

## *Rabida bô: retratos das práticas comerciais em Mindelo, Cabo Verde*

Vinícius Venancio<sup>1</sup>

Mestrando em Antropologia Social pela Universidade de Brasília

[vini.venancio2@gmail.com](mailto:vini.venancio2@gmail.com)

### **Resumo**

O comércio em Cabo Verde é uma atividade que movimenta o país – não só o seu PIB, mas também as suas ruas, mercados, praças e lojas. Da força de trabalho nas zonas portuárias a sandálias havaianas brasileiras, todas as pessoas têm algo a vender. Todavia, o comércio no arquipélago apresenta uma característica que o singulariza: a sua forte feminização. Partindo desse ponto, o presente trabalho tem por objetivo apresentar as nuances que as diferentes formas de fazer comércio em Mindelo, São Vicente, tomam, assim como o papel das mulheres para o desenvolvimento dessa atividade tão crucial na vida urbana.

**Palavras-chave:** comércio; mulheres; Cabo Verde.

### **Abstract**

The trade in Cape Verde is an activity that moves the country - not only its GDP, but also its streets, markets, squares and shops. From the workforce in the port areas to brazilian *havaianas*, everyone has something to sell. However, trade in the archipelago has a characteristic that makes it special: its strong feminization. The present work aims to present the aspects of the different ways of trading in Mindelo take, as well as the role of women in the development of this activity so crucial in urban life.

**Keywords:** trade; women; Cape Verde.

---

1 A realização da presente pesquisa não poderia ter ocorrido sem o apoio financeiro da Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal, no âmbito do projeto “Formas familiares em um mundo de mobilidades: gênero, infância, juventude e identidades em contextos migratórios”. No momento de publicação deste artigo o autor era bolsista do CNPq. Ainda, agradeço a leitura atenta e sugestões da professora Iracema Dulley e das colegas Barbara Marques e Júlia de Capdeville.

Em Cabo Verde, país-arquipélago localizado na costa noroeste do continente africano, diz-se que todo mundo comercia, da vendedora de peixe das ruas às pessoas de classe alta que vão frequentemente para a Europa e trazem as malas recheadas de produtos. Para além da transversalidade de classe, o comércio no arquipélago é dotado de outra especificidade: a sua alta feminização, que perpassa as diferentes atividades comerciais desenvolvidas no país.

Em Mindelo, principal cidade da ilha de São Vicente e local de realização da presente pesquisa etnográfica, a dinâmica da vida comercial é dotada de várias nuances. Além das mulheres vendendo alimentos como bananas, tomate, mamão, entre outros, é rotineiro encontrar senhoras mais idosas com cestos de palha a vender dropes e cigarros pelas ruas, assim como *mandjacos*, como são chamados os africanos do continente, que costumam vender óculos, capinhas para celulares e outros artigos industrializados (Rocha 2009). Essas práticas comerciais são frequentes no arquipélago porque o comércio é visto como uma das escapatórias encontradas pela população local, especialmente pelas mulheres, para reduzir as altas taxas de desemprego e pobreza do país, garantindo, assim, o sustento de suas famílias, como mostram Grassi (2003), Lobo (2012) e Silva (2012).

A forte presença de mulheres no comércio cabo-verdiano é perceptível, para além do olhar para as lojas, quiosques e ambulantes, também nos dados estatísticos: em uma lista que conta com 473 profissões, apresentada no documento “Cabo Verde em Números”, cinco correspondiam aos trabalhos realizados dentro do âmbito das práticas comerciais - vendedor em quiosque e em mercado; vendedor ambulante de produtos alimentares; comerciante de loja (estabelecimentos); encarregado de lojas (estabelecimentos); e vendedor em loja (estabelecimentos). Dentro dessas cinco profissões, o número de pessoas envolvidas com comércio em todo o país era de 6822, sendo o número de mulheres 4 vezes maior que o de homens. É válido ressaltar que, dado à informalidade que caracteriza parte das práticas comerciais no arquipélago, este número pode ser ainda maior. Mesmo assim, a disparidade na proporção entre mulheres e homens nas práticas comerciais torna-se relevante de ser analisada uma vez que, dentre os 491875 habitantes do país, o número de mulheres é superior ao de homens por menos que cinco mil pessoas<sup>2</sup>.

A centralidade da mulher no mundo do comércio acaba sendo reflexo do que acontece no âmbito doméstico, espaço onde as mulheres cabo-verdianas acabam por ser as figuras centrais do agregado familiar (cf. Lobo 2014; Rodrigues 2007). Esse espelhamento estrutural entre os dois mundos acaba por torná-los a extensão do outro, uma vez que

---

2 Informações extraídas do documento Cabo Verde em números (INE, s.d.), que se baseou nos dados coletados no Censo de 2010, o último realizado no país.

a centralidade feminina na vida doméstica significa, no contexto cabo verdiano, que à mulher cabe “a responsabilidade para o sustento e reprodução do agregado” familiar (Grazi & Évora 2007: 18).

Todavia, não é apenas pela via da centralidade feminina que os mundos do comércio e da casa estão interligados. O apoio da família é necessário para a sobrevivência das práticas comerciais: seja na venda de peixes frescos, como a *kavala*, búzios ou mariscos, cuja pesca é feita pelos irmãos, companheiros, filhos e demais agregados familiares das vendedoras – conhecidas como *peixeiras* –, seja no âmbito dos gêneros alimentícios, cujas roças são cultivadas não apenas em família, mas também em comunidade, sendo os moradores da ilha vizinha, Santo Antão, os principais fornecedores desses produtos para os moradores de São Vicente, uma vez que a aridez e escassez de fontes de água doce em São Vicente dificultam o desenvolvimento agrícola da ilha.

Ainda, com a ausência de uma produção em massa de bens industrializados, os fluxos das mercadorias acabam por se emaranhar com as redes tecidas pela emigração<sup>3</sup>. Por isso, a grande maioria dos artigos vendidos nas boutiques e quiosques são trazidos por comerciantes transnacionais que vão buscá-los em países como Portugal, EUA, Itália e Brasil, ou enviados por parentes, emigrados, delas por meio de *bidões*<sup>4</sup>. Essas mulheres possibilitam a circulação de itens como roupas, chinelos, tênis, maquiagem, eletrônicos, entre outros.

Fechando esse circuito transnacional, que é uma das marcas do comércio cabo-verdiano, há também os produtos chineses, que são importados por integrantes da diáspora comercial sínica e vêm ganhando cada vez mais espaço no mercado mindelense, dado o baixo valor destes em comparação com os demais produtos vendidos pelas cabo-verdianas.

Dado o desenvolvimento de tantas formas distintas de comércio, não há “tempo ruim” para realizar vendas. Se as butiques e mercados fecham as portas aos domingos, esse é um dia especial para tirar os produtos do *bidão* e vendê-los na porta de casa. Situação semelhante ocorre nos dias de festa, quando as senhoras a vender dropes e cigarros tendem a se proliferar pelas ruas da Morada, bairro central do Mindelo, fenômeno que pode ser visto especialmente no Carnaval, festividade que atua como carro-chefe dentre

3 A diáspora cabo-verdiana permeia vários âmbitos da vida cotidiana e marca intensamente a vida do arquipélago, seja por meio do envio de remessas ou de produtos, ou pelo desejo eminente de emigrar. Sobre a questão, cf. Trajano Filho (2009) e Lobo e Venancio (2017).

4 Os *bidões*, tambores que são cheios com produtos, tanto presentes quanto artigos para revenda, são enviados por parentes que estão em situação de emigração para seus entes queridos que permaneceram em Cabo Verde (Defrayne 2016).

os eventos culturais da ilha.

Dentre as pesquisas já realizadas sobre comércio nas ilhas de Cabo Verde, esse conjunto de mulheres, protagonistas desse trabalho, que, como apresentado, podem ser

1. vendedoras eventuais que, a depender do contexto e da necessidade, expõe produtos na calçada de suas casas para dali obterem um dinheiro extra; 2. comerciantes que vendem em feiras, mercados, ou mesmo em um ponto fixo na rua, mas que não viajam para adquirir os produtos da venda; 3. mulheres que realizam viagens regulares para outros países e que vendem no mercado local, em estabelecimentos próprios ou para terceiros (Lobo 2012: 321),

pode ser alcunhado o termo *rabidantes*. Essa palavra faz referência a

mulheres e homens que fazem negócios no espaço de mercado a que a ciência econômica chama setor informal. Informações recolhidas no terreno esclareceram que o nome significa, em crioulo de Cabo Verde, “dar a volta”, “desenrascar-se”, e é utilizado para indicar alguém que é muito hábil a convencer os outros (*rabida bô*, o que “engana” o outro) (Grassi 2003: 23-4).

Devido a essa complexa e variada gama de atividades comerciais, as atividades que elas desenvolvem variam consideravelmente em graus de formalidade e informalidade,<sup>5</sup> isso devido à fluidez com que as mercadorias industrializadas transitam entre as categorias de lícito e ilícito ao longo da cadeia comercial (Ribeiro 2010) através de sombras de legalidade, como apontam Nordstrom (2007). De forma semelhante, os gêneros alimentícios podem ser alvo de criminalização, como aponta Pólvora (2013). Assim, as comerciantes cabo-verdianas estão inseridas, no caso das que realizam viagens transnacionais, em um contexto de globalização popular,<sup>6</sup> no qual as camadas populares tiram proveito dos fluxos de riqueza e “democratizam” o acesso aos bens.

Na fluidez entre a formalidade e a informalidade – e para burlar a fiscalização e as altas taxações – as comerciantes que realizam fluxos transnacionais, costumam “mascarar” os *bidões* que elas recebem/enviam, colocando os produtos mais caros, e que as fariam pagar taxas alfandegárias mais altas, no fundo do *bidão* para que os fiscais não os vejam,

5 As noções de formal, informal lícito e ilícito que aplico no que tange o comércio em Cabo Verde seguem as percepções apresentadas por Gustavo Lins Ribeiro (2010).

6 Aqui, faço uso da compreensão de Pinheiro-Machado, na qual a globalização é entendida enquanto um sistema de “fluxo intenso e veloz no qual circulam mercadorias, informações, imagens e pessoas em níveis transnacionais” (2005: 127).

dada a profundidade do barril e a quantidade deles que chegam mensalmente no Porto Grande do Mindelo.

Todavia, apesar de praticamente todas as comerciantes estarem transitando por entre essas sombras de legalidade, esse fator não define uma coesão de classe entre elas. Um exemplo disso é a empregabilidade do termo *rabidante*, que é visto de forma negativa por parte das mulheres que realizam comércio transnacional. Estas preferem ser chamadas de importadoras ou mesmo comerciantes, como forma de gerar uma distinção entre elas e as mulheres que vendem de porta em porta ou nas ruas da cidade, também conhecidas pelo termo *vendedeiras* (Fortes 2015).

Esse fato mostra a construção de hierarquias entre as vendedoras, que são marcadas por questões como classe, dado a diferenciação entre donas de butiques e vendedoras ambulantes, e região, visto que parte das *vendedeiras* são provenientes de outras ilhas, como Santo Antão e Santiago. A questão da classe se reflete nos produtos vendidos: quanto mais pobres as vendedoras, maiores as chances de elas exporem seus produtos – geralmente alimentos e/ou roupas de segunda-mão – nas ruas, enquanto as que possuem melhores condições financeiras podem alugar espaços para realização do comércio.

A falta de um espaço próprio para vender os produtos acaba por precarizar a situação das *vendedeiras*. Embora não tenha presenciado tentativas de expulsão dessas mulheres dos espaços centrais do Mindelo, outras pesquisadoras do tema apontam que a tentativa de higienização e gentrificação dos grandes centros urbanos africanos aparecem enquanto uma prática cada vez mais rotineira (Fortes 2015: 8), já tendo ocorrido, como nos mostra Pólvora (2013), na cidade da Praia, capital de Cabo Verde.

Dado o panorama inicial sobre as práticas comerciais no arquipélago, é importante ressaltar que o presente ensaio fotográfico que segue é parte de uma pesquisa etnográfica realizada em Mindelo, ilha de São Vicente, em Cabo Verde, sobre o papel do comércio transnacional nas vidas das mulheres que tecem as redes que dão vida a ele, cujo interesse principal era o de refletir sobre o contexto social em que a mulher é figura central tanto no âmbito doméstico – enquanto mulher-mãe – quanto no domínio do público – como comerciante com papel central nas ruas, mercados e lojas, o que rompe, de certa forma, com a dicotomia de que a mulher estaria (exclusivamente) para casa da forma que o homem estaria para a rua.

Tendo em vista os pontos apresentados, o presente caderno de imagens visa apresentar as dinâmicas de alocação espacial que constituem essas práticas comerciais marcadas pela feminização, além de tentar complementar as discussões sobre a relação entre gênero, relações familiares e comércio informal, que vem sendo realizada por uma

gama de pesquisadoras que possuem como locus de pesquisa a região da costa noroeste da África subsaariana.<sup>7</sup> Além de mostrar a feminização desse ramo, o presente trabalho pretende mostrar os principais produtos por elas vendidos.

As fotos foram realizadas com uma câmera digital Nikon D40, entre janeiro e março de 2017, em diferentes pontos da cidade de Mindelo, na ilha de São Vicente, Cabo Verde.

## Referências

BROOKS JR., G. E. 1976. “The *Signares* of Saint-Louis and Gorée: Women Entrepreneurs in Eighteenth-Century Senegal” In: Hafkin and Bay (ed.) *Women in Africa: Studies in Social and Economic Change*. Stanford: Stanford University Press.

DEFRAYNE, Elisabeth. 2016. *Au rythme des tambor. Ethnographie des mobilités des “gens de Santo Antão” (Cap-Vert, Belgique, Luxembourg)*. Thèse présentée en vue de l’obtention du grade de Docteur en Sciences Politiques et Sociales: Anthropologie.

DOMINGUES, Maria Manuela Abreu Borges. 2000. *Estratégias femininas entre as badeiras de Bissau*. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Cultural e Social. Universidade Nova de Lisboa.

FORTES, Celeste. 2015. “As vendedeiras de Cabo Verde: circulação de produtos, informalidade e mulheres no espaço público de Cabo Verde”. In José Rogério Lopes (ed.). *Visagens de Cabo Verde: Ensaios de Antropologia Visual e outros ensaios*. Brasil. Editora Cirkula, pp.101-121.

INE. s.d. “RGPH 2010 – Cabo Verde em Números”. Disponível em: <http://ine.cv/quadros/rgph-2010-cabo-verde-em-numeros>. Acesso em 25.05.2018.

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

LOBO, Andréa de Souza. 2012. “Negociando pelo mundo: as *rabidantes* cabo-verdianas e suas rotas comerciais”. In: Wilson Trajano Filho (ed.). *Travessias Antropológicas: estudos em contextos africanos*. 1ed. Brasília: ABA Publicações, v. 1, pp. 317-338.

LOBO, Andréa de Souza. 2014. *Tão Longe Tão Perto. Famílias e “movimentos” na ilha da Boa Vista de Cabo Verde*. Revised ed. E-Book. Brasília: ABA Publicações.

LOBO, Andréa de Souza; VENANCIO, Vinícius. 2017. “Com parente se negocia? Redes migratórias e o comércio transnacional em Cabo Verde”. *Cadernos de Campo: Revista de Ciências Sociais*, v. 23, p. 25-44.

NORDSTROM, Carolyn. 2007. *Global outlaws. Crime, Money and Power in the contemporary world*. London: University of California Press.

PÓLVORA, Jacqueline Britto. 2013. “Cidades informais: o caso da cidade de Praia”. *Revista Ciências Sociais Unisinos*, v. 49, pp. 97-103.

7 São alguns exemplos de trabalhos sobre a temática, para além dos supracitados, Brooks Jr, 1976; Domingues, 2000.

- ROCHA, Eufémia Vicente. Mandjacus na Praia: etnografando trajetórias de imigrantes da costa ocidental de África. In LUCAS, Maria Elizabeth, SILVA, Sérgio Baptista da (orgs). 2009. *Ensaio etnográfico da Ilha de Santiago de Cabo Verde*. Praia, Edições Uni-CV: Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- RODRIGUES, I. F. 2007. "As mães e os seus filhos dentro da plasticidade parental: reconsiderando o patriarcado na teoria e na prática". In: GRASSI, M. & ÉVORA, I. (Org.). *Gênero e Migrações Cabo-verdianas*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, pp. 123-146.
- RIBEIRO, Gustavo Lins. 2010. "A Globalização Popular e o Sistema Mundial Não-hegemônico". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 25, pp. 21-38.
- SILVA, Tatiana. 2012. *A arte de comerciar: gênero, identidades e emancipação feminina no comércio transatlântico das rabidantes em cabo-verdianas*. Tese de Doutorado. Centro de Estudos Afro-Orientais, Universidade Federal da Bahia.
- TRAJANO FILHO, Wilson. 2009. "The conservative aspects of a centripetal diaspora: the case of the Cape Verdean tabancas". *Africa*, v. 79, pp. 520-542.

Recebido em 01 de janeiro de 2019.

Aceito em 13 de abril de 2019.



**Imagem 1.1**



**Imagem 1.2**

**Imagens 1.1 e 1.2:** Na imagem 1.1, temos uma visão do andar superior do Mercado Municipal de Mindelo, prédio do período colonial localizando na Morada. Nele são comercializados produtos orgânicos como vegetais e queijos, além do grogue (cachaça) cabo-verdiano. Na imagem 1.2 vemos o corredor principal do mercado, onde duas vendedoras se cumprimentam. Nos espaços dos mercados é comum a construção, entre as comerciantes, de redes de apoio, seja para cuidar das bancas uma das outras em momentos de breves ausências ou para fornecimento de troco.



**Imagem 2:** O mercado dos Peixes, ponto ao extremo sul da Avenida Marginal, avenida beira-mar que conecta a parte sul da Morada ao bairro Chã de Alecrim, ocupa uma função bem parecida a do Mercado Municipal, embora a comercialização de peixes esteja restrita a este. Nele, um número considerável de mulheres aguarda os produtos trazidos pelos pescadores, geralmente cônjuges, irmãos ou filhos delas, para que elas possam limpar e revender os pescados. No mercado, é grande a demanda por atum e pela cavala, peixes com grande saída no arquipélago.



Imagem 3.1



Imagem 3.2

**Imagens 3.1 e 3.2:** Nem todo mundo consegue custear as taxas de aluguel de estandes no Mercado Municipal e no Mercado de Peixes. Por esse motivo, é comum que encontremos mulheres, especialmente provenientes de outras ilhas, como Santiago e Santo Antão, ou do interior da própria São Vicente, expondo suas hortaliças e pescados na rua, dividindo, sem o menor problema, o espaço com outros “habitantes” da cidade.



**Imagem 4:** Como apontado, a forte presença de mulheres não se restringe à venda de gêneros alimentícios. Nos bairros mais afastados do centro da cidade é comum encontrar roupas e calçados expostos na porta das casas à venda, como um grande bazar a céu aberto. Geralmente, as roupas vendidas nessas condições costumam ser de segunda-mão. Grande parte desses produtos chegam por meio de bidões, os barris em que as roupas estão penduradas, que são enviados por emigrantes cabo-verdianos para parentes e amigos que permaneceram no arquipélago.



**Imagem 5:** Devido à escassez de indústrias, não apenas vestimentas chegam por meio dos bidões, assim como não é apenas esse tipo de produto que costuma ser exposto nas calçadas pela cidade. Na Praça Estrela, o casal que vende os mais diversos artigos, expressa uma forma comum da divisão sexual do trabalho em famílias nas quais o homem contribui para a vida comercial: o esposo, que reside em Boston, nos Estados Unidos, envia os mais diversos produtos através de bidões enquanto a mulher, que permaneceu na ilha e cuida dos filhos do casal, é comerciante em tempo integral. A bandeira estadunidense hasteada serve para indicar a procedência dos produtos, que adquirem valores simbólicos diferentes a depender do local de onde eles vêm.



Imagem 6.1



Imagem 6.2

**Imagens 6.1 e 6.2:** “Os clientes adoram o perfume da Victoria e tudo que é da América”, afirmou a Simone, dona de uma das boutiques visitadas, cuja loja era especializada em produtos estadunidenses. Ela é uma das diversas comerciantes que residem em Mindelo que viajam rotineiramente para outro países com a finalidade de adquirir produtos, que podem ir de roupas a utensílios domésticos. Essa postura de supervalorizar a procedência dos produtos é comum no comércio mindelense, uma vez que quase todos eles vêm de fora, além de que eles competem diretamente com os produtos chineses, tidos como de qualidade inferior. Entre os destinos mais comuns estão Portugal, Estados Unidos e o Brasil, que faz sucesso com as sandálias havaianas, como mostram as imagens acima.