract: The women called rabidantes has played an important role in the Cape Verdean economy, they are responsible for the marketing of numerous products that go from groceries to clothing, shoes and lingerie. These women purchase their products in other African countries such as Senegal, Morocco and Guinea Conakry, as well as in the United States, Netherlands and Brazil. In Cape Verde the sales happens in Sucupira Market, one of the main commercial centers of the country where informal practices and entrepreneurship compose the rabidantes acting field. Thus, this study aims to analyze business practices, daily and profitability strategies used by rabidantes in Sucupira Market.

Keywords: Sucupira. Rabidantes. Cape Verde.

Resumen: Las conocidas rabidantes presentan un importante papel en la economía cabo verdiana; son responsables por la comercialización de inúmeros productos, desde los géneros alimenticios hasta las ropas, calzados y lingeries. Las mujeres adquieren sus productos en otros países africanos como Senegal, Marrocos y Guiné Conakry, y Estados Unidos, Holanda y Brasil. En Cabo Verde, la venda se efectiva en Mercad de Sucupira, uno de los principales centros comerciales del país, donde practicas informales y emprendedoras componen el campo de actuación de las rabidantes. Así, este trabajo busca analizar prácticas comerciales, cotidiano y estrategias de lucro empleadas por las rabidantes en el Mercado de Sucupira.

Palabras clave: Sucupira. Rabidantes. Cabo Verde.

Introdução

O comércio desenvolvido em ruas, feiras e mercados constitui um dos principais sustentáculos econômicos de Cabo Verde. Atividade que é desenvolvida pelas rabidantes, que negociam uma infinidade de produtos que vão, desde gêneros alimentícios a roupas, calçados

¹ Artigo submetido à avaliação em fevereiro de 2015 e aprovado para publicação em junho de 2015.

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

e lingerie. O Mercado de Sucupira destaca-se como o centro comercial de maior expressividade da Cidade de Praia, capital do país, e concentra um grande número de comerciantes.

Como forma de dinamizar a atividade que desenvolvem, as rabidantes lançam mão de uma multiplicidade de estratégias de comercialização para garantir a venda dos produtos e obter lucratividade. Para isso, deslocam-se, não apenas a outros países do continente africano, mas também: Estados Unidos, Holanda, Portugal e Brasil. Em alguns casos, o comércio com estes países é marcado por produtos específicos, como por exemplo, os artigos para cabelo, adquiridos nos EUA, e as roupas, lingerie e bijuterias, advindos do mercado brasileiro.

Em Cabo Verde, esse tipo de comércio é desenvolvido, majoritariamente, por mulheres e tem constituído uma via importante de emancipação econômica, ao proporcionar emprego e renda a uma ampla parcela da população feminina. No entanto, essa possível independência financeira não tem conseguido reverter as desigualdades de gênero. Na realidade, o que tem ocorrido é uma sobreposição de atividades; as rabidantes, apesar obterem um rendimento significativo, continuam presas às atividades domésticas e cuidado dos filhos.

Assim, o objetivo deste artigo é compreender as práticas comerciais e o cotidiano das rabidantes cabo-verdianas, a fim de identificar os elementos que impulsionam a inserção nessa atividade e as estratégias por elas utilizadas para garantir uma maior lucratividade, em um dos principais centros comerciais do país: o Mercado de Sucupira. Para uma melhor compreensão das questões aqui analisadas, primeiramente, será desenvolvido um tópico, contextualizando o espaço e, em seguida, enfocaremos as vivências de comercialização que marcam o cotidiano das rabidantes.

O Mercado de Sucupira: uma etnografia

Como destacado anteriormente, as rabidantes têm um poder fundamental na sociedade cabo-verdiana, notadamente, pela venda de produtos que acabam por sanar as necessidades de grande parte da população. Elas revendem artigos adquiridos em outros países africanos, como Senegal, Gâmbia, Guiné-Conakry e África do Sul; da Europa, como Portugal, Holanda e França; e do continente americano, como EUA e Brasil. Neste último caso, os principais destinos de compra são os estados do Ceará e São Paulo, de onde comercializam roupas, bijuterias, calçados, lingerie e sandálias havaianas.

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

Os produtos brasileiros, característicos da chamada “modinha popular”, são bastante procurados, o que tem servido para estimular as trocas comerciais nos dois lados do Atlântico. Esse interesse crescente se deve, além de outros fatores, aos meios de comunicação, especialmente as novelas, que são exibidas no país e que acabam por exercer influência no estilo de roupas e artigos consumidos pela população local. O próprio nome do Mercado de Sucupira advém desse processo.

O estabelecimento foi inaugurado em maio de 1991, quando a Câmara Municipal exigiu que os vendedores do Mercado da Praia, antigo ponto de concentração dos comerciantes, fossem remanejados para outra área, devido à necessidade de regulamentação do comércio de rua. A partir desse contexto, foram construídas as instalações onde, atualmente, funciona o Sucupira, localizado no bairro da Fazenda. Inicialmente, houve uma certa resistência, por parte dos comerciantes, quanto à mudança, devido ao fato da área ser pouco frequentada. Todavia, hoje, constitui uma região de 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 Pina², o período de transferência dos comerciantes 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 venha a 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 à novela. Esse contexto de reviravoltas aproximava-se muito daquele vivido, uma vez que as ameaças de mudança, atreladas ao processo de regulamentação e conseqüente redução nas vendas, começaram a fazer parte do cotidiano daquelas pessoas.

Outro fator de resistência e descontentamentos foi a redistribuição dos espaços. Marzia Grassi³, destaca que os módulos foram conferidos de acordo com critérios variados, que beneficiaram os comerciantes que atuavam há mais tempo no local e que já possuíam um contrato de ocupação com a Câmara. De fato, as tentativas de regulamentação e enquadramento desse tipo de prática, por um lado, estão diretamente ligadas aos discursos

² PINA, Jaqueline. *As influências da telenovela brasileira no cotidiano de Cabo Verde*. 2007. f. Monografia (Graduação em Comunicação Social)- Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2007.

³ GRASSI, Marzia. *Rabidantes: comércio espontâneo transatlântico em Cabo Verde*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais e Spleen Edições, 2003.

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

higienistas, que ressaltam as precárias condições de higiene, iluminação e salubridade de muitos desses estabelecimentos. Por outro, constituem formas dos governos exercerem um maior controle sobre esses comerciantes, visando, sobretudo à cobrança de impostos.

Esse contexto de confusão fez com o novo centro comercial recebesse o nome de Sucupira. A partir daí, surgiu o Mercado de Sucupira, um dos principais pontos de comercialização da Cidade de Praia, capital do país, e que agrega um número significativo de rabidantes. No local, é possível encontrar uma diversidade de produtos (advindos dos mais variados locais de compra dessas mulheres), tais como: roupas, sapatos, calçados, lingerie, produtos de cabelo, cosméticos, havaianas e cd's. O funcionamento ocorre das 9hs da manhã até às 17hs, de segunda a sábado. No decorrer da pesquisa de campo, foi possível perceber que as comerciantes chegam muito cedo, por volta das 7:30 e 8hs, para montagem das barracas e organização dos produtos.

O Sucupira acaba por incorporar uma multiplicidade de práticas comerciais e de estabelecimentos, que diferem entre si, não apenas em nível dos artigos, mas na composição de cada um. Observamos, desde lojas, com uma estrutura bem montada, assim como pequenos boxes, mais simples ou mesmo rabidantes que expõem seus produtos no chão. Dentro do mercado, existe uma grande circulação de vendedores ambulantes, oferecendo comida, frutas, verduras e peixes. Ao vivenciar o cotidiano dessas pessoas, observamos que os agentes são os mesmos; os produtos é que mudam, a depender das circunstâncias e das necessidades momentâneas.

Por exemplo, logo no início da manhã, são comercializado produtos de higiene, para o cabelo, roupas e bombons. Por volta do meio dia, a venda é marcada por alimento, pratos prontos, preparados pelas 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 desses vendedores, encontramos trançadeiras, manicures e costureiros, que produzem as roupas ali mesmo, a depender do gosto do cliente. Esses últimos serviços, em geral, são prestados pelos imigrantes, provenientes da costa ocidental africana⁴.

Tais lógicas internas demonstram os mecanismos de estruturação e hierarquização entre os diversos comerciantes que atuam no local. É possível identificar, desde os pequenos negociantes ou retalhistas, que em geral não possuem box e revendem os seus produtos de forma improvisada, sem muitos rendimentos, até os grandes comerciantes, mais bem

⁴ Principalmente guineense, senegaleses, angolanos e nigerianos.

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

estruturados, em lojas e com poder de investimento significativo. Entre as rabidantes, existem as comerciantes que vendem gêneros alimentícios e hortaliças, adquiridos internamente; um outro grupo, que se desloca para os demais países do continente, o que exige um percentual mínimo de investimento; e aquelas que desenvolvem o comércio transatlântico.

Esses mecanismos de estruturação e hierarquização podem ser observados em outros espaços. Espírito Santo⁵, em suas análises sobre o Mercado Novo e o Mercado Municipal, em São Tomé e Príncipe, ressalta que existe, não apenas diferenças, no tocante aos produtos e poder de compra dos comerciantes, como também no que se refere às designações de cada grupo. Os palaiês, são os feirantes de bens domésticos e de subsistência, em sua maioria mulheres, que compram quantidades expressivas de mercadorias, geralmente hortaliças e verduras. Já os candongueiros são os agentes retalhistas, que comercializam as mercadorias não produzidas internamente, como bens não alimentícios.

Em outros locais, a diversificação entre os grossistas e retalhistas serve como uma forma de divisão do trabalho. Carlos Lopes⁶ ressalta que, no Mercado Roque Santeiro, em Luanda, os zungueiros – mulheres, jovens e crianças, operando por conta própria ou trabalhando à consignação para comerciantes mais abastados, constituem uma força de venda itinerante, que estabelece a ligação entre os retalhistas e os consumidores finais. São eles que projetam toda uma rede de distribuição de produtos, em troca dos meios monetários que possibilitam a sua subsistência.

Esse contexto demonstra toda uma organicidade presente nesses espaços, não apenas em nível de uma especialização dos produtos comercializados, como no tocante à divisão dos espaços e do tipo de trabalho a ser desenvolvido. De acordo com o autor, por constituírem espaços físicos de troca e de negociação de produtos, os mercados africanos detêm uma lógica bem particular, ligada às sociabilidades específicas e cuja história e evolução permitem compreender melhor os percursos e as características das sociedades onde se inscrevem.

Vejamos, então, as formas de comercialização, os elementos que marcam o cotidiano das rabidantes cabo-verdianas, frente à necessidade de dinamização da atividade que desenvolvem.

⁵ ESPÍRITO SANTO, Armindo. *Empresário, ambiente cultural e desenvolvimento em Cabo Verde e São Tomé e Príncipe*: os rabidantes de Santiago e os candongueiros de São Tomé: uma abordagem comparativa das suas dinâmicas. 2011. Tese (Doutorado em Economia)- Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2011.

⁶ LOPES, Carlos. *Roque Santeiro*: entre a ficção e a realidade. Lisboa: Principia, 2007.

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

Rabida bo: práticas comerciais e cotidiano das rabidantes cabo-verdianas

Como foi possível perceber, os mercados são espaços marcados por toda uma estruturação. No Sucupira, é possível identificar uma diversidade de rabidantes que se subdividem, de forma hierárquica, desde pequenas comerciantes até aquelas que desenvolvem o comércio transatlântico. As análises aqui desenvolvidas referem-se a esse último grupo, ou seja: essas mulheres que detêm um poder aquisitivo significativo e gastam em média, por viagem, entre 3,5 e 4 mil dólares. A depender do produto comercializado, esse valor pode chegar até 150 mil dólares. Nas falas de muitas delas, quanto mais se investe, maior é a lucratividade.

Se você for pra América, quer levar 150.000 [dólares], leva 150.000 [dólares]. Se quiser levar 100.000 pra Portugal, 100.000 [euros] ou 200.000. [euros], se você tiver. Tem? Leva. Quanto mais você leva, mais você ganha (Maria, rabidante, 53 anos).

O valor investido e, conseqüentemente, a lucratividade são assuntos evitados por algumas comerciantes. Ao serem questionadas sobre o montante gasto por viagem e o lucro mensal por elas obtido, muitas desconversavam ou mesmo se negavam a responder. Mas, ao longo dos nossos encontros e após um contato mais efetivo, foi possível melhor compreender essas lógicas de investimento.

Bom... depende de cada lugar que eu vou. Por exemplo, América, gasto muito mais porque lá tem muito mais despesas. Portugal, eu gasto mais pouco, porque vou pra casa de família. E na Merca [América] mais ou menos uns 5.000 dólares com outras contas, passagem [...] depende da época, as vezes é mais caro, às vezes é mais barato. (Carla, rabidante, 30 anos)

Depende do que você vai comprar. Às vezes, você vai com dinheiro pra comprar muita coisa, mas você não compra. Às vezes, você vai pra comprar pouco, mas você resolve comprar muito. Conforme se encontra mercadoria. Às vezes não encontramos aquilo que queremos e não compramos aquela quantidade. Então já comprei 2.000 conto [dólares], 3.500 contos [dólares]. Há quem gaste 700 [dólares] quando o negócio é caro e não quer comprar. Então depende de sorte, de coisa... Brasil sempre tem tudo que você quer, mas as vezes o preço não combina. Quando você está com sorte, encontra negócio com preço mais em conta ou então um fornecedor que tem coisa diferente, depende [...] negócio tem muito contratempo. (Isabel, rabidante, 52 anos)

Como uma forma de controle dos gastos e organização das finanças, é preciso ficar atenta às despesas com hospedagem, alimentação e passagens. Em algumas situações, existe a possibilidade de ficar na casa de amigos e/ou parentes, como por exemplo em Portugal, país que agrega um número significativo de imigrantes cabo-verdianos. Nesse

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

momento, os laços familiares e de solidariedade precisam ser acionados e acabam influenciando nas escolhas dos destinos de compra.

Ao se deslocarem para vários países, essas mulheres vivenciam vários desafios, como os implicativos da língua e do visto. No caso do Brasil, um dos principais atrativos consiste na facilidade em obter o visto. Em entrevista realizada junto a um comissário da Empresa de Transportes Aéreos Cabo-Verdianos (TACV)⁷, ele ressalta que é possível encontrar produtos mais baratos em outros países, mas que o acesso ao visto dificulta a entrada nesses locais, além das barreiras da língua. Dessa forma, o mercado brasileiro acaba configurando um destino recorrente dessas comerciantes.

De fato, muitas rabadantes possuem baixa escolaridade e, em alguns casos, mal falam o português. Alguns vendedores do Beco da Poeira, um dos principais pontos de comercialização dessas mulheres, na cidade de Fortaleza, revelam que é sempre possível identificar, entre o grupo de mulheres, aquela que toma a frente e ajuda no processo de interlocução, escolha e negociação dos preços dos produtos. Mas, em geral, isso ocorre nas primeiras viagens, quando ainda não existe um conhecimento detalhado dos locais de venda e das estratégias de comercialização.

Uma das nossas interlocutoras, que já realizava constantes viagens para Portugal e Brasil, narrou um fato que ocorreu quando começou a comprar nos Estados Unidos. Na ocasião, estava com uma “amiga” que havia conhecido no hotel e que ajudava na tradução e localização dos principais pontos de comerciais. Em um momento de descuido, a suposta amiga sumiu com metade do seu dinheiro e ela ficou literalmente perdida, sem saber falar nada de inglês, em Nova York. Por isso, ela ressalta que prefere viajar sozinha ou, em alguns casos, com familiares. Esse fato revela as desventuras que essas mulheres enfrentam, no seu cotidiano, e como a vivência nessa atividade exige o domínio de determinados códigos.

Nas palavras de Isabel:

No negócio, você não precisa falar o que você faz. Negócio se faz de toda maneira, claro que você tem que entender um bocadinho. Mas você pode desarasca muita coisa. [...] eu reparo se nos Estados Unidos, nas lojas, tem um espanhol. Se não tem brasileiros. Aonde não tem, você fala com gestos, você desarasca.

A necessidade de viajar para vários países, à procura de mercadoria, torna essa uma atividade bastante cansativa e arriscada, tendo em vista a necessidade de circulação e deslocamento com uma grande quantidade de dinheiro. No Brasil, por exemplo, elas passam

⁷ Em 2001, foram ativados os voos da TACV que ligam diretamente a Cidade de Praia a Fortaleza, com duração de três horas e meia.

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

uma semana inteira, visitando lojas e fábricas e, quando vão para São Paulo, ficam por lá em média quatro dias e somente no retorno efetivam as compras em Fortaleza, ou mesmo visitam outras cidades do interior do Estado.

A vida... negócio de rabidante ou comerciante é uma vida estressante, é cansativo, é arriscado. Porque nós arriscamos, com dinheiro no Brasil pra cima e pra baixo. Arriscamos no Marrocos pra cima e pra baixo. Na Merca [América], em New York, pra cima e pra baixo. Lisboa é menos, é mais tranquilo, lá ainda é mais tranquilo. (Maria, rabidantes, 53 anos)

A partir da percepção do cotidiano dessas mulheres, sentimos a necessidade de compreender os elementos que possibilitam a inserção na *rabidância*. Em meio às narrativas, emergiram os mais diversos fatores; sem dúvida, a existência de um ambiente socializador ocupa um lugar de importância.

Bem, é [...] foi assim, eu gosto de vender, desde pequeninha, gosto porque quando eu brincava com as minhas colegas sempre eu queria ficar assim... vender na loja, eu peço, eu sou vendedeira, vocês... donas de casa. Então, tinha uma tia minha que trabalhava aqui, eu saía da escola e vinha aqui pra ajudar ela. Depois, alguns anos, a minha sogra viu que eu tinha qualquer coisa com venda, talento, assim, com venda e ela me ofereceu dinheiro pra ir ao Brasil e fazer compras pra abrir o meu próprio negócio. (Carla, rabidante, 30 anos)

Aqui, temos o contexto familiar como influenciador nesse processo: a tia, que revendia no Sucupira e cuja vivência ela acompanhava, desde muito jovem; e a sogra, que era uma rabidante, e que emprestou dinheiro para que ela pudesse adquirir os produtos e montar o próprio negócio. A inserção de Jônia, 28 anos, também é ilustrativa. Ela, ao ser questionada há quanto tempo trabalhava no Mercado de Sucupira, respondeu que, praticamente nasceu no local, devido ao fato de, toda a sua infância e adolescência, ter se passado naquele espaço. A mãe dela, uma importante comerciante da cidade, conseguiu contrair um patrimônio significativo e hoje é lembrada como uma grande rabidante.

Jônia revela ter morado durante alguns anos no Brasil, para cursar Administração em uma Faculdade particular, no Rio de Janeiro, tendo voltado, recentemente, a Cabo Verde para dar continuidade à atividade desempenhada pela mãe. Diz que, logo quando chegou ao país de origem, procurou emprego na área de formação mas, como não conseguiu firmar vínculos com nenhuma empresa, acabou por assumir o controle da loja onde vende cosméticos, produtos para cabelo e sandálias havaianas.

A falta de outras oportunidades de trabalho foi recorrente nos depoimentos de algumas rabidantes. Magda, 42 anos, e que há mais de 20 é comerciante no Sucupira, ressalta que, na ausência de “algo melhor”, acabou por se dedicar à *rabidância*. Ela, que “pouco foi

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

para a escola”, vive somente com o dinheiro da venda de roupas e calçados. Em sua fala, é visível a preocupação com a família, especialmente com o filho, que estuda em uma universidade particular e cujo pagamento depende da renda adquirida.

De fato, a inserção e/ou permanência, nessa prática, se deve a diversos fatores que vão, desde a necessidade financeira ou falta de qualificação para o setor formal de empregos, a elementos próprios da vivência dessas mulheres, como os espaços de socialização familiar, que acabam por influenciar nas escolhas individuais de muitas delas. O certo é que a *rabidância* tem constituído uma importante fonte de renda para uma parcela significativa da população feminina, sobretudo as mães solteiras, que precisam garantir o sustento da família.

Nas palavras de Espírito Santo⁸, empreende-se por necessidade ou por oportunidades, quer seja a partir de atividades preexistentes, que já foram desenvolvidas no âmbito doméstico, ou com as quais já se teve algum contato efetivo. Muitas rabidantes autofinanciam-se. Esse tipo de financiamento endógeno é composto pela poupança do próprio empresário, dos seus familiares e amigos, e constitui um tipo de investimento de solidariedade social ou comunitário

Essas experiências comunitárias, de ajuda mútua, podem ser observadas em outros países do continente africano. No sul de Moçambique, o Xitique é uma das formas mais comuns de poupança, utilizada pelas comerciantes do mercado informal. Segundo Isabel Casimiro⁹, é fixado um valor a ser investido entre um grupo de amigos e organizado a periodicidade dos encontros para prestação de contas e distribuição rotativa da poupança. Os fundos circulam entre os membros e, tanto a coleta quanto a divisão, ocorrem com base na confiança e nos laços de solidariedade¹⁰.

Em Guiné-Bissau, a instituição financeira não bancária, denominada de Bambaram, funciona através da concessão de crédito a mulheres comerciantes, agricultoras e pescadoras. De acordo com Patrícia Gomes¹¹, a cooperativa, que é constituída pelas

⁸ ESPÍRITO SANTO, op. cit., p. 90.

⁹ CASIMIRO, Isabel. Mulheres em atividades geradoras de rendimentos: experiências de Maputo. *Ciclo de encontros sobre empreendedorismo - Newsletter 1*. Évora, 2012, p. 1-20. Disponível em: <<http://www.cisa-as.uevora.pt/download/EncontrosEmpreendedorismo/Artigo%20de%20Isabel%20Maria%20Casimiro.pdf>>.

Acesso em: 20 nov. 2014.

¹⁰ A autora acrescenta que além do xitique também existem outras formas de ajuda mútua no sul de Moçambique, como: tsimo/ntimo e kurhima/xitoco, que são atividades relacionadas ao trabalho agrícola baseado na amizade e convivência comunitária; Matsoni/xivunga, que constituem práticas tradicionais que se baseiam na troca de mão-de-obra por mão-de-obra; e Kuthekela/thôthôtho e ganho-ganho, que são caracterizados pela troca de mão-de-obra por alimentos ou dinheiro.

¹¹ GOMES, Patrícia. As mulheres no sector informal: experiências da Guiné-Bissau. *Ciclo de encontros sobre empreendedorismo - Newsletter 1*. Évora, 2012, pp. 1-22. Disponível em: <<http://www.cisa-as.uevora.pt/download/EncontrosEmpreendedorismo/Artigo%20de%20Patricia%20Gomes.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

associações com maior representatividade no setor informal guineense¹², nasceu da necessidade em dar uma resposta ao problema da pobreza feminina, no país, e tem alcançado resultados positivos, no tocante à geração de riqueza e redução da vulnerabilidade socioeconômica entre as mulheres.

O Programa de microcrédito, implementado no ano de 2000, pela Organização das Mulheres de Cabo Verde (OMCV), além de crédito e financiamentos, oferece serviços de aconselhamento e apoio para a criação de microempresas e inserção de produtos no mercado¹³. Algumas rabadantes, a priori, recorreriam a esse tipo de auxílio, mas grande parte dessas comerciantes tem buscando subsídios próprios ou de familiares.

Como é possível perceber, são múltiplas as formas de investimento que essas comerciantes, em contexto diversificados, têm lançado mão, no sentido de dinamizar a atividade que desenvolvem. A possibilidade de movimentação e a garantia de uma maior lucratividade, fez com que Isabel fechasse a loja no Sucupira para vender roupas nas ruas, repartições públicas e casas de amigas.

Eu vendia lá no Sucupira desde os 23 anos. Eu ficava parada, ficava lá o tempo todo. Quer dizer, eu fui, arrumei o negócio e sempre vendia lá, parada lá. Depois eu tive aquela ideia de sair pra vender na rua, de vender na repartição, na oficina, na fábrica. Aonde eu tenho cliente eu levo as mercadorias. Eu estou vendendo nas ruas.

Ela comprou um Hiace¹⁴, que ajuda no deslocamento e na comercialização de roupas, bijuterias, cintos, calçados e lingerie. Outro ponto importante, que emergiu em sua narrativa, algo que permeou a fala de outras entrevistadas, diz respeito à queda das vendas no Mercado de Sucupira:

[...] neste momento o Sucupira está um pouco parado e o negócio lá está muito pouco, não tem movimento. Então, eu estou mais na rua. Estou vendendo no carro. Eu entrego para funcionários, para alguém... na casa de alguém que eu conheço ou mesmo que não conheça, mas alguém que está interessado em alguma coisa e que eu tenho.

Esse é um posicionamento, não apenas das comerciantes, mas também das pessoas que compram produtos no mercado. Para os consumidores, a queda nas vendas ocorre devido à remarcação frequente, nos preços. Muitos têm reclamado que, hoje em dia, já não é

¹² A Associação das Mulheres Peixeiras (AMU-PEIXE), a Associação das Mulheres Revendedoras de Peixe (MAVIP), a Associação das Mulheres Tintureiras de Bissau (DUA-DJABI), e a Associação das Mulheres Revendedoras do Mercado de Clelé NUNCA-FALTA.

¹³ Sobre o Impacto do Programa de Microcrédito em Cabo Verde ver: SILVA, Ana Sofia S. R. Vieira. *Microcrédito em Cabo Verde: análise da sustentabilidade de duas instituições de microfinanças em 2008 e 2009*. 2012. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Tecnológica de Lisboa, Lisboa, 2012.

¹⁴ Um tipo de van comercializada pela Motorola e que é muito comum na cidade.

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

mais possível encontrar produtos acessíveis no Sucupira. As rabidantes, por sua vez, ressaltam que esse fenômeno ocorre, devido ao alto preço dos produtos adquiridos. Conceição, que comercializa roupas e confecções no mercado brasileiro, acrescenta que: “aqui se compra uma blusa de R\$ 40,00 e você ainda tem que pagar hospedagem, excesso, alfândega [...] não tem como ter lucro”.

A forma de transporte das bagagens, do Brasil para Cabo Verde, chamou bastante a nossa atenção e tem sido utilizado como um elemento justificador da redução do rendimento dessas mulheres. No território nacional, isso pode ocorrer de duas formas: mediante o pagamento por quilos, nos casos em que a comerciante opta por carregar a bagagem consigo e pagar como excesso; ou quando o despacho da carga é feito em barcos e contentores.

Na maioria das vezes, as rabidantes chegam a Fortaleza, vão para São Paulo e, somente na volta, compram produtos na capital cearense. Nesses casos, o transporte se dá de forma diferenciada:

[...] se carga é de São Paulo, você paga excesso de São Paulo para Fortaleza, 3 reais cada quilo. Mas às vezes sai mais caro, é conforme o bilhete é que te cobram [...] o peso. Se o bilhete está mais caro, sai mais caro, depende da porcentagem do bilhete que você paga aquele peso. Mas de Fortaleza, quando você volta pra Praia, tem aquele preço fixo que é de 5 dólares cada quilo. Isso é quando a bagagem vem junto com você. Agora você pode pôr como carga e pagar conforme quantidade. Por exemplo, a partir de mil quilos tem um preço que é mais barato, que vai como carga e vai para seção de carga. Quer dizer, você sai de São Paulo com mercadoria, paga por cada quilo 3 reais. Você chega em Fortaleza, torna a pagar 5 dólar por cada quilo. (Isabel, rabidante, 52 anos)

Além dessas cobranças, para o transporte das bagagens no solo, existe o pagamento junto à alfândega, no ato do desembarque em Cabo Verde. Todo esse processo de envio das mercadorias, não só nos ajuda a compreender as taxações, que recaem sobre os produtos comercializados pelas rabidantes, como serve de base para problematizarmos a categorização dessa prática, como formal e/ou informal. Conforme observado, apesar da aquisição dos produtos ocorrer no setor informal da economia, até que cheguem ao destino final, e possam ser comercializados, existem várias formas de tributação fiscal que incidem sobre eles¹⁵.

¹⁵ As fronteiras entre o setor formal e informal 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. A *rabidância*, como será possível perceber, acaba por constituir uma prática que vive no limiar entre aquilo que podemos identificar como formal e ao mesmo tempo informal. Para uma análise mais aprofundada deste debate ver: SILVA, Tatiana Raquel Reis. *A arte de comerciar: gênero, identidades e empoderamento feminino no comércio informal transatlântico das rabidantes cabo-verdianas*. 2012. Tese (Doutorado em Estudos Étnicos e Africanos) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

Vale ressaltar que, frente à diversidade de práticas que envolve a *rabidância*, é perceptível o intercambiamento entre o formal e o informal. No que se refere às rabidantes que desenvolvem o comércio transatlântico, que conseguem acessar um maior poder de investimento, a aquisição de produtos ocorre em grandes quantidades e sobre as quais as taxas recaem com maior frequência, essas interfaces manifestam-se de forma mais concreta. De acordo com Grassi¹⁶, os empresários grossistas tendem a ter forte ligação com o chamado setor formal da economia, além de se beneficiarem com algumas linhas de crédito, enquanto que os retalhistas trabalham em condições precárias e com baixo capital.

No Sucupira, os comerciantes retalhistas ocupam uma área específica, no interior do mercado, onde expõem, no chão, os produtos advindos de vários países, mas sobretudo o que chamam de “ya” (yes), que são roupas usadas, vindas dos Estados Unidos, e que chegam a Cabo Verde nos contentores. Na ausência dos boxes, as mercadorias são guardadas em bidões¹⁷. Como o local não abre aos domingos, nesse dia, a rua ao lado é fechada e eles aproveitam para vender a mercadoria por um preço mais barato. Essa feira, que é montada, recebe o nome de “Butiki mó na txon” ou “Boutique mão no chão” – o nome se refere, justamente, à forma como ocorre a exposição dos artigos.

Esses retalhistas participam do que eles chamam de grupagem ou palete, que consiste em uma espécie de divisão, entre um grupo de pessoas, para a compra de produtos e pagamento do frete, garantindo, assim, uma redução das despesas. Às vezes, as pessoas que participam da grupagem acabam por repassar os produtos, que não conseguem vender, para terceiros. Aqui, não existem os gastos com o deslocamento para outros países, mas, em função do preço cobrado pelo transporte, é preciso que ocorra a divisão entre as comerciantes.

[...] quando eu vendia roupa do Brasil eu trazia mil e tal quilos de avião, como bagagem. Mas, quando eu comecei a fazer só cosmético, eu faço contentor. Ou então, se nós precisamos de pouca coisa no armazém, temos falta de pouco mercadoria, fazemos palete. Quando nós fazemos palete aquilo vem no contentor de uma outra pessoa. Se você não pode fazer um contentor, não faz. Do Brasil pra cá, tem que ser contentor, não tem grupagem. Nós chamamos de grupagem, é uma coisa junta. Lá você tem que fazer a sua. *Por que?* Em primeiro lugar, porque tiram tudo lá no barco, desaparece. Se for grupagem, há um agencia que faz, mas é difícil, dá volta ao mundo pra chegar em Cabo Verde. E quando chega aqui demora pra abrir o contentor pra você tirar a sua mercadoria. Mas, quando o contentor é teu, você faz o despacho, é mais rápido. [...] mas também quando não se pode fazer contentor, faz o palete. (Maria, rabidante, 53 anos).

Ainda no que se refere às estratégias de comercialização utilizadas pelas rabidantes, destacamos o caso de Nice que, para não pagar aluguel, abriu uma loja na sua

¹⁶ GRASSI, op. cit., p. 189.

¹⁷ Um tipo de barril metálico.

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

casa, onde recebe amigos, vizinhos e familiares que desejam adquirir os seus produtos. Assim, ela consegue gerenciar as tarefas domésticas, como o cuidado dos filhos, e as vendas. Fion de Vletter¹⁸, destaca a flexibilidade do horário como um elemento importante, nas atividades informais, pois permite que essas mulheres possam conciliá-las com outros afazeres.

Ao analisar a trajetória de algumas dessas comerciantes, foi possível perceber que, de fato, ocorre um processo de emancipação econômica. É, sobretudo, a partir da *rabidância*, que elas conseguem garantir o sustento da família e a educação dos filhos. As incertezas e desventuras vivenciadas no dia-a-dia profissional não deixam de comprometer o retorno do valor investido mas, frente às possibilidades de rendimento, um número cada vez maior de mulheres tem se voltado a essa prática. Em alguns casos, observamos rabidantes que conseguiram agregar um patrimônio bastante expressivo, embora a grande maioria continue na luta cotidiana pela sobrevivência:

[...] pra uma pessoa como eu, que você pode até dizer analfabeta, chegar até aqui é tão difícil! [...] Porque eu ia pro Marrocos sozinha. Eu vou sozinha. Vou pra Guiné-Conakry, sozinha. Vou pra Dacar, Gâmbia, sozinha. Vou pra Merca [América], sozinha. Vou pra New York, sozinha. Faço a minha vida sozinha, sinceramente [...]. (Maria, rabidante, 53 anos).

Apesar do crescimento econômico, criação de empregos e luta contra a pobreza, vem ocorrendo uma lenta absorção da mão-de-obra feminina em Cabo Verde. O processo de concentração urbana, acelerado a partir da independência do país, tem provocado um aumento considerável da população nas cidades, mas que não vem sendo acompanhado pelo ritmo de produção de emprego no setor formal da economia. Tanto homens quanto mulheres, sobretudo advindos das áreas rurais, têm deixado de lado as atividades, que eram tradicionalmente desenvolvidas, para a inserção no trabalho informal.

No entanto, por mais que essa realidade tenha afetado a sociedade cabo-verdiana como um todo, a população feminina alcança proporções significativas, o que exige uma maior compreensão desses fenômenos. No caso das rabidantes, tornou-se perceptível que, a despeito da independência econômica, elas continuam presas ao espaço doméstico. O acesso ao mundo do trabalho não significou a alienação do privado, especialmente das atividades do lar. O que tem ocorrido é a sobreposição de tarefas e obrigações, que recaem sobre essas mulheres, gerando uma dupla ou tripla jornada de trabalho.

No final do século XX, a inserção feminina no mundo do trabalho significou um

¹⁸ VLETTER, Fion de. *A promoção do sector micro-empresarial urbano em Angola*. Luanda: Principia Publicações Universitárias e Científicas, 2002.

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

passo importante para o estabelecimento de relações mais igualitárias. Todavia, observamos a emergência de novas formas de desigualdade, que acabaram por resumir a presença das mulheres a atividades de baixo prestígio e menor remuneração. Kate Purcell¹⁹ assinala que, apesar da absorção da mão-de-obra feminina, é perceptível a deterioração na qualidade de trabalho, muitas vezes chegando à exploração, sem nenhuma perspectiva de crescimento, como é o caso dos empregos de baixa qualificação e remuneração.

De fato, a possível emancipação financeira não reestruturou as desigualdades de gênero. Carla Carvalho²⁰, ao analisar a presença feminina nas fornadjas²¹, um espaço até então marcadamente masculino, percebe que, por mais que a inserção das mulheres tenha possibilitado a sua emancipação, à medida que passaram a contribuir ou mesmo garantir o sustento da família, o que ocorreu foi a precarização da atividade por elas realizada. Mesmo desenvolvendo o trabalho na fornadja, elas continuam desempenhando as tarefas domésticas. A condição feminina passou a oscilar entre emancipação e precarização. Apesar de flexibilizar as relações de poder, a hierarquia masculina, no âmbito doméstico, continuou e o poder decisório permaneceu sendo dos homens.

Considerações finais

Como foi possível perceber, ao longo do texto, o Mercado de Sucupira constitui um espaço de múltiplas e diversas práticas de comercialização feminina, que resultam, não apenas em toda uma estruturação e hierarquização entre as rabidantes, como também em lógicas próprias de organicidade. O depoimento das comerciantes têm demonstrado os diversos fatores que impulsionam a inserção nessa atividade, como o contexto familiar e a necessidade financeira.

Ao adentrarmos o cotidiano dessas mulheres tornou-se perceptível as estratégias de comercialização por elas utilizadas, visando, sobretudo, a uma maior lucratividade. Apesar do aumento no preço dos produtos e um número crescente de taxações, que recaem sobre as mercadorias comercializadas, a rentabilidade continua sendo um dos principais atrativos (

¹⁹ PURCELL, Kate. Gênero e insegurança no trabalho no Reino Unido. *Estudos Feministas*, Florianópolis, v.12, n.2, p. 147-176, maio/ago. 2004.

²⁰ CARVALHO, Carla. Fornadja, campo e casa – espaços em transformação: o caso da Ribeira de Principal. In:_____. *Ensaio Etnográfico na Ilha de Santiago de Cabo Verde: processos de identidades na contemporaneidade*. Praia: Edições Uni-CV, 2009.

²¹ Locais de produção do grogue constituído por alambiques (equipamentos para destilação da aguardente) e trapiches (equipamentos para a moagem da cana)

Outros Tempos, vol. 12, n.19, 2015 p. 153-167. ISSN:1808-8031

embora tenha sido destacado o quanto as incertezas e desventuras fazem parte da vivência das rabidantes).

A grande presença feminina, nas atividades informais, demonstra o quanto as desigualdades de gênero persistem no mundo do trabalho. Os padrões socialmente aceitos, para homens e mulheres, acabam por delimitar espaço e atividades a serem desempenhadas. Na realidade, o conteúdo do trabalho feminino não é unicamente econômico, mas simbólico, uma vez que subscreve as mesmas lógicas de diferenciação e hierarquização vigentes nos dias atuais.

No caso específico das rabidantes cabo-verdianas, elas acabam por desenvolver uma atividade, cujos rendimentos têm servido para subsidiar o sustento da família e educação dos filhos. O que, sem dúvida, tem garantido uma independência econômica. No entanto, a emancipação econômica não conseguiu reverter as assimetrias de gênero, que se tornam cada vez mais arraigadas naquela sociedade.