

**“Ter pessoas” na venda:
olhares etnográficos a partir do Haiti e da República Democrática do Congo ***

Rosa Vieira
Felipe Evangelista¹

De uma casa do alto da colina, às seis da manhã, já se escuta as conversas, as discussões e os chamados de comerciantes numa rua de terra próxima a um pequeno mercado de vizinhança. Mulheres passam de um lado para o outro, com bacias na cabeça, vendendo folhas de mandioca, bananas, laranjas, farinha. Elas compram produtos diversos dos grossistas para revendê-los em detalhe, em pequenas quantidades possíveis de serem quebradas em diferentes tipos de medidas. Algumas já estenderam seus panos para vender, outras começam a arrumar as suas tendas à espera dos primeiros clientes. Os movimentos se intensificam e as trocas se aceleram, é o início de um dia de mercado.

(Relato de campo de Rosa Vieira, Matadi, RDC, maio de 2017).

Duas horas antes do nascer do sol, Diesèl junta em um saco dezenas de pares de calçados que já estão secos, após passarem por uma limpeza meticulosa e pequenos reparos, feitos por ele e sua esposa. O saco vai amarrado tão compacto quanto possível, equilibrado no topo de sua cabeça. Ele caminha quase duas horas por uma trilha até chegar na estrada principal, e pela estrada até chegar ao ponto do transporte coletivo. Acomoda seu fardo dividindo espaço com fardos que outras pessoas levarão ao mesmo destino. Ao chegar, ele estende um pano sobre a calçada, o mesmo trecho de calçada que ocupa todas as quartas-feiras. De dentro do saco, tira um a um os pares de calçados, e os dispõe sobre o pano até preencher todo o espaço expositivo disponível. Então compra um cafezinho e um pequeno pedaço de pão, e come sentado na calçada, observando os primeiros movimentos do dia.

(Relato de campo de Felipe Evangelista, Plateau Central, Haiti, outubro de 2015).

O presente texto faz um exercício de aproximar duas etnografias realizadas com pequenas comerciantes mulheres, uma no Haiti e outra na República Democrática do Congo (RDC), com o objetivo de analisar práticas e conceitos observados em campo, sobretudo categorias locais que remetem à ideia de “pessoa minha”.²

A proposta permitirá pensar a economia popular do ponto de vista das discussões sobre *relatedness* (cf. Carsten, 1995; 2000; Strathern 1988, 2012)³, observando o modo como as pessoas se conectam umas às outras, os vocabulários nativos que produzem e/ou fazem

*Este é um primeiro esforço de propormos em diálogo entre duas pesquisas de doutorado em andamento.

1 Rosa Vieira e Felipe Evangelista são doutorandos do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, e integrantes do Núcleo de Pesquisas em Cultura e Economia (NUCEC/UFRJ).

2 Os dois pesquisadores fizeram os seus estudos acompanhando e participando das atividades diárias de comerciantes, que se delineavam nos mercados de rua, nas casas, e em deslocamentos constantes para outros mercados e/ou outras cidades. Rosa fez sua pesquisa na cidade de Matadi e no vilarejo Kay-Mbinga, na província do Congo Central, situada a oeste da República Democrática do Congo, na fronteira com Angola. Felipe fez seu trabalho de campo em uma zona rural de Belladère, província haitiana contígua à fronteira com a República Dominicana.

3 A noção de *relatedness* empregada neste texto remete à ideia de “estar relacionado” em contextos específicos discutida por Carsten (2000). Ela enfatiza a importância de entender o parentesco tal como ele é vivido e conceituado cotidianamente, através de uma atenção para as práticas diárias do viver junto e para o compartilhamento de substâncias.

referências a estas conexões, e o que estas conexões concentram e mobilizam – obrigações mútuas, expectativas, compartilhamentos, dívidas, objetos, dinheiros, pessoas. As categorias do crioulo haitiano e do lingala que remetem à ideia de ‘minha pessoa’ e outros termos trabalhados ao longo do texto indicam como o comércio pode ser considerado enquanto um *locus* central, além da casa⁴ e em associação com a casa, para pensar relações de proximidade e também a formação da pessoa.

As etnografias foram realizadas em países com geografias e históricos bastante diferentes, mas que podem ser aproximados de acordo com três aspectos inter-relacionados. Primeiro, ambos são definidos por organismos internacionais, ONGs e órgãos nacionais como locais da ‘falta’, do ‘subdesenvolvimento’, do ‘desemprego’. No processo de produzir projetos e políticas são operadas técnicas de governo que contribuem para gerar o que poderíamos chamar, invertendo a discussão de Mitchell sobre “structure-effet” (1999), de ‘efeitos desestruturados’ – efeitos que congelam uma imagem de caos e encobrem outros tipos de ordenamento. Menos do que pensar o comércio de rua (feiras, mercados, ambulantes) na perspectiva da falta|caos|desestrutura, nossa postura é olhar o que o comércio nos traz para entender como as pessoas tecem respostas frente aos contextos nos quais vivem.

O segundo ponto comum a essas duas localidades é a raridade de empregos de dedicação integral, com salário estáveis, e a generalização da venda. Mesmo nas capitais, como Porto Príncipe e Kinshasa, há pouquíssimos empregos nesse sentido que o termo ‘emprego’ tem na economia dita formal, mas há muitos ‘ofícios’ aos quais as pessoas se dedicam simultaneamente, somando pequenas e variadas fontes de renda. Junto ao fenômeno da ‘pluriatividade’, os fluxos de dinheiro nessa economia não-salarial tendem a ser bastante irregulares e acompanhados por uma proliferação de diversas formas de endividamento e crédito, e por pequenos serviços, pequenos negócios e pequenos lucros envolvidos no processo de fracionamento contínuo de mercadorias (Neiburg 2016). São universos onde as coisas mais variadas (objeto, dinheiro, comida, serviços) têm sempre um potencial vendível, diferentes espaços podem ser espaços de venda (casa, rua, quintal, trabalho, estrada), e pessoas de distintas classes (independente se possuem um trabalho formal) participam desse universo. Esse comércio não registrado por órgãos oficiais já foi analisado através de diferentes conceitos – economia informal (Hart 1973), economia popular (Hull & James 2012), *second economy* (MacGaffey&Bazenguissa Ganga, 2000; MacGaffey, 1991) – os quais ao mesmo tempo que facilitam a descrição também a enquadram e limitam.

4 Jane Carsten e Hugh-Jones (1995) consideram a casa como uma extensão da pessoa (p.2), o *locus* de construção das relações que compõe as pessoas.

Na República Democrática do Congo (RDC), há uma literatura assentada sobre mercados e comércio que problematizou tais categorias, oferecendo outras perspectivas. De Villers et al (2002) e Ayimpam (2014) utilizam a noção de “*économie de la débrouille*”⁵ com vista a romper com uma perspectiva negativa das atividades que não eram registradas por órgãos oficiais, um esforço já presente no artigo clássico de Keith Hart (1973)⁶. Eles propõem tanto pensar para além das práticas econômicas, focando na luta cotidiana para a sobrevivência e para ganhar dinheiro (De Villers et al 2002), quanto discutir a dimensão coletiva da *débrouille* (Ayimpam 2014). Se, de um lado, ambos os autores aproximam a análise das “práticas econômicas” com uma preocupação com a vida, com um modo de ser e uma experiência cotidiana de buscar a vida, por outro lado, a *débrouille* é discutida associada ao ambiente urbano e à rua. Pouca centralidade é dada às relações de proximidade, às dinâmicas familiares e a casa, relações que, ao mesmo tempo, explicam, definem, produzem e mantêm os modos de engajamento na *débrouille*. Diferente deste peso maior dado à cidade presente na literatura sobre práticas econômicas na RDC, no Haiti numerosos estudos mostram o dinamismo da economia popular, em suas vertentes rural e urbana. Mas, igualmente ao sentido de *débrouille*, trata-se de um universo no qual cada pessoa precisa se *degaje* – conceito que significa algo como “dar seu jeito”, “se virar”, e que fala de invenção, improviso, adaptação, da busca de soluções onde parece não haver solução. Tanto na RDC quanto no Haiti, o comércio se apresenta como um campo fértil para a inventividade e os improvisos, cujas formas que adquire em contextos situados desafiam categorias analíticas.

Parte significativa dessas pessoas atuantes no pequeno comércio de rua no Haiti e na RDC é do sexo feminino, terceiro ponto de aproximação a ser sublinhado. De acordo com MacGaffey (1987), como na “*second economy*” não operam leis restritivas e não se exige formação educacional, as mulheres não precisam enfrentar as mesmas barreiras do sistema de trabalho formalizado, como regulações e exigência de formação educacional, permitindo que elas enriqueçam independente dos homens (p. 165). Na RDC, ter filha mulher é visto como positivo não apenas porque ela ajudará nas atividades domésticas, como também ela tem sempre a possibilidade de vender algo. No Haiti, uma mulher que faz comércio é valorizada nas

5 A ideia de *débrouille* pode ser entendida como um “se virar”, encontrando caminhos para investimentos e saídas pra imprevisto.

6 Hart identifica esse outro âmbito da economia, ao qual deu o nome de “informal”, para corrigir a tendência da teoria econômica até então de operar com conceitos que, em larga medida, estavam destinados a explicar e haviam sido cunhados a partir de ambientes econômicos baseados em salários. Sua contribuição trouxe conceitos importantes para a observação, descrição e análise de contextos econômicos predominantemente não-salariais, baseados em fluxos monetários irregulares e provenientes de múltiplas fontes, como é o caso tanto do Haiti quanto da RDC.

escolhas matrimoniais.⁷ O mercado e a casa comportam, assim, áreas da vida social movimentadas por mulheres, apesar dos homens articularem-se a elas e participarem direta e indiretamente.⁸ Portanto, para as mulheres haitianas e congolezas, fazer comércio é uma forma comum e bem aceita socialmente de se buscar a vida, permitindo uma maior independência dos homens e o sustento da casa quando não se tem marido ou o homem está sem emprego.

Os resultados de um foco no pequeno comércio de rua, e portanto, em atividades associadas muitas vezes às mulheres, permitem aprofundar as propostas de autoras como Gracia Clark (1994) e Enid Schikildhout (2002[1978]) que consideram como complementares as agências das mulheres no comércio e na casa. Clark, por exemplo, sugere que a autonomia comercial de uma mulher *assante* reforça e não contradiz a sua capacidade e desejo de estreitar seus laços com parentes, amigos, maridos e outros membros da comunidade (p.334). Schikildhout ressalta como as mulheres islâmicas, sujeitas à reclusão no ambiente doméstico, continuam a participar do comércio através do controle dos seus filhos que se tornam intermediários entre a casa e o mercado. Ou seja, suas agências na casa permitem o envolvimento na venda, assim como, a participação na venda reforça a agência na casa. Por outro caminho, nossa proposta é indicar como a vida no comércio é mantida através da conjunção e interdependência de outras vidas, seja daquelas que compõem um universo familiar, seja daquelas que, pela frequência das transações comerciais, tornam-se pessoas de confiança com as quais se têm obrigações mútuas.

As feiras e mercados de rua são objetos já investigados na antropologia (Mintz 1960, 1978, Bohannan & Dalton, 1962; Agier, 1983; Clark, 1994; Rabossi, 2004; Hirata, 2014), mas pouco trabalhados através de discussões da antropologia da casa e do *relatedness*. Nas etnografias nas quais se baseia este trabalho, o intuito foi olhar para o comércio a partir das relações que conectam as pessoas, e as coisas e pessoas. Trata-se de uma tentativa de pensar a

7 No Haiti, saber fazer comércio e saber gerir dinheiro (por exemplo, nos grupos de crédito rotativo – ver nota 10) são atributos fundamentais na escolha de uma boa esposa, e podem, por vezes, ser considerados mais importantes do que a beleza física: “se você se casa com uma mulher bonita que não sabe, você vai acabar na miséria”, é uma colocação não rara de ser escutada.

8 Se as mulheres estão muito presentes no comércio e na casa, os homens participam de atividades diversas. Na área urbana na RDC, os homens estão presentes em atividades comerciais, sobretudo as de maior escala na venda, como os grossistas ou semi-grossistas, eles também são chofer de caminhão e taxis-coletivos, policiais, soldados ou cambistas, possuem empregos em órgãos do estado ou em empresas privadas. Na RDC rural, tanto homens como mulheres atuam nas plantações, mas apenas os homens produzem, por exemplo, óleo de palma. Algumas destas ocupações masculinas também são correntes no Haiti urbano. Entretanto, no Haiti rural, diversos trabalhos atestam como a divisão de funções entre homens trabalhando a terra e mulheres comercializando os frutos da terra é normativa (o que não quer dizer que seja exclusiva), e historicamente profunda, antecedendo inclusive a fundação do país e a abolição da escravidão (Mintz 2010, Garrigus 2005:74).

partir do comércio de rua como o parentesco e práticas econômicas “combine in the shaping of a social world” (Motta, 2014:122). Para o desenvolvimento desta proposta, ao longo do texto discutimos categorias que apareceram em nossos trabalhos de campo para observar em que medida elas podem ser pensadas com relação a noção de pessoa e ao universo familiar. Num primeiro momento, buscamos apresentar categorias locais que remetem à ideia de ‘minha pessoa’ (*moun mwen* ou *moun pa m* em créole haitiano e *mutu na ngai* em lingala), identificando, de um lado, como já foi trabalhada em estudos sobre o Haiti, de outro lado como apareceu em nossas etnografias.⁹ Em seguida, discutimos outras noções que estão relacionadas a estas categorias e que nos colocam diante de um universo moral e afetivo, o qual informa e sobre o qual dependem as transações econômicas, tanto na casa quanto no mercado.

Ter pessoas na venda e na vida

Nas duas etnografias realizadas, apareceram em diferentes ocasiões expressões nativas que poderiam ser traduzidas como “minha pessoa” (no crioulo haitiano *moun mwen* ou *moun pa-m* e no lingala *mutu na ngai*). De que maneiras elas são usadas? Em que medida essas duas expressões se aproximam e se distanciam? O que seus usos nos dizem sobre a noção de pessoa, as relações de proximidade e o comércio?

***Moun pa m* (ou *moun mwen*) e as qualificações das relações.**

As categorias *Moun pa m* ou *moun mwen* (duas formas de dizer a mesma coisa) já apareceram diversas vezes na literatura acadêmica sobre o Haiti. A antropóloga haitiana embaixada nos Estados Unidos, Gina Ulysse, usa a expressão no seu livro escrito parcialmente quando escreve em crioulo haitiano (Ulysse, 2015) no sentido de “minha galera”, “meu povo”, que vai de encontro à tradução que Rodrigo Bullamah (2018) sugeriu em sua tese “minha gente”. Este uso da expressão aparenta se referir a um coletivo, um conjunto de pessoas vagamente definido. Contudo, com frequência a expressão é usada para tratar de relações interpessoais mais diretas e precisas, entre duas pessoas específicas, que se consideram *moun pa* uma da outra, do tipo “Fulano é *moun pa* Siclano”, “tal pessoa é ‘pessoa de’ tal outra”.

Ana Fiod (2015) e Flávia Dalmaso (2014) sublinham o uso da noção de *moun mwen* para falar de relações de proximidade, embora o tipo de parentesco afirmado nas expressões *moun mwen/moun pam* seja mais complicado que a mera consanguinidade (Fiod, 2015:43). A

9 Em crioulo haitiano, *moun pa* significa “pessoa de”, expressão que tomar diferentes formas, como: *moun pa-m* “minha pessoa”; *moun pa-l* “pessoa dele/dela”; *moun pa-ou* “sua pessoa”; *moun pa Jacqueline* “pessoa da Jacqueline”; e assim por diante.

pesquisa de Fiod mostra ainda todo o potencial conflitivo das relações de proximidade. Para Dalmaso (2014:11), “todo este campo de relações que podem ser criadas quando as pessoas compartilham algo em comum como o sangue, a convivência, a comida, um mesmo lugar de nascimento ou de moradia, pode ser pensado a partir da categoria nativa *moun mwen*, termo mais genérico indicativo de que a pessoa é familiar.” As pessoas umas das outras, ao compartilharem substância, se aproximam de maneira que gera não apenas conforto, apoio mútuo e segurança. A proximidade traz igualmente vulnerabilidade, ela expõe, ela encurta o caminho de possíveis agressões.¹⁰

Pedro Braum (2014:140) acrescenta mais uma camada à expressão: além das relações de proximidade (como parentesco e amizade), ela também pode dizer respeito a “(...) pessoas conectadas por laços de dívida, proteção ou promessa”. Ele também salienta o aspecto coletivo quando faz referência a situações nas quais cada parte tenta conseguir o máximo possível para os “seus” (as suas pessoas), havendo o risco de oferecerem vantagens desiguais para as “pessoas de x” em detrimento das “pessoas de y”.

A relação de “minha pessoa” é associada ainda à possibilidade de conseguir vantagens ou favores (Murray, McPherson & Schwartz 1998). Os autores citam a expressão (*fòk ou gen moun pa-ou ladan*, “você precisa ter uma pessoa sua lá dentro”) para falar de contatos necessários para conseguir empréstimos em uma cooperativa de crédito em Hinche, trazendo o sentido de “*moun pa-m*” como pessoas que podem permitir um acesso privilegiado. Discutindo sobre como as pessoas entendem suas possibilidades de extrair benefícios da indústria da ajuda, Laura Wagner igualmente menciona a mesma expressão (*moun pa*) (2014:393) comentando as tentativas frustradas de pessoas que buscaram trabalhar na Cruz Vermelha – seus interlocutores são descrentes dos canais formais (como enviar currículo) para conseguir empregos no Haiti, e consideram que apenas as conexões de dentro (*moun pa*) poderiam garantir a inserção em uma empresa ou instituição.

Erica Caple James (2010:243) desenvolve um ponto semelhante quando se refere à “*moun pa-m*” como uma relação possível de ser descrita em termos de patronagem, enquanto uma relação de obrigação e reciprocidade. Ela discute como beneficiários de projetos pressionavam os trabalhadores – não só haitianos, mas também estrangeiros – que tocavam esses projetos (no caso, da USAID), afirmando uma relação de *moun pa* com eles como uma forma de demandar tratamento preferencial. (A autora dá a entender que os trabalhadores estrangeiros da USAID nem sempre reconheciam, reciprocamente, a existência dessas relações para com as pessoas que as reivindicavam). Elizabeth MacAlister (2002) fala de uma relação

10 Como mostra a pesquisa de Fiod (2015) ao abordar ataques de *lougawou*, casos de feitiçaria entre parentes, tipicamente ataques de mulheres adultas contra crianças.

hierárquica entre um *grann nèg* (“grande homem”) e seus seguidores. Segundo essa autora, existem figuras poderosas no Haiti (os chamados “grandes homens”) que são tão poderosas a ponto de expressar na linguagem uma ideia de posse a respeito das pessoas que as seguem, que gravitam ao seu redor, chamando-as de “minhas pessoas”. Contudo, a autora não deixa claro se essas pessoas também se referem ao *grann nèg* em questão, reciprocamente, como sendo uma “pessoa delas”. Na pesquisa de campo realizada no Haiti por Felipe Evangelista, essa referência nunca aparecia de forma unidirecional, mas sempre recíproca.

Se Muray et al (1998), James (2010) e Wagner (2014) sublinham a dimensão “facilitadora”, “vantajosa”, “proveitosa” de se ter pessoas, Pierre Minn (2011), por outro lado, discute a formação e manutenção de uma rede de pessoas “que se tem” como suas (em relações de obrigação, de lealdade) como uma característica definidora da identidade dos médicos haitianos. Mesmo ganhando muito melhor que a maioria dos compatriotas, eles precisam sustentar toda uma rede de “pessoas suas”, colocando-se, assim, em dificuldades econômicas.

As análises citadas parecem apontar para diferentes qualificações das relações que os usos da expressão do crioulo remetem: familiaridade – parentesco, incluindo pessoas que se tornam parentes por manter proximidade cotidiana duradoura ao longo da vida, relações férteis em afeto, obrigação, confiança mútua, mas também em perigo; abertura de caminhos – pessoas que viabilizam vantagens, empréstimos, garantias e acesso privilegiado, que podem conseguir vagas de trabalho remunerado, inserção em projetos; compartilhamento – a necessidade compulsória de dividir com as suas pessoas o que se tem ou se consegue (dinheiro, comida, bebida, casa). Estes aspectos – familiaridade, abertura de caminhos e obrigatoriedade da partilha – podem coexistir na mesma relação. Eles revelam as implicações e as trocas inerentes às relações, indicando proximidade, maneiras de conseguir dinheiro e as dívidas que se tem com os outros.

Pratik, lizay e o pequeno comércio no Haiti.

Embora não necessariamente apareça nos termos *moun pa m* ou *moun mwèn*, “ter pessoas” é uma dimensão central para se inserir e se manter no pequeno comércio local. O antropólogo haitiano Joseph Handerson (2015) sugere em sua tese, no comércio, *moun pa* é sinônimo de *pratik*. *Pratik*, ou *kliyan*, são ambos termos de proximidade específicos ao comércio, às relações de compra e venda.

Tema de um clássico artigo de Sidney Mintz (1961), *pratik* é um tratamento de proximidade, que nomeia uma relação constituída, relativamente estável, entre pessoas que “compram na mão” umas das outras. Como um termo relacional, ninguém é *pratik* sozinho –

só se pode ser *pratik* de alguém, duas pessoas *pratik* uma da outra, reciprocamente. Na zona de Belladere, Haiti, a palavra *kliyan* era mais comum do que *pratik*, mas ambas eram tratadas como sinônimos. Diferente da língua portuguesa, no crioulo haitiano o termo “cliente” [*kliyan*] não diferencia quem está comprando de quem está vendendo, assim como ocorre com o termo *costumer* na Jamaica (Mintz 1974). Não é raro que entre duas *kliyan*, ambas sejam compradoras e vendedoras, cada uma adquirindo aquilo que a outra vende (embora esse não seja necessariamente sempre o caso).

Quando duas *pratik* se encontram no mercado, via de regra, a interação entre elas inclui saudações, perguntas sobre a família uma da outra, troca de notícias sobre as respectivas vizinhanças, além, é claro, do ato de compra propriamente dito. Ao descrever como surge esse tipo de vínculo nos mercados haitianos, Mintz (1961) diz que tudo começa com uma conversa onde, “caso o jeito da compradora lhe agrade”, a vendedora faz uma oferta razoavelmente vantajosa, demonstrando o desejo de investir na relação. Ainda que esse autor mire, em primeiro lugar, a racionalidade econômica subjacente às práticas de fidelização (e a formação de uma clientela estável continua sendo fundamental no Haiti hoje, tanto em relação às pessoas a quem se vende quanto às pessoas de quem se compra), fica também evidente que afetos acompanham fluxos de mercadorias e de dinheiro. A afeição é indissociável do processo de fidelização, mediada por códigos de demonstração de respeito e etiqueta. Sua ausência pode também vir a interromper esse fluxo. Essa imbricação entre parcerias comerciais e afetos personalizados dá densidade a essas relações.

O conceito de *lizay*, muito usado na área da pesquisa, ajuda a entender os códigos que regem tais relações. Pela definição do dicionário de crioulo haitiano Vilsen, a tradução literal seria algo como “(bons) modos”, “(boas) maneiras”, “educação”, “polidez”. Um bom começo, mas ainda pouco para dar toda a amplitude da ideia. Trata-se de uma habilidade essencialmente oral e dialógica, uma forma de dirigir-se aos outros. No contexto diretamente relacionado ao comércio, *lizay* é a arte de falar bem com as pessoas, ser respeitosa, não-invasiva, mas ao mesmo tempo transmitir entusiasmo, saber saudar as pessoas [*salye*], ou ainda “ter a boca doce” [*bouch dous*]. Como definiu outra interlocutora, “*lizay* é a capacidade de falar com as outras pessoas de uma forma que elas gostem de você”.

Partindo daí, poderíamos sugerir paralelos entre as ideias de *lizay* e de “simpatia”. Contudo, o sentido corriqueiro do adjetivo “simpático” recobre apenas parcialmente o que significa ter *lizay*. Uma pessoa sociável e alegre, mas que fale muito de si mesma e escute pouco os outros, dando pouca importância àquilo que não lhe diz respeito diretamente, não tem *lizay*. Ainda que sorrir não faça mal, é plenamente possível ter muitíssima *lizay* mantendo o semblante sempre sério, sem um único sorriso. *Lizay* é como uma forma específica de ser

gentil e agradável, uma gentileza que consiste, principalmente, no reconhecimento do outro, de sua posição, de suas necessidades e dificuldades, ao mesmo tempo em que se transmite com sucesso ao outro as suas próprias necessidades e dificuldades, de tal forma que ele também entenda o seu ponto e reconheça a sua posição.

Essas relações interpessoais diretas, um-a-um, vão além de “minhas pessoas” (*moun pa m*) e de “clientelas”, de quem se compra e/ou para quem se vende de forma estável (*klyan*, ou *pratik*). Outros termos mais abrangentes, como “amiga/o” [*zanmi*] e “parceiro/a” [*patnè*], embora não sejam sinônimos dos já citados, também nomeiam relações um-a-um. São essas as sociedades que movem o comércio na economia popular haitiana - não coletivos, não sindicatos, não entidades de classe hierarquizadas, mas parcerias concretas que, tipicamente, se dão entre duas pessoas e não mais que duas.

Essa lógica da reciprocidade um-a-um é um método de navegação, tanto de passagem quando de permanências periódicas na ocupação de um dado espaço. As condições infraestruturais necessárias à circulação dependem essencialmente disso. Por exemplo, ao estabelecer suas rotas entre os lugares onde vai comprar e onde vai vender, cada comerciante precisa “ter pessoas” no meio do caminho - pessoas que garantam seu acesso às mercadorias, pessoas que garantam acolhimento e hospedagem (existem hotéis, mas não é viável pagar por eles numa base constante) e estocagem das mercadorias (mesmo quando um espaço é alugado para esse fim, é comum que esse aluguel não seja individual, mas por duas ou três comerciantes próximas entre si, dividindo juntas as despesas do aluguel em locais onde nenhuma delas virá morar, mas como uma base próxima ao mercado que frequentem), que possam apresentar a outras pessoas garantindo assim alguma confiabilidade a quem chega. Ter pessoas é ainda fundamental para acessar os meios de capitalização, não só como potenciais fiadores em mercadoria ou em dinheiro, mas também no crédito rotativo horizontal - é preciso “ter pessoas” para ser capaz de puxar a organização de um *sòl* bem sucedido.¹¹

Essas associações tão necessárias podem, às vezes, também ser desvantajosas. Na pesquisa realizada no Haiti por Felipe Evangelista, houve uma ocasião em que Jaklin, comerciante que o abrigou em sua casa, no Plateau Central haitiano, durante a maior parte da pesquisa de campo, saiu de casa portando três pencas de bananas, amarradas num grande saco de pano, fruto da roça de seu filho Soudy. Chegando próximo ao mercado de Kwa Fè, ela

11 Os grupos chamados *sòl* são formados por um número previamente definido de pessoas, que pagam semanal ou quinzenalmente uma dada quantia, e quando chega a sua vez (“a sua mão”) recebem a totalidade do valor pago pelas outras participantes. Por exemplo, se fazem um *sòl* com 20 participantes, no valor de 500 gourdes, cada participante receberá 10.000 gourdes (20 x 500) quando chegar a sua vez. Uma vez completa a rodada, passadas todas as mãos (por vezes uma comerciante compra duas mãos no mesmo *sòl*), o grupo se dissolve, para que outros novos sejam formados em seguida.

percebe a presença de Madame Lionel, uma *madanm sara* (termo usado para comerciantes de longa distância, que é também o nome de um pássaro) de Lascahobas. Madame Lionel estava sentada num local estratégico, na borda do caminho principal. Jaklin tenta evitá-la e passar despercebida, não porque desgostasse dela, longe disso. Ela não conseguiu não ser notada. Madame Lionel vi-a de longe, e sem se levantar, chamou-a. Jaklin não podia ignorá-la. Estaria mais à vontade para “fazer preço” [*fè pri*] com uma desconhecida a quem ela nada devesse. Com Madame Lionel, sua margem de manobra era bem menor, dada a antiga parceria entre as duas.

Madame Lionel fazia *sara* há anos, principalmente no comércio de bananas. Jaklin, ainda uma jovem mãe que buscava estabelecer seus próprios circuitos, foi recebida por Madame Lionel tanto em sua casa de Lascahobas quanto também no pequeno imóvel que esta alugava em Porto Príncipe. Madame Lionel também já visitara a casa de Jaklin na zona de Lospwèt (a troca de visitas é uma importante mostra de reconhecimento, assim como deixar de visitar implica uma falta de reconhecimento). “Ela era minha *pratik*”, disse-me Jaklin enquanto me explicava porque tentou evitá-la, resposta que a princípio me pareceu enigmática e contraintuitiva. Como eu não entendi seu ponto, ela repetiu sua queixa de outra forma, igualmente contraintuitiva para mim: “é porque nós somos amigas” [*nou zanmi*].

As duas se saudaram com demonstrações de afeto antes que Madame Lionel pedisse para ver a mercadoria trazida por Jaklin. Sempre chamando uma à outra de “comadre” [*komè*], Jaklin, encurralada por sua amiga, disse que as bananas não eram dela, estava vendendo para um vizinho. Essa mentira não era inverossímil, de fato era algo comum na vizinhança que as pessoas vendessem aquilo que pertencia a outra, o que se fazia como um favor, sem levar nenhum tipo de comissão – não remeter o dinheiro integral da venda ao(à) dono(a) original do produto seria considerado um roubo (exceto, é claro, se o próprio dono determinasse uma quantia que desejasse deixar com a intermediária, o que, nesse caso, seria compreendido como um presente). A própria Jaklin o fazia com alguma frequência, mas naquele dia calhou que a carga que ela trazia vinha da roça de seu próprio filho.

Madame Lionel examinou o lote trazido por Jaklin e ofereceu-lhe 210 dólares haitianos para levar tudo. Jaklin respondeu “comadre, você sabe que eu quero vendê-las para você, mas preciso consultar o dono antes”. Lá onde estava Madame Lionel havia vários outros sacos, que a comerciante já tinha adquirido ao longo da manhã. Jaklin deixou o seu saco junto aos outros (ambas distinguiam facilmente entre sacos que alguém desavisado confundiria) e saiu andando pelo mercado, como se estivesse rumando para consultar alguém. Ela esperou cerca de quarenta minutos antes de voltar, trazendo a notícia de que o suposto dono achara a oferta baixa demais, e pedira-lhe para não vender por menos que 250 dólares haitianos. Madame

Lionel disse “então você vai falar para ele que a banana não está vendendo assim, que você conseguiu vender por 230 e que ele deve ficar feliz, pois foi um ótimo negócio”. Ela tirou o dinheiro, e Jaklin não viu outra opção que não fosse aceitar. Sempre mantendo o bom humor, ela agradeceu sua comadre antes de pegar o dinheiro, dizendo com um jeito cúmplice que convenceria o dono a aceitar aqueles 230. Sua estimativa era que, caso tratasse com uma *madanm sara* desconhecida, ela chegaria pedindo 300 por aquela carga, e talvez conseguisse tirar até 270 dólares haitianos. Embora decepcionada, manteve sempre a *lizay* e um sorriso no rosto. Há que se manter as boas relações mesmo quando elas são desvantajosas, pois o dia de amanhã ninguém sabe.

Mutu na ngai e fanda bien

No Haiti, os termos *moun pa m*, *pratik*, *lizay*, expressam um universo comercial relacional, inseparável dos afetos. As formas das pessoas se conectarem umas às outras, a modos de vender, falar, negociar, confiar, investir, categorias e práticas mobilizadas na RDC também ajudam a observar a *économie de la débrouille* por um viés moral, afetivo e relacional. O acompanhamento e interação com duas pequenas comerciantes permitiram observar que ter pessoas e *fanda bien* (se relacionar bem) são dimensões necessárias não apenas para “vender bem”, como para viver em geral.

Ma Henriette é uma das trinta comerciantes que tem uma *mesa* (barraca, estande de madeira)¹² num mercado de vizinhança, *marché du pont*, que é bastante movimentado pela manhã, quando os pequenos produtores chegam para vender seus produtos. Ela vende diversas coisas, como feijão, amendoim, café, chá, leite em pó, cebola, alho, tomate, sabões, óleo vegetal e óleo de palma. Entre 7h e 9h da manhã, sua *mesa* fica lotada de clientes em volta, é necessário servi-los, fazer cálculos e dar o troco com rapidez para não ouvir reclamações. A partir de 10h-11h o movimento diminui e por volta de 12h ela começa a contar o dinheiro que conseguiu no dia. *Natekaki bien* (eu vendi bem) é uma frase que Ma H. fala quando consegue entre 150.000fc-180.000fc (aproximadamente US\$ 90-120) com a venda no mercado, dinheiro que é gerido e distribuído considerando: os produtos que acabaram e precisam ser repostos na barraca; as despesas diárias com a sua casa (comida e passagem para a escola das filhas e sobrinha); os *likelembas* dos quais participa ou os quais gere¹³; as dívidas com os seus fornecedores.

12 Sobre a noção de *mesiteros* cf. Rabossi, 2004.

13 O *likelembas* é uma forma de bancarização associativa, de crédito rotativo entre pessoas que se associam, pagando uma quantia de dinheiro por uma frequência determinada, e depois todo o dinheiro pago (em parcelas) é retornado à pessoa de uma só vez. Seu princípio é muito parecido ao do *sòl* descrito acima.

Uma das maiores preocupações no cotidiano da venda de Ma H. é preencher, como ela mesmo falou, o “vazio de sua barraca”. Dentre estas considerações para gerir o seu dinheiro, a prioridade era, portanto, gerir os tempos das suas dívidas com fornecedores de modo a adquirir mais produtos e garantir a sua *mesa* cheia novamente no dia seguinte. Para isso, ela tinha certas práticas nas transações, práticas comuns nas dinâmicas comerciais na RDC. Primeiro, frequentemente ela *zua* (pega) para *futa* (pagar) depois. Neste caso, ela não *somba* (compra) o produto, mas contrai um *niongo* (dívida). Ma H. marcou bem a diferença entre *zua* e *somba* certa vez quando lhe perguntei o que ela tinha comprado (*osombaki nini?*) em Mvuado¹⁴. – *Nasombaki eloko te* (eu não comprei nada), *nazuaki kaka* (eu só peguei). Pegar e pagar depois é central para vender, como disse Braudel o comerciante vive entre aqueles a quem deve dinheiro e entre os que lhe devem (1996 [1979]). Por isso, é também importante que ela possa negociar os tempos deste pagamento. Com alguns fornecedores, ela não pode ficar mais de uma semana sem pagar pelo menos uma parte do que ficou devendo. Por outro lado, com Ma Julie e Ma Renette, pessoas que ela diz serem *mutu na ye* (pessoa dela), o pagamento pode ser adiado. Em momentos de dificuldade, Ma H. conta com essas *peessoas suas*, pessoas que, como me falou, “entendem a minha situação mesmo se não tenho dinheiro para pagá-las”. As relações com Ma Julie e Ma Renette começaram através das transações comerciais. Foi a frequência dessas transações, a convivência e as conversas cotidianas que permitiram aos poucos uma construção de confiança mútua.

Ma Julie é uma das fornecedoras de óleo de palma de Ma H. Ela se dirige para *Mbinga*, agrupamento de sete vilarejos situados na floresta do Mayombe, toda semana para comprar galões de óleo de palma e revendê-los em Matadi. *Mbinga* é para Ma Julie um local para onde ela vai *luka mbongo* (procurar dinheiro), mas esta procura de dinheiro depende de várias pessoas, *peessoas dela*. Ao se movimentar, em Matadi, em Mbinga, ou no trajeto entre estas duas localidades, Ma J. pára a todo momento para falar com alguém, entregar dinheiro, pegar comida ou algo que será vendido. Já comentou comigo, ao perceber o meu cansaço de cumprimentar tanta gente nova, *naza mutu ebélé* (tenho muitas pessoas) e quando lhe perguntei como tinha tantas pessoas ou como conheceu esta ou aquela pessoa, ela me respondeu *nafandi bien*, que pode ser entendido neste caso como “me relaciono bem”.

Só é possível procurar dinheiro no seu vilarejo porque Ma J. tem *ndeko na ye* (são considerados os parentes com quem se tem uma relação consanguínea) e também *mutu na ye* (pessoas dela), com as quais ela conta para fazer seu comércio. No domingo, Ma J. recolhe as

14 *Mvuadu* é o maior local de compras de Matadi, ele concentra dois mercados (registrados formalmente) e fica próximo a outros dois – *wenze Makaku* e *wenze Lekopain*. Muitas das comerciantes do *wenze du pont* compravam seus produtos em *Mvuadu*.

dívidas de suas clientes para poder partir na madrugada de segunda para *Mbinga*. Uma vez no seu vilarejo, *Kay Mbinga*, ela *pesa* (dá) dinheiro a alguns homens, que ficam encarregados de *somba* (comprar) os galões com antecedência, antes do dia do mercado local, para evitar que Ma J. retorne a Matadi com pouco óleo. Como são os homens que atuam diretamente na produção de óleo de palma¹⁵, Ma J. confia o seu dinheiro a alguns deles. Pa Dani, por exemplo, rapaz de *Kay Mbinga* que ela conhece desde pequena, pegou o dinheiro equivalente a cinco galões. Sabia que x, y e z tinham produzido óleo naquela semana e no meio da noite de segunda foi até suas casas tentar comprar galões para Ma J. Por vezes, ela lhe dá 1000fc ou 2000fc (entre 0,50 e 1 dólar). Quando ela está em *Mbinga*, dormindo na casa de sua tia, pode acontecer de reservar um prato da comida para a casa de Pa Dani, embora nem sempre o faça. Além disso, quando estava com o irmão doente, hospitalizado em Matadi, Pa Dani chegou a casa de Ma J. sem nenhum dinheiro e sem ter onde dormir. Ficou lá uma noite, comeu e depois Ma J. conseguiu um lugar para ele ficar na casa de uma conhecida. Pa Dani é uma das pessoas centrais para Ma J. manter esta relação de *luka mbongo* (procurar dinheiro) em seu vilarejo. Nesta procura, ela também ver seus parentes, seu irmão, tios e primos.¹⁶

Na época da seca, entre maio e setembro, é bem difícil conseguir comprar muitos galões de óleo de palma em *Mbinga*. Chove pouco, há menos grãos nas palmeiras para produzir, o preço aumenta. Também tem ocorrido que alguns moradores de *Mbinga*, produtores de óleo de palma, preferem acumular vários galões para eles mesmos venderem em Kinshasa. Isso tem motivado Ma J. a buscar outras frentes para procurar dinheiro. Passou a alugar uma terra num vilarejo a duas horas de Matadi, Mvunda, através de um vizinho que tinha contatos por lá. Diferente de *Mbinga*, não era um local onde ela tinha família e pessoas. Na primeira vez que foi para plantar, dormiu na casa dos proprietários da terra alugada. Na segunda vez, a casa não estava mais disponível. Ma J. passou a conhecer Ma Tania, que morava numa pequena casa de barro com seus pais e seu filho. A partir desta aproximação, Ma J. passou a dormir em sua casa quando precisava passar uma noite ou outra em Mvunda. Quando estávamos em Mvunda, perguntei a Ma J. como conheceu Ma Tania e passou a dormir na casa dela:

15 Deve ser sublinhado que as mulheres participam também da produção, seja catando os grãos que caem da árvore, seja cozinhando e levando a comida para o local onde fica a *wax* – grande instrumento de madeira utilizado na produção de óleo de palma.

16 Ma J. nunca deixa dinheiro com seu irmão para ele comprar os galões, porque *alia nioso* (“come tudo”, com o sentido negativo de gastar, gastar o dinheiro do outro). O do verbo *kolia* (na muitas vezes é usado com referência ao ato de comer) combinado ao dinheiro (“comer dinheiro”) no Lingala tem o sentido de gastar dinheiro, pode ser usado sem uma dimensão moral, remetendo ao ato de usar o dinheiro, mas em diversas ocasiões dizia respeito a alguém que gastou de maneira irresponsável o próprio dinheiro ou o dinheiro de outra pessoa.

- “*Tomesanaki* [nós nos habituamos uma a outra]. *Rosa, ngai nayebi fanda* [Rosa, eu sei me relacionar; ou morar bem junto; dividir]. *Net naye, nakolamba biloko* [veja, eu vou preparar comida], *nakopesa batu sucre mukie* [eu vou dar um pouco de açúcar para as pessoas], *tofanda bien* [a gente se dá bem]. (...) *Nafanda bien na mutu nioso* [eu me relaciono bem com qualquer um; ou eu “moro bem na casa dos outros”], *il faut koyeba comportement ya batu* [é preciso conhecer o comportamento das pessoas]”.

Fanda tem vários significados no lingala: no sentido de morar, *ofandi wapi?* (Onde você mora); *fanda nayo*, usado em discussão, um cala boca, não enche; *afanda naye*, pra dizer quando a pessoa se acomoda, uma comerciante utilizou para se referir à moça que não lhe pagou: *afanda naye, azofuta te* (ela se “acomodou”, “fica sentada”, ela não paga); *fanda na ndako*, no sentido de descansar em casa, em oposição ao vender ou ao trabalhar, repousar; *fanda*, no sentido de sentar, *fanda na kiti* (senta na cadeira). O *fanda bien* é utilizado com uma dimensão moral de avaliar se a pessoa se relaciona bem. É uma expressão frequentemente falada, e algumas vezes que escutei havia uma relação com a casa. X *afanda bien*, disse Ma J. para falar de um jovem que morava em sua casa, filho de um *ndeko naye* (parente dela), explicando que ele ajudava nas tarefas da casa, compartilhava a comida ou dinheiro quando conseguia, ajudava Ma J. no comércio. Era muito diferente de outro jovem que também morava em sua casa, quem Ma J. reclamava constantemente, dizendo *azofanda bien te*, e comentava que ele não dividia a comida, não ajudava com as crianças. *Fanda bien* tem um sentido de saber se relacionar bem com os outros, mas essa avaliação – se alguém se relaciona bem ou não - remete ao saber dividir, saber compartilhar comida e espaços (a casa, a vizinhança, o vilarejo).

Fanda bien tem, assim, uma conotação moral, implica num julgamento sobre quem sabe se relacionar, embora também seja utilizado para se referir à própria relação com alguém *tofandi bien* (a gente se dá bem, se relaciona bem). Pela descrição do que significa *fanda bien* e as maneiras como é utilizado, ele também poderia se aproximar de um “saber morar junto” ou “morar bem junto”. Entretanto, ele não diz respeito apenas às pessoas com quem se mora cotidianamente. Ma J. dizia que ela tinha muitas pessoas porque *fanda bien*. Em *Mbinga* e em *Mvunda*, ela explicou que as pessoas a recebiam em suas casas, como sua tia e Ma Tania, porque ela sabia *fanda bien*, sempre levava um pouco de sal, café, açúcar, cozinhava, dividia a comida, dava um prato para as casas com quem se tem relações de proximidade. *Fanda bien* é, assim, uma prática necessária para *luka mbongo* [procurar dinheiro], para ter e manter pessoas, que garantem a continuidade na venda e a abertura de novas frentes de investimento, como foi a nova empreitada de plantar em Mvunda, local onde Ma J. não tinha relações de proximidade.

Outros olhares para a “economia popular”

A expressão *luka mbongo* [procurar dinheiro], falada por Ma J. com frequência, poderia ser pensada relacionada à expressão bastante usada no Haiti de *chèche lavi*, a busca pela vida. Apesar de os termos *mbongo* “dinheiro” e *lavi* “vida” serem bem diferentes, o primeiro parecendo remeter a algo mais concreto e menos difuso que o segundo, ambos remetem a um horizonte que não se espera parado. Na RDC, não era raro escutar críticas das pessoas aos parentes, vizinhos ou amigos que ficavam sentados, acomodados (*azo fanda naye*) e não “procuravam”, “buscavam” (*azoluka te*). Ou seja, estas expressões explicitam a centralidade de estar em movimento, atrás de caminhos e meios, que não são possíveis de traçar sozinhos – a busca por dinheiro, é também um processo de buscar pessoas, relações, construir afetos, confiança, desfazer e refazer laços. É correr atrás da vida – como explicita a expressão haitiana, deixar de correr é esperar a morte, tanto a sua própria quanto das pessoas que dependem de você. A análise da noção de pessoa *Tswana* na África do Sul de John e Jean Comaroff remete igualmente a necessidade de movimento do “self” para evitar a morte: “Here, then, is the first principle of contemporary Tswana personhood: it referred not to a state of being but to a state of becoming. No living self could be static. Stasis meant social death” (2001:271).

O comércio no Haiti e na RDC pode ser analisado a partir deste processo de correr atrás da vida, de dinheiro e de pessoas. As categorias discutidas aqui possibilitam aproximações e diferenciações que ajudam a trazer para a literatura sobre economia popular a ideia de pessoa, as maneiras de se estar conectado com o outro (ou a outros) e o vocabulário local sobre estas conexões.¹⁷ Do mesmo modo, coloca a centralidade das trocas comerciais para a composição das pessoas permitindo dialogar com a antropologia da casa e do *relatedness*. A aproximação de tais termos mobilizados no Haiti e na RDC remetem a um exercício constante de composição e singularização da pessoa interdependente dos contextos e de uma avaliação moral.

“Ter pessoas”, como disse Ma J. *naza mutu ebélé* (tenho muitas pessoas), é condição necessária para este processo de busca. Embora tenhamos encontrado expressões equivalentes no crioulo haitiano e no lingala (*mutu na ngai/moun pa m*) que indicam a ideia de ter pessoas, pessoa minha, seus usos e relações com outras categorias se distinguem. No Haiti rural, categorias como *kliyan*, *pratik*, *zanmi* e *patnè* [“amigo/a” e “parceiro/a”, ambas palavras

17 Percebe-se que até aqui avançamos mais no sentido de fazer aproximações do que de identificar diferenças, pois foram as semelhanças entre as pesquisas realizadas em contextos tão diferentes como a RDC e o Haiti que se tornaram a fonte original do fascínio por este exercício de dialogar as nossas pesquisas. Apostamos que, continuando o diálogo, surgirão também contrastes etnográficos que deverão ser objeto de reflexão.

que, no contexto do comércio, também nomeiam modalidades de parceria um-a-um, sendo por vezes usadas de forma intercambiável com *klyian*], trazem essa dimensão relacional e de reciprocidade, assim como *mutu na ngai* na RDC. Não se pode ser *kliyan* sozinho, da mesma forma que as pessoas são umas das outras e quando se diz que alguém é sua pessoa, é indicar que você também é da outra pessoa, ou explicitar esta reciprocidade como uma forma de negociação. Os termos indicam a relação de duas singularidades interdependentes.

Mas ter muitas pessoas depende de experiências no comércio, habilidades, comportamentos, práticas com relação ao próximo, seja na casa ou no mercado. Ter *lizay* no Haiti é algo importante para reproduzir e manter as relações de *klyian*, assim como, não se tem ou mantem as suas pessoas na RDC se você não *fanda bien*. *Lizay* e *fanda bien* remetem a uma capacidade, habilidade, a um saber, que se expressa nas formas como cada pessoa se coloca frente aos outros. Diferente de *kliyan* e *mutu na ngai*, são termos que não remetem necessariamente a relação entre duas pessoas, mas a forma de se comportar com relação ao outro ou aos outros. Os usos de tais termos estão mais associados a uma avaliação moral sobre alguém, que é fundamental para criar laços.

As noções mencionadas até aqui dizem respeito ao imperativo das relações para se fazer comércio. Elas podem enfatizar a “qualidade” daquela relação, e o que implica esta “qualidade”, ou também ser um qualitativo da capacidade da pessoa de se relacionar. Elas remetem à co-participação das pessoas umas nas vidas das outras e uma manifestação disso, talvez a mais exemplar por desfazer totalmente a individualidade, que aparece tanto no Haiti quanto na RDC, são as expressões que indicam o “ser um só”. No Haiti, ela aparece quase como uma saudação “nós somos a mesma pessoa” (*se menm moun nou ye*) e pode ser utilizada como uma forma de acolher: “fique à vontade, sinta-se em casa, nós somos a mesma pessoa”. Na RDC, Ma Julie, por exemplo, falou *tokomi mutu moko* (nos tornamos um) e *toza mutu moko* (nós somos um só) para explicar as relações e a vida coletiva no seu vilarejo de origem.

Referências bibliográficas

AGIER, M. 1983. *Commerce et sociabilité. Les négociations soudanais du quartier Zongo de Lomé*, Paris: Éd. de L'Orstom.

AYIMPAM, S. 2014. *Economie de la débrouille à Kinshasa: informalité, commerce et réseaux sociaux*, Paris: Éditions Karthala.

BOHANNAN, Paul & DALTON, George. 1962. *Markets in Africa*. Evanston: Northwestern University Press.

BRAUDEL, Fernand. 1996 [1979]. *Civilização Material, Economia e Capitalismo Séculos XV-XVIII*. (Vol.2 – O Jogo das Trocas). São Paulo: Martins Fontes. (Capítulo 1: Os instrumentos das trocas).

BRAUM, PEDRO. 2014. *Ratpakaka: política, desenvolvimento e violência no coração de Porto Príncipe*. Tese de Doutorado em Antropologia Social, Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

BULAMAH, R. C. *Ruínas Circulares: Vida e História no norte do Haiti*. Tese de doutorado, Antropologia Social, Universidade Estadual de Campinas, 2018.

CARSTEN, Janet. 2000. 'Introduction: cultures of relatedness', in: Carsten, J. (ed). *Cultures of Relatedness: New Approaches to the Study of Kinship*. Cambridge, Cambridge University Press.

CARSTEN, Janet. 2004. *After Kinship*. Cambridge: Cambridge University Press.

CARSTEN, Janet & Stephen HUGH-JONES. 1995. "Introduction". Em: Carsten & Hugh-Jones (org.s) *About the house: Lévi-Strauss and beyond*. Cambridge University Press.

CLARK, Gracia. 1994. *Onions are my husband. Survival and Accumulation by West African Market Women*. Chicago, University of Chicago Press.

DALMASO, Flávia. 2014. *Kijan moun yo ye? As pessoas, as casas e as dinâmicas de familiaridade em Jacmel/Haiti*. Tese de doutorado, UFRJ, Museu Nacional.

De VILLERS, G. 2002. 'Introduction', in De Villers, G. Jewsiewicki, B. Monnier, L. (org.), *Manières de Vivre. Economie de la "débrouille" dans les villes du Congo/Zaire*, Paris: Institut Africain-CEDAF/L'Harmattan, 12-31.

FIOD, Ana. 2014. *Lougawou: feitiço, famílias e crianças em Siwvle*. Dissertação de mestrado defendida no PPGAS, Museu Nacional. Rio de Janeiro.

GARRIGUS, John D. 2006. *Before Haiti: Race and Citizenship in French Saint-Domingue*.

HART, Keith. 1973. "Informal income opportunities and urban employment in Ghana." *Journal of Modern African Studies* 11 (1): 61–89.

HIRATA, Daniel. 2014. "Street commerce as a 'problem' in the cities of Rio de Janeiro and São Paulo". *Vibrant*, V.11 (1): 96-117.

HULL, Elizabeth & Deborah James. 2012. "Introduction: Popular Economies in South Africa." *Africa* 82 (1): 1–20.

JAMES, Erica Caple. 2010. *Democratic Insecurities– Violence, Trauma, and Intervention in Haiti*. Berkeley: University of California Press.

McALISTER, Elizabeth. 2002. *Rara! Vodou, Power, and Performance in Haiti and its diaspora*.

MACGAFFEY, Janet. 1987, *Entrepreneurs and parasites. The struggle for indigenous capitalisin in Zaïre*. Cambridge: Cambridge University Press.

MACGAFFEY, Janet. 1991. *The real economy of Zaire: The Contribution of Smuggling and Other Unofficial Activities to National Wealth*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

MACGAFFEY, Janet. and BAZENGUISSA-GANGA, Rémy. 2000. *Congo-Paris: Transnational Traders on the Margins of the Law*. Bloomington: Indiana University Press.

MINTZ, Sidney. 1960. "A tentative typology of eight Haitian Marketplaces." *Revista de Ciências Sociais IV*(1): 15-58.

MINTZ, Sidney. 1961. "Pratik: Haitian Personal Economic Relationships", *Proceedings of the Annual Spring Meetings, American Ethnological Society*: 54-63.

MINTZ, Sidney. 1974. *Caribbean Transformations*. Chicago: Aldine Press, xxi, 355 pp.

MINTZ, Sidney. 1978. "Caribbean marketplaces and Caribbean history," *Nova Americana* (1): 333-44.

MINTZ, Sidney. 2010. *Three Ancient Colonies. Caribbean Themes and Variations*. Cambridge: Harvard University Press.

MITCHELL, Timothy. Society, Economy, and the State-Effect. In: Steinmetz (ed.), *State/Culture: State-Formation after the Cultural Turn*. Ithaca, NY and London: Cornell University Press, 1999.

MOTTA, Eugênia. 2014. 'Houses and economy in the favela', in *Vibrant – Virtual Brazilian Anthropology*, 11 (1), 118-158.

MURRAY, Gerald, Matthew McPHERSON & Tim SCHWARTZ. 1998, "Fading Frontier: An Anthropological Analysis of the Agroecology and Social Organization of the Haitian-Dominican Border." A report prepared for USAID/DR.

NEIBURG, Federico. 2016. "The true coin of their dreams." *HAU – Journal of Ethnographic Theory*.

RABOSSI, Fernando. 2004. *Nas ruas de Ciudad del Este: Vidas e vendas num mercado de fronteira*. 2004. xv, 318p. Tese (doutorado em Antropologia Social). Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

SCHILDKROUT, Enid. 2002 [1978]. 'Age and Gender in Hausa Society Socio-economic Roles of Children in Urban Kano'. *Childhood*. London, Thousand Oaks and New Delhi, 9(3): 344–368.

STRATHERN, Marilyn. 1988. *The Gender of the Gift: Problems with Women and Problems with Society in Melanesia*. Berkeley: University of California Press.

STRATHERN, M. (2012), 'Eating (and feeding)'. *The Cambridge Journal of Anthropology*, 30 (2), 1-14.

ULYSSE, Gina Athena. 2015. *Why Haiti Needs New Narratives: A Post-Quake Chronicle*.

WAGNER, Laura Rose. 2014. "Haiti is a Sliding Land; displacement, community and humanitarianism in post-earthquake Port-au-Prince." Tese de doutorado em Antropologia defendida na Universidade da Carolina do Norte.