

**VII Congresso Latino-Americano
de Estudos do Trabalho. O
Trabalho no Século XXI.
Mudanças, impactos e
perspectivas**

GT 18 - Psicologia Social Del
Trabajo En América Latina:
Identidades y procesos de
subjetivación, salud de los
trabajadores, prácticas y producción
de sentidos en lo cotidiano.

***Título: O Mercado Municipal da
Praia, as vendedeiras e a cidade:
uma análise da mudança***

Iolanda Évora

(CEsA, ISEG, Univ.Tec.Lisboa)

Redy Lima

(US/ISCJS, Cabo Verde)

***O Mercado Municipal da Praia, as
vendedeiras e a cidade: uma
análise da mudança***

Resumo: A proposta de nobilitação e reurbanização da cidade da Praia prevê mudanças nos mercados, entre os quais o Mercado Municipal da Praia. Neste trabalho, o foco dirige-se à compreensão manifesta das vendedeiras sobre as mudanças bem como às suas perspectivas relativas à vida e ao trabalho em um novo espaço. A análise tem como base um estudo sobre o impacto comercial e social do novo mercado, a pesquisa etnográfica e observações de um projecto sobre mercados no espaço lusófono. A reflexão incide sobre as dimensões socioculturais constitutivas da vida social que define esse espaço. A mudança prevista evidenciou as especificidades do mercado como espaço de vida, a sua organização, funcionamento e vinculação do mercado com a vida da cidade. Em particular, alertou as vendedeiras para a centralidade geográfica, de sociabilidade e urbanidade do seu lugar actual de trabalho e de vida.

Resumo expandido

A Câmara Municipal da Praia (CMP) tem em vista a construção do novo mercado municipal da capital de Cabo Verde e, nesse processo, prevê a deslocalização, reestruturação ou trasladação dos vários mercados da cidade. A proposta está ancorada num projecto urbano maior de nobilitação e reurbanização da cidade, que poderá alterar o tipo de organização social e de trabalho até então experienciadas pelas vendedoras dos mercados. Neste trabalho, o foco dirige-se à compreensão manifesta das vendedoras do mercado sobre as mudanças em vista. Especificamente serão aqui abordadas as perspectivas das vendedoras do Mercado Municipal da Praia (o mercado do Plateau), o mais tradicional e antigo da capital, construído em 1853 e destinado à venda de produtos alimentares frescos. Esta apresentação toma como base o

levantamento quantitativo e qualitativo do “Estudo sobre o impacto comercial e social da construção do novo mercado municipal da Praia” (CEsA/CMP, 2010-2011) ao qual somamos uma leitura etnográfica posterior do mercado do Plateau. Procuramos compreender este mundo social através dos modos como as mulheres percebem e vivem o que fazem no decurso das suas acções (Corcuff, 2001), reconhecendo as singularidades em termos de organização, funcionamento e vinculação do mercado à vida da cidade (Sato, 2010). Lugar central da cidade da Praia, o mercado coloca-se como um campo de agenciamento social, estruturando modos de ser, pensar e agir, todos estes dimensões constitutivas da vida social que define esse espaço. Na perspectiva das trabalhadoras do mercado do Plateau, as alterações introduzidas

por essa mudança transformarão radicalmente o seu cotidiano e exigirão uma reconfiguração profunda das suas relações quer no ambiente social de trabalho, quer com o meio externo envolvente. O receio de perder a clientela antiga e fiel associa-se à necessidade de reestruturar e estabelecer relações no novo espaço que, igualmente, será destinado à venda de produtos como vestuário, calçado ou produtos eletrônicos. Sobretudo, as vendedoras expressam as suas preocupações face à possibilidade de saírem de um lugar, o mercado do Plateau, cuja centralidade é percebida não apenas do ponto de vista geográfico (topográfico), mas muito mais referida à sociabilidade e urbanidade que os outros mercados da cidade não conseguiram fixar nas populações. Encontram-se aqui apenas referidos alguns dos múltiplos aspectos trazidos pelas trabalhadoras, que colocam em

relevo dimensões socioculturais do mercado da Praia e afastam a possibilidade de abordar as trabalhadoras do mercado como uma variável a ser controlada pela gestão que administra o seu espaço de trabalho. As mulheres expressam quer a sua interpretação das propostas avançadas pela CMP, quer a confrontação entre as propostas de mudança e as particularidades do ambiente e da prática cotidiana que organiza o trabalho e conforma o mercado sob o ponto de vista das vendedoras. O mercado deve ser visto muito além de um acontecimento comercial, como um campo social permeado de negociações, conflitos, cumplicidades e solidariedades que implicam trabalhadores/trabalhadoras, gestores, clientes e pessoas que desenvolvem as denominadas actividades “informais” ao redor do mercado.

CEsA (2011) “Estudo sobre o impacto comercial e social da construção do novo mercado municipal da Praia”, Relatório Final.

Corcuff, P. (2001) *As novas sociologias. A realidade social em construção*. Sinta: Vral Ed.

Harvey, D. (2011 [1989]) *Condição pós-moderna. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo. Ed. Loyola.

Rodrigues, W. (2010) *Cidade em transição. Nobilitação urbana, estilos de vida e reurbanização em Lisboa*. Oeiras: Celta Ed.

Sato, L. (2010) “Feiras livres e mercados no espaço lusófono: experiências de trabalho, geração de renda e sociabilidade”, *Relatório Final, Pro-África, CNPq*.