



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DA
ECONOMIA, SOCIOLOGIA E POLÍTICA
(ILAESP)
DESENVOLVIMENTO RURAL E
SEGURANÇA ALIMENTAR**

**FEIRAS LIVRES E A COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS EM
GUINÉ-BISSAU: UM ESTUDO SOBRE O MERCADO DE CARACOL
(BISSAU)**

SUNCAR DABÓ

Foz do Iguaçu
2025



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DA
ECONOMIA, SOCIOLOGIA E POLÍTICA
(ILAESP)
DESENVOLVIMENTO RURAL E
SEGURANÇA ALIMENTAR**

**FEIRAS LIVRES E A COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS EM GUINÉ-
BISSAU: UM ESTUDO SOBRE O MERCADO DE CARACOL (BISSAU)**

SUNCAR DABÓ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar.

Foz do Iguaçu
2025

SUNCAR DABÓ

FEIRAS LIVRES E A COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS EM GUINÉ-BISSAU: UM ESTUDO SOBRE O MERCADO DE CARACOL (BISSAU)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Professor (Dr.) Valdemar João Wesz Junior
UNILA

Prof. Dr. Jefferson Tonin
UNILA

Prof. Dr. Patrícia dos Santos Pinheiro UNILA

Foz do Iguaçu, 11 de março de 2025

TERMO DE SUBMISSÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS

Nome completo do autor(a): Suncar Dabó

Curso: Bacharel em Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar

	Tipo de Documento
(.....) graduação	(.....) artigo
(.....) especialização	(X) trabalho de conclusão de curso
(.....) mestrado	(.....) monografia
(.....) doutorado	(.....) dissertação
	(.....) tese
	(.....) CD/DVD – obras audiovisuais
	(.....)

FEIRAS LIVRES E A COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS EM GUINÉ-BISSAU: UM ESTUDO SOBRE O MERCADO DE CARACOL (BISSAU)

Nome do orientador(a): Professor (Dr.) Valdemar João Wesz Junior

UNILA

Data da Defesa: 11/03/2025

Licença não-exclusiva de Distribuição

O referido autor(a):

a) Declara que o documento entregue é seu trabalho original, e que o detém o direito de conceder os direitos contidos nesta licença. Declara também que a entrega do documento não infringe, tanto quanto lhe é possível saber, os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade.

b) Se o documento entregue contém material do qual não detém os direitos de autor, declara que obteve autorização do detentor dos direitos de autor para conceder à UNILA – Universidade Federal da Integração Latino-Americana os direitos requeridos por esta licença, e que esse material cujos direitos são de terceiros está claramente identificado e reconhecido no texto ou conteúdo do documento entregue.

Se o documento entregue é baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não a Universidade Federal da Integração Latino-Americana, declara que cumpriu quaisquer obrigações exigidas pelo respectivo contrato ou acordo.

Na qualidade de titular dos direitos do conteúdo supracitado, o autor autoriza a Biblioteca Latino-Americana – BIUNILA a disponibilizar a obra gratuitamente e de acordo com a licença pública *Creative Commons Licença 3.0 Unported*.

Foz do Iguaçu, 2025

Suncar Dabó
Assinatura do Responsável

AGRADECIMENTO

A conclusão deste trabalho representa um marco significativo em minha trajetória acadêmica, e nada disso seria possível sem o apoio e a dedicação de muitas pessoas. Primeiramente, agradeço a Deus pela força e sabedoria ao longo desta caminhada. Aos meus familiares, pelo amor, paciência e incentivo incondicional nos momentos de desafios e conquistas.

Ao meu orientador Professor (Dr.) Valdemar João Wesz Junior pela dedicação, paciência e valiosos ensinamentos que contribuíram imensamente para a construção deste trabalho. Seu compromisso com o conhecimento foi essencial para meu crescimento acadêmico e profissional.

Aos colegas e amigos, que compartilharam esta jornada, seja trocando ideias, oferecendo apoio nos momentos difíceis ou simplesmente estando presentes. Sou grato(a) por cada conversa, incentivo e parceria ao longo dessa caminhada.

Agradeço também à Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA), pela estrutura e suporte fornecido para a realização deste estudo, bem como aos professores que, ao longo dos anos, contribuíram para minha formação.

Por fim, a todos que, de alguma forma, participaram desta conquista, meu sincero agradecimento.

Os nossos pais amam-nos porque somos seus filhos, é um fato inalterável. Nos momentos de sucesso, isso pode parecer irrelevante, mas nas ocasiões de fracasso, oferecem um consolo e uma segurança que não se encontram em qualquer outro lugar.

Bertrand Russell

RESUMO

Ao longo do tempo, os mercados agroalimentares passaram por substantivas transformações. Ainda que atualmente predominam mercados associados a cadeias globais de *commodities* controladas por empresas transnacionais, seguem existindo e resistindo circuitos de comercialização mais tradicionais, que são centrais para o abastecimento alimentar. O Mercado de Caracol é um local que apresenta estas características, funcionando como uma feira livre que ocorre no Bairro de Bandim, região central de Bissau, capital de Guiné-Bissau. Para tanto, o objetivo desta pesquisa foi descrever e analisar as características gerais deste mercado, com destaque à comercialização de produtos agroalimentares, compreendendo a sua importância e os seus desafios para os feirantes. Trata-se de um estudo qualitativo e exploratório que, além de revisão bibliográfica e documental, contou com a realização de oito entrevistas semiestruturadas na feira. Dada as limitações de tempo e recurso, e a dificuldade de fazer as entrevistas de modo remoto, elas foram conduzidas *in loco* com apoio de um colaborador local em janeiro e fevereiro de 2024. Os resultados indicam que o Mercado de Caracol surgiu no final da década de 1940 e funciona diariamente das 06 às 19 horas, sendo o maior mercado popular de produtos agroalimentares do país. No âmbito agroalimentar, ali são comercializados legumes, verduras, frutas, grãos básicos e temperos. Quanto à origem dos produtos, eles vêm tanto de agricultores que cultivam nos arredores de Bissau, sobretudo verduras, como são importados do Senegal, que por sua vez se abastece de produtos oriundos do Marrocos e da Gâmbia. Um elemento que merece destaque é a centralidade das mulheres no comércio de alimentos no Mercado de Caracol, localmente conhecidas como *bideiras*. Entre os desafios, os entrevistados comentam sobre a infraestrutura precária da feira e as condições sanitárias inadequadas, além das dificuldades de transporte para chegar até o mercado, o custo do espaço que se paga a municipalidade, as dificuldades na fronteira para importar os produtos diretamente e a redução dos compradores (derivado, principalmente, da instabilidade política que o país vem enfrentando). Não obstante estas problemáticas, é um espaço central para o abastecimento de alimentos da capital, além de ser a base de sustento da economia familiar de muitas *bideiras*.

Palavras-chave: mercados alimentares; feira; bideiras; Guiné-Bissau.

SUMMARY

Over time, agri-food markets have undergone substantial transformations. Although markets associated with global commodity chains and controlled by transnational corporations currently predominate, more traditional marketing circuits, which are central to the food supply, continue to exist and resist. The Caracol Market is a place that presents these characteristics, functioning as an open-air market that takes place in the Bandim neighbourhood, in the central region of Bissau, the capital of Guinea-Bissau. To this end, the objective of this research was to describe and analyse the general characteristics of this market, with emphasis on the marketing of agri-food products, understanding its importance and its challenges for market vendors. This is a qualitative and exploratory study that, in addition to a bibliographic and documentary review, included eight semi-structured interviews at the market. Given the time and resource limitations, and the difficulty of conducting the interviews remotely, they were conducted on-site with the support of a local collaborator in January and February 2024. The results indicate that the Caracol Market was founded in the late 1940s and is open daily from 6 am to 7 pm and is the largest popular market for agri-food products in the country. In the agri-food sector, vegetables, fruits, basic grains and spices are sold there. As for the origin of the products, they come both from farmers who grow crops in the outskirts of Bissau, especially vegetables, and are imported from Senegal, which in turn supplies itself with products from Morocco and Gambia. One element that deserves to be highlighted is the central role of women in the food trade at the Caracol Market, locally known as bideiras. Among the challenges, the interviewees commented on the precarious infrastructure of the market and the inadequate sanitary conditions, in addition to the difficulties of transportation to get to the market, the cost of the space paid to the municipality, the difficulties at the border to import products directly and the reduction in buyers (due mainly to the political instability that the country has been facing). Despite these problems, it is a central space for the capital's food supply, in addition to being the basis of the family economy of bideiras.

Keywords: food markets; market; bideiras; Guinea-Bissau.

RESUMEN

Con el tiempo, los mercados agroalimentarios han experimentado transformaciones sustanciales. Aunque en la actualidad predominan los mercados asociados a las cadenas globales de productos básicos y controlados por empresas transnacionales, los circuitos de comercialización más tradicionales, centrales para el abastecimiento de alimentos, siguen existiendo y resistiendo. El Mercado Caracol es un lugar que presenta estas características, funcionando como un mercado al aire libre que tiene lugar en el barrio de Bandim, región central de Bissau, capital de Guinea-Bissau. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación fue describir y analizar las características generales de este mercado, con énfasis en la comercialización de productos agroalimentarios, comprendiendo su importancia y sus desafíos para los vendedores del mercado. Se trata de un estudio cualitativo y exploratorio que, además de una revisión bibliográfica y documental, incluyó ocho entrevistas semiestructuradas en la feria. Dadas las limitaciones de tiempo y recursos, y la dificultad de realizar las entrevistas a distancia, estas se realizaron de manera presencial con el apoyo de un colaborador local en enero y febrero de 2024. Los resultados indican que el Mercado Caracol surgió a finales de la década de 1990. 1940 y está abierto diariamente de 6 a 19 horas, siendo el mercado popular de productos agroalimentarios más grande del país. En el sector agroalimentario se comercializan allí hortalizas, verduras, frutas, granos básicos y especias. En cuanto al origen de los productos, proceden de agricultores que cultivan cultivos en los alrededores de Bissau, especialmente hortalizas, y son importados de Senegal, que a su vez se abastece de productos de Marruecos y Gambia. Un elemento que merece ser destacado es la centralidad de las mujeres en el comercio de alimentos en el Mercado Caracol, conocidas localmente como bideiras. Entre los desafíos, los entrevistados comentaron la mala infraestructura de la feria y las inadecuadas condiciones sanitarias, además de las dificultades de transporte para llegar al mercado, el costo del espacio pagado al municipio, las dificultades en la frontera para importar los productos directamente y la reducción de compradores (debido principalmente a la inestabilidad política que viene enfrentando el país). A pesar de estos problemas, es un espacio central para el abastecimiento de alimentos de la capital, además de ser la base de la economía familiar de las bideiras.

Palabras clave: mercados de alimentos; justo; baberos; Guinea-Bissau.

RESUMO

Desde manga de tempo ku feras de kussas verdes (frutas ku kussas de horta) sta na sufri mudanças. Na dias de awós manga de feras suma kilis Ku tá yanda djunto Ku lumos garandes, é continua na tarbadja de manera antigo. Fera de caracol ku sta na bairro de bandé, na Bissau capital de Guiné Bissau e assim também. Pá kila ntensom dês tarbadjo e Papia de fera de caracol e konta kuma ku djintes tá bindi lá, inda bindidures de frutas ku kussas ku horta e kal ki canceras ke tá tene pá bindi e balur de cê bindi. Pá fassi é tarbadjo e djubido alguns documentos (livros e jornalis Ku papia de bideras e fera) e fassido també intirvista Ku 8 djintes de fera. Pabia de falta de tempo e dinheiro també ika permitino nó fassi intrivista pá internet Ku pui nó pidi presidente de associason de bideras pá e djudanu fassi intrivista lá na fera Ku acontece na missis de janero e fevrero de 2024. Resultados des tarbadjo tá mostra kuma fera de caracol kunsadu pá volta 1940 e Ita iabri tudo dia de 06hora de parmanha Ita bai até 19hora de dinote pá fitcha, e també e fera mas garante nunde ku frutas ku kussas de horta tá bindido na Guiné Bissau. Na ke Ku toca ku frutas Ita bindido (ananas, Mango,) e kussas de horta (alfas, djagatu.....). É Kussas ku tá bindido lá manga deles tá bim de reguadures de Bissau suma kussas de hortas, utrus kussas tá bim de interior de país e suma de utrus terras suma Senegal Ku tá ricibi tam se kussas de Marrocos e Gâmbia. Um kussa ku bali pena da atenson na fera de caracol e cuma maioria de bindidures e mindjeres ki nota tchomau bideras. Na kussas ku é fala Ita cansa eles na fassi se bida e falta de condison de fera, (quartinho, yagu, susudade), purblema de transporte pá tissi kussas de binde, dinheiro pá paga câmara municipal Ku tá cobra carro, purblema na fronteira pá tissi kussas de bindi. Memo Ku é purblemas tudo, fera de caracol ta consigui sustenta Bissau mpes assim suma Ita consui Tam djuda bideras na odja dinheiro de sustenta cê famílias.

Palavras-chabe: fera de frutas e kussas de horta ; feira; bideiras; Guiné-Bissau.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
CEDEAO	Comunidade Económica dos Estados da África Ocidental
CMB	Câmara Municipal de Bissau
IG	Indicação Geográfica
ILAESP	Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política
UNILA	Universidade Federal da Integração Latino-Americana
UNILAB	Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afrobrasileira
OEC	Observatório da Complexidade Económica
UNIOGBIS	Nações Unidas para a Consolidação da Paz na Guiné-Bissau

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. MERCADOS AGROALIMENTARES	17
2.1 MERCADOS E AGRICULTURA FAMILIAR	17
2.2 TIPOS DE CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DOS AGRICULTORES	19
3. GUINÉ-BISSAU: BREVE APRESENTAÇÃO	25
3.1 A BREVE CONTEXTO HISTÓRICO E ATUAL DO PAÍS	26
3.2 ESPAÇO RURAL NA GUINÉ-BISSAU	27
3.3 EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO	28
3.3.1 Os principais produtos exportados	28
3.3.2 Os principais produtos importados	31
4. MERCADO DE CARACOL - BISSAU (GUINÉ-BISSAU)	33
4.1 HISTÓRIA E CARACTERÍSTICAS DO MERCADO	34
4.3 IMPORTÂNCIA E DESAFIOS DO MERCADO	36
5. O PAPEL DAS “BIDERAS” NO MERCADO CARACOL	39
6. REFERÊNCIAS	47
7. ANEXOS	53

1. INTRODUÇÃO

A Guiné-Bissau é um dos países mais pobres e frágeis do mundo. Faz fronteira ao norte com o Senegal, ao sul com a Guiné, e sua costa atlântica é composta pelo arquipélago dos Bijagós, com cerca de 88 ilhas. Apesar de ser um país pequeno, com uma população de aproximadamente 1,9 milhão de pessoas, a Guiné-Bissau possui uma grande variedade de grupos étnicos, línguas e religiões. O país apresenta um histórico de fragilidade política e institucional desde sua independência de Portugal, em 1974. Desde a independência, foram registados quatro golpes de Estado e 17 tentativas de golpe. O crescimento econômico real manteve-se em 4,2%. Uma campanha de caju problemática impediu que a atividade econômica se expandisse mais em 2022. Consequentemente, estima-se que a pobreza tenha aumentado para 26,7% em 2023, em comparação com 26% em 2022, o que representa mais de 27 mil pessoas pobres adicionais, com base no limiar de pobreza internacional de 2,15 dólares em PPC de 2017 (Banco Mundial, 2024).

A África possui cerca de 30% das reservas minerais mundiais, 12% das reservas de petróleo e 8% das reservas de gás natural, sendo que a distribuição desses recursos varia significativamente entre os países africanos. Guiné-Bissau possui a maior proporção dessa riqueza natural per capita da África Ocidental, em termos de comparação com o continente africano como um todo, o que indica um potencial significativo para o desenvolvimento sustentável se esses recursos forem geridos de forma eficaz, sendo crucial para transformar essa riqueza natural em desenvolvimento econômico e melhoria das condições de vida da população. Não obstante, a pobreza permanece generalizada, com elevados níveis de desigualdade e crescentes disparidades entre áreas urbanas e rurais. Os indicadores de desenvolvimento humano estão entre os mais baixos do mundo, e o baixo acesso a serviços básicos contribui para a exclusão e marginalização (Banco Mundial, 2023).

A economia da Guiné-Bissau é impulsionada pela prática agrícola e pelo extrativismo nas zonas rurais. O sistema agrícola guineense ainda opera de maneira tradicional e sazonal. Com seu clima tropical e úmido caracterizado por duas estações distintas a estação seca que ocorre de dezembro a maio, com pouca ou nenhuma precipitação, durante esse período as temperaturas podem atingir máximas em torno de 35 °C. A

estação chuvosa vai de junho a novembro, marcada por chuvas intensas, dependendo da região. Nesse contexto, os agricultores cultivam principalmente arroz e caju, os dois principais cultivos do país. Durante esses períodos, eles trabalham conforme o clima e as culturas que melhor se adaptam às condições. No extrativismo, os habitantes das zonas rurais coletam diversos produtos, como baobá, palmitos, frutos de dendê, mariscos, entre outros (Bacar, 2008).

Bacar (2008) afirma que, quando se fala em desenvolvimento da produção agrícola no continente africano, não se pode comparar com outras regiões do mundo ou continentes, pois, na África, os agricultores dependem fortemente do clima para garantir uma produção de qualidade. Na Guiné-Bissau, em particular, as duas estações bem marcadas, a chuva e a seca, contudo os agricultores (mesmo com poucas políticas governamentais) tem implementado diversas estratégias para assegurar a disponibilidade de água para a agricultura e o consumo. Os agricultores adotam práticas como a, captação e armazenamento de água da chuva, construção diques e canais de drenagem para regiões costeiras que ajudam a controlar a salinização do solo, também é feita a rotação de cultura pois em sua maioria, os cultivos agroflorestais são resistentes a mudanças climáticas por serem nativas e em grande parte adaptadas ao ecossistema. Contudo é importante destacar que Guiné Bissau possui recursos hídricos abundantes, com numerosos rios e aquíferos acessíveis em grande parte do território, contudo somente 5% da população rural tem acesso a água potável e saneamento básico.

Por exemplo, na agricultura de subsistência, voltada para o autoconsumo e com prioridade para a produção de culturas alimentares, cultiva-se milho bacil (*Zea mays*), milho cavalo (*Sorghum bicolor*), milho preto (*Pennisetum typhoides*), arroz (*Oryza sativa*), mandioca (*Manihot esculenta*), feijão, entre outros. Esses cultivos dependem fortemente da estação chuvosa para irrigação, sendo a água um elemento fundamental para a reprodução dessas espécies. Já na agricultura camponesa, caracterizada tanto pela produção de culturas alimentares destinadas ao autoconsumo quanto por produtos de renda, cultiva-se, por exemplo, algodão (*Gossypium*), mancarra/amendoim (*Arachis hypogaea*) e cabaças que são mais resistentes a falta de água cotidiana. Nesta última modalidade, o agricultor busca

garantir a segurança alimentar da família e gerar rendimentos monetários por meio da comercialização dos excedentes e dos produtos de renda (Bacar, 2008, p. 12).

Para além das questões descritas a cima, os agricultores guineenses enfrentam dificuldades para comercializar os seus produtos, devido à falta de transporte adequado e à infraestrutura rodoviária precária, especialmente nas vias que ligam as zonas rurais às áreas urbanas. O que resulta na baixa venda de produtos, enquanto o restante é destinado à subsistência familiar ou dos vizinhos. Por isso, as vendedoras dos mercados da cidade, especialmente do Caracol, compram parte dos produtos industrializados países vizinhos, onde os produtos são acessíveis economicamente, variados e apresentam a qualidade desejável para revenda, tendo em vista o consumo da população gerando demanda por esses produtos. O acesso ao mercado do Caracol (Bissau) por sua vez, apesar disso favorece pequenos agricultores urbanos e das zonas rurais que conseguem transportar seus produtos, mesmo que em pequenas quantidades. Aqui vale ressaltar sobretudo as bideiras que é a protagonista neste movimento feirante (Bacar, 2008). A demanda crescente também impulsiona o avanço da agricultura local. Nesse contexto, o mercado desempenha um papel fundamental na economia do país, oferecendo emprego informal para pessoas sem renda fixa, como as mulheres *bideras*, que usam o mercado uma forma de sustento para si e suas famílias.

O objetivo deste trabalho é descrever e analisar as características gerais do mercado de Caracol (Bissau, Guiné-Bissau), com destaque para a comercialização de produtos agroalimentares, compreendendo a sua importância e os desafios enfrentados pelos feirantes. Pretende-se, como objetivos específicos: resgatar, de maneira breve, a discussão teórica sobre mercados agroalimentares e circuitos de comercialização; descrever a história e as características atuais do mercado de Caracol; mapear e identificar os produtos agroalimentares comercializados, bem como sua origem e os tipos de vendedores; identificar a importância e os desafios desse espaço de comercialização para os feirantes locais, com destaque para as *bideras*.

Embora já tenham sido mencionados produtos comercializados no mercado do Caracol, o presente trabalho terá como foco principal a venda de produtos agroalimentares, que incluem mercadorias provenientes de agricultores familiares

guineenses, além de produtos agroalimentares, industrializados importados, para além destes vales enfatizar os artigos de vestuário que também se encontra no local. Portanto a escolha desse mercado para a realização deste estudo deve-se à minha vivência e ao contato direto que tive com ele. Além disso, fui motivada pelo fato de minha mãe ter sido *bidera* e isso me gerou interesse em entender de onde provêm os produtos agroalimentares já que não somos uma família agricultora. Mesmo conhecendo a realidade do país, que muitas vezes não favorece a vida das *bideras* sobretudo dos agricultores, essas pessoas e grande parte mulheres, resistem e criam alternativas aos desafios impostos.

Para a realização deste trabalho, foi conduzida uma revisão bibliográfica, analisando bancos de dados internacionais, publicações de organizações não governamentais, artigos acadêmicos, livros, revistas, jornais e mapas. Além disso, foram entrevistadas pessoas consideradas essenciais para o desenvolvimento da pesquisa. A pesquisa de campo teve início no final de 2023 e foi concluída no início do ano seguinte. Os questionários foram aplicados de forma online por meio de um conhecido residente no país, que utilizou métodos como WhatsApp e câmera de celular para captar o áudio e enviar os materiais completos para transcrição. No total, foram entrevistadas oito pessoas, sendo um deles é o presidente da associação dos comerciantes do mercado de Caracol, um vendedor de produtos importados e seis mulheres *bideras* que comercializam no mercado. Em anexo encontra-se o roteiro de entrevista.

Além desta introdução e das considerações finais, o trabalho está estruturado em quatro capítulos. O primeiro aborda sobre os mercados agroalimentares e tipos de canais de comercialização dos agricultores familiares, enquanto o segundo capítulo faz uma breve apresentação do país (Guiné-Bissau), incluindo a contextualização histórica e, também dará a ênfase a importação e exportação. O capítulo seguinte abordar o mercado de Caracol, desde as suas características, os produtos agroalimentares comercializados e a sua origem, papel dos comerciantes e a importância e os desafios do mercado. Por fim, o foco recai sobre o papel fundamental das *bideras* no mercado de Caracol.

2. MERCADOS AGROALIMENTARES

Este capítulo apresenta uma breve revisão sobre a agricultura familiar, abordando suas características, importância e os desafios enfrentados nos mercados, com ênfase na comercialização como um dos principais pontos. Também discute de forma geral os mercados agroalimentares e os mercados voltados para a agricultura familiar, destacando as características das cadeias curtas, longas e dos mercados alternativos. Por fim, realiza-se uma análise abrangente sobre todos os tipos de mercados agroalimentares e as feiras livres.

2.1 MERCADOS E AGRICULTURA FAMILIAR

Para Ferreira et al. (2016), o mercado é definido como um local ou espaço de troca de bens e serviços. Desde os primórdios, os seres humanos vêm modificando suas formas de troca e buscando locais para escoar seus produtos e adquirir bens. Atualmente, embora as trocas não tenham mudado significativamente, elas se intensificaram com a introdução de diferentes tipos de moedas e mercados. Assim, surgiu o mercado alternativo de comercialização, com o objetivo de beneficiar agricultores, muitas vezes de baixa renda que não têm acesso às políticas públicas de comercialização e enfrentam dificuldades para alcançar os grandes centros comerciais. O mercado alternativo, por sua vez, facilita a diversificação de produtos ofertados, que em sua maioria são orgânicos, saudáveis e produzidos com manejo sustentável do solo. A aquisição desses produtos pelos consumidores baseia-se nos circuitos curtos de comercialização, o que difere do modelo padronizado do mercado convencional, facilitando o acesso de pessoas com poucos recursos financeiros e promovendo a manutenção das relações sociais entre vendedores e consumidores.

Segundo Schneider (2016), o mercado é compreendido como algo singular devido a dois fenômenos sociais a ele associados: a concorrência/competição e o sistema de preços correspondente. De modo geral, o mercado é um ambiente onde pessoas oferecem determinados bens ou produtos com o objetivo de atingir um público específico, os consumidores. Schneider afirma ainda que o fator que torna a disputa de mercado mais ou menos favorável para o consumidor é o preço baixo, que aumenta a competitividade e, conseqüentemente, o poder do mercado. Diante disso, ele

ressaltou três formas de entender o que é o mercado em geral: a) o mercado como *locus*, um espaço físico definido onde ocorrem trocas materiais de produtos e mercadorias; b) o mercado como princípio ordenador da sociedade e da economia, tal como funciona no capitalismo; e c) o mercado como uma construção social, resultante de processos de interação entre agentes que trocam e negociam por diferentes motivos, sejam eles econômicos, sociais ou culturais. Nesse sentido, os mercados deixam de ser apenas espaços de trocas de produtos e mercadorias, passando a incluir também a troca do próprio trabalho humano, originando assim o mercado de trabalho.

Maluf (2004), ao abordar os mercados agroalimentares, destaca que as novas tendências de padronização e as mudanças nos hábitos alimentares observadas nos mercados atuais nos levam a refletir sobre como os agentes econômicos da agroindústria conseguem concentrar a produção de matéria-prima para a fabricação em larga escala de alimentos com diferentes produtos finais, como, por exemplo, o milho. A partir do milho, é possível obter diversos tipos de produtos, tanto alimentícios quanto não alimentícios. A consequência disso para a agricultura familiar é o comprometimento da diversificação dos cultivos e do acesso a diferentes tipos de mercados agroalimentares. Esse processo limita os circuitos de produção e não considera a questão da espacialidade, nem se preocupa com a regionalidade.

Por outro lado, a construção de mercados agroalimentares exige muita atenção para sua funcionalidade, considerando o tipo de produto, a qualidade e o circuito percorrido até o destino final. Por isso, esse tipo de mercado vem ganhando maior visibilidade. Além disso, a valorização de produtos com atributos diferenciados de qualidade cria oportunidades de mercado, muitas das quais são acessíveis a agricultores de pequeno e médio porte. Essas novas oportunidades incluem desde a inserção desses agricultores em mercados de nicho nacionais e internacionais, como ocorre com produtos artesanais, com denominação de origem e orgânicos, até o fortalecimento dos circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos, conforme discutido adiante (Maluf, 2004, p. 304).

As cadeias curtas se organizam com base na relação de proximidade entre produtor e consumidor. Elas não se preocupam tanto com valores monetários ou financeiros,

mas sim com questões de proximidade, espacialidade e localidade geográfica. Buscando preservar os significados simbólicos das culturas e identidades étnicas. Ou seja, “reduzem a intermediação, permitindo que os consumidores conheçam a veracidade dos produtos e estabeleçam relações sociais com os produtores, promovendo um modelo de comercialização *face a face*” (Schneider et al., 2015).

2.2 TIPOS DE CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES

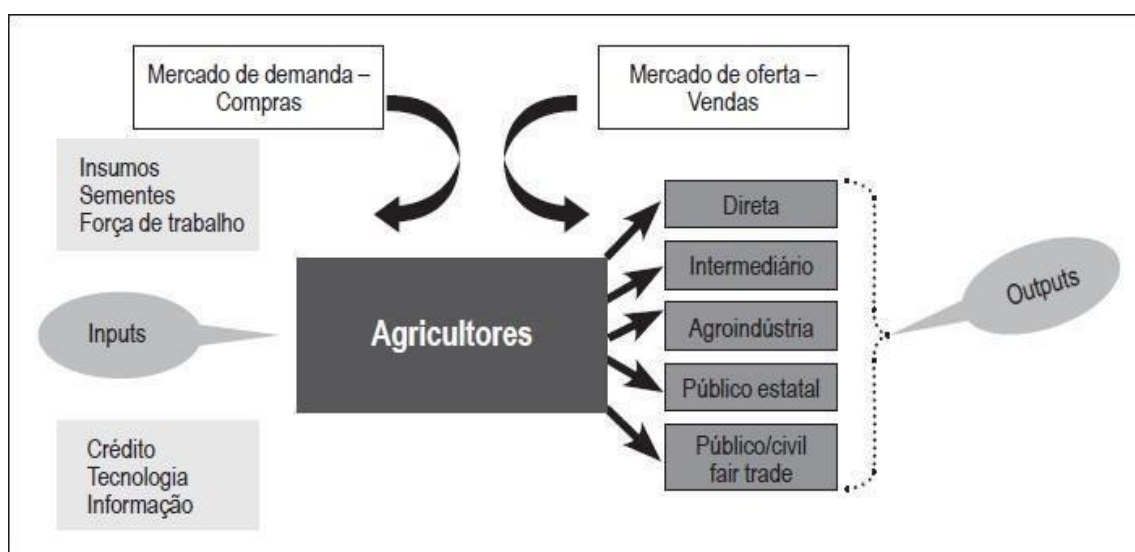
Para o Schneider (2016), é extremamente importante que os agricultores familiares disponham de um canal ou meio adequado para comercializar seus produtos. Como se trata de um trabalho de cunho familiar, que exige constante manutenção das plantações, é fundamental que esses agricultores tenham formas eficientes de expor suas colheitas, que, geralmente, são produzidas em grande quantidade. Quando há poucos mercados disponíveis, os agricultores acabam perdendo um valor significativo, que poderia ser usado na manutenção do cultivo ou na geração de renda para suas famílias. Geralmente, os agricultores familiares utilizam feiras, vendas diretas para vizinhos (consumidores), donos de restaurantes, intermediários, cooperativas e o próprio governo como meios de escoamento. Entretanto, com o avanço da tecnologia, alguns produtores familiares estão utilizando ferramentas digitais para comercializar seus produtos, como *WhatsApp*, *Facebook*, entre outros.

De modo geral, a análise dos mercados e suas relações com os agricultores familiares privilegia o enfoque na oferta, considerando os casos em que os resultados da produção são comercializados ou trocados, especialmente para aqueles que não produzem apenas para o autoconsumo (Schneider, 2016). Existem diferentes possibilidades de escoamento da produção: por meio de trocas diretas; vendas a intermediários ou atravessadores (também conhecidos no meio rural como “picaretas” ou “marreteiros”). Assim como descrito por Schneider, os intermediários desempenham um papel crucial na comercialização agrícola na Guiné-Bissau, dado que os pequenos produtores, muitas vezes, vendem sua produção para atravessadores, que revendem nas cidades ou exportam, como castanha de caju. No entanto, esses intermediários podem impor preços desvantajosos aos agricultores devido à falta de alternativas de comercialização direta. Já as vendas para

agroindústrias de integração (que, muitas vezes, também fornecem insumos) é um modelo ainda é pouco desenvolvido na Guiné Bissau. A maior parte da produção agrícola é escoada de forma não estruturada, sem um sistema formal de contratos ou fornecimento de insumos por parte de grandes empresas. Em relação às vendas para mercados governamentais, com objetivos como a formação de estoques, o governo guineense tem iniciativas para apoiar a agricultura, mas a formação de estoques reguladores e políticas de compra direta de pequenos agricultores ainda são limitadas.

O setor agrícola enfrenta dificuldades estruturais, como infraestrutura precária, dificuldades logísticas e falta de investimentos públicos. Por fim, vendas para mercados de comércio justo (*fair trade*), que impõem exigências específicas quanto à natureza dos produtos ou ao modo de produção. Alguns produtos agrícolas guineenses, como a castanha de caju e o amendoim, poderiam se beneficiar de certificações de comércio justo. No entanto, o acesso dos agricultores locais a esse tipo de mercado ainda é restrito devido à falta de organização cooperativa e dificuldades em atender às exigências internacionais de qualidade e rastreabilidade. Na figura a seguir, o autor apresenta um dos meios de escoamento que os agricultores familiares utilizam para comercializar seus produtos, evidenciando como a relação entre oferta e demanda facilita tanto a produção quanto a aquisição de alimentos pela população em geral.

Quadro 1 – Canais de comercialização dos agricultores familiares



Fonte: Schneider (2016).

Para Deggerone (2022), os fluxos de produção e comercialização levaram os agricultores familiares à necessidade de se inserir em diferentes meios e circuitos de venda. Essas vendas podem ocorrer por vias diretas, indiretas ou por meio de contratos de integração com agroindústrias. Nesse sentido, a autora enfatiza os canais de comercialização como ferramentas que medem as relações entre agricultores e compradores de produtos, bens e mercadorias. Esses canais são formados por agentes e instituições que compartilham a finalidade de agregar valor e tornar produtos e serviços mais acessíveis e disponíveis para os consumidores. De forma geral, os canais de comercialização podem assumir diferentes formatos, variando de acordo com os tipos de produtos agroalimentares comercializados. Assim, esses canais podem oferecer meios de transporte adequados e sistemas de armazenamento eficientes, permitindo que os agricultores disponibilizem seus produtos nos pontos de venda, especialmente considerando que muitos não possuem meios próprios de deslocamento.

Nesse contexto, a autora, em diálogo com Kotler, classifica, por meio de sistemas numéricos, os agentes econômicos que participam da extensão dos canais de comercialização, organizando-os em níveis que variam de 0 a 3. Nível zero ou canal de distribuição direto, é nada mais que um canal que não possui intermediários, o processo de compra e venda é feito direto do produtor para o consumidor, por exemplo as feiras dos agricultores familiares. O Nível 1, é um canal tem um único intermediário, que pode ser um supermercado ou uma fruteira. O Nível 2, possui dois intermediários, um atacadista que pode ser um central de distribuição e um varejista. Por fim, o Nível 3, composto por três níveis intermediários que podem ser uma processadora de alimentos como cooperativas ou agroindústria, um varejista e um atacadista (Zenicleia, 2022).

2.3 AS FEIRAS LIVRES

Feiras livres dizem respeito a um mercado ao ar livre onde produtores, comerciantes e feirantes vendem alimentos frescos, como frutas, verduras, legumes, carnes, peixes, queijos, grãos, especiarias e outros produtos. Muitas feiras também oferecem roupas, artesanatos e utensílios domésticos. Ela é organizada

periodicamente (diária, semanal ou mensalmente) e costuma acontecer em ruas, praças ou espaços públicos, reunindo pequenos produtores e comerciantes. Além de ser um espaço de compra e venda, a feira livre tem uma forte função social e cultural, pois promove a interação entre consumidores e vendedores e fortalece a economia local Bonamichi (2013).

Para Bonamichi (2013), às feiras livres podem apresentar diversas configurações, mas geralmente se caracteriza como um lugar onde se vê um aglomerado de pessoas, também pode ser lugar para se socializar, conhecer novas pessoas, trocas de conhecimento e cultura. Visto que as feiras, muitas vezes, são lugares de comércios informais e móveis, elas transcendem a esfera comercial e passa a se organizar como um espaço de sociabilidade. Bonamichi afirmaram que a famosa tradição de “dia de feira” para algumas pessoas se torna dia de confraternização, tendo nesse lugar o seu dia de lazer e intensa sociabilidade. Portanto, para essas pessoas esse dia é carregado de um ritual de valores e símbolos afetivos devido as variedades de elementos populares cotidiano vista nesse ambiente.

Nas feiras livres, pode haver possibilidades de integração social, celebrando costumes e as forças instauradoras dentro de uma rotina exaustiva de trabalho, podendo inclusive haver diversas atividades parecidas ou igual a um festival. De acordo com Alexandro e Eduardo (2018), as feiras livres no Brasil remontam ao período colonial. Essas feiras desempenham um papel importante na sociedade, especialmente ao proporcionar aos consumidores a satisfação de comprar diretamente de quem produz os alimentos ou bens. Essa relação direta cria de forma geral uma “sensação de confiança”, pois elimina a necessidade de intermediários, fortalecendo o vínculo entre produtor e consumidor. As feiras livres têm relevância tanto na zona rural quanto nas áreas urbanas, transmitindo um sentimento de empoderamento. Elas permitem que os produtores comercializem seus produtos sem as exigências burocráticas e os padrões rígidos típicos de outros estabelecimentos, como os supermercados. Dessa forma, as feiras oferecem visibilidade aos pequenos produtores, criando um espaço essencial para o escoamento de suas colheitas e garantindo a oferta de alimentos frescos e de qualidade aos consumidores.

Para Alexandro e Eduardo (2018), as feiras livres podem ser classificadas conforme as regiões, o que influencia a comercialização, as estratégias de venda e as relações socioeconômicas. Quanto ao feirante, a frequência e a localização diferenciam os feirantes. Alguns vendem no mesmo local um dia por semana, enquanto outros circulam por diferentes cidades, geralmente comercializando produtos de terceiros. Há também o feirante fixo, que permanece no mesmo mercado e ponto de venda, vendendo produtos de terceiros, sendo conhecido como “atravessador” ou “mercadante”. Em relação ao tipo de feira, elas podem ser espaços destinados a agricultores familiares ou a atacadistas que abastecem áreas urbanas.

Na pesquisa de Alexandro e Eduardo (2018) entende-se que quando os produtos são vendidos exclusivamente por seus produtores, a feira pode ser denominada “feira urbana de abastecimento” ou “feira do produtor”. Já as “feiras de mercado” incluem intermediários na comercialização. No que se refere a técnica usada na produção, elas podem ser convencionais (vendem alimentos produzidos com técnicas tradicionais), agroecológicas ou orgânicas (comercializam produtos cultivados conforme normas ambientais, com certificação e gestão integrada da produção e venda, frequentemente associadas ao cooperativismo) e mistas (que dispõem tanto de produtos convencionais como agroecológicos/orgânicos). Além disso, de acordo com a região, as feiras são organizadas em áreas específicas para a venda de determinados produtos, como também variam o sistema de trocas. As feiras livres geralmente trabalham com vendas à vista e preços determinados pela concorrência (“preço que corre”). No entanto, há variações, como o escambo nas “feiras do troca-troca”, assim como é uma prática comum a “xepa”, quando, ao final da feira, os preços dos perecíveis caem devido à perda de qualidade, afirmam Alexandro e Eduardo (2018).

No caso do mercado de Caracol, pode-se classificar como uma feira livre, que tem como características principais na sua composição como feira mista devido a diversificação dos produtos, ele dispõe dos produtos convencionais como orgânicos e também dos industrializados. A feira de caracol fica no centro da cidade, essa localização fez dela uma feira livre fixa que funciona do domingo a domingo das 06 às 19 horas, o sistema de troca que existe em várias feiras livres, também se faz presente na feira de caracol como combinação de preço que vão colocar nos produtos.

Acontecem também um (xepa) no final da feira entre os vendedores, a hora da diminuição dos preços. Com os consumidores não existe a hora da (xepa) porque eles compram no momento que feira estiver mais cheia e os produtos em bom estado para consumo, então, os vendedores não dão desconto.

A feira livre é um lugar que sempre haverá a tradição e a cultura local, portanto, no mercado de caracol não é diferente, se encontram as culinárias típicas do país como (Futi, caldo de chabeu, caldo de mancara e caldo branco) e também cotam com diferentes tipos de refrescos natural como sorvetes e sucos de frutas nacional.

Foto 01 – Comidas típicas visto na feira livre de caracol



Fonte: Google imagem

3. GUINÉ-BISSAU: BREVE APRESENTAÇÃO

A Guiné-Bissau, oficialmente República da Guiné-Bissau, é um país localizado na costa ocidental da África. Faz fronteira ao norte com o Senegal e ao sul e oeste com o Oceano Atlântico, como mostra a figura 1 *Maps of World* (2012). Além do território continental, inclui cerca de oitenta ilhas que formam o Arquipélago dos Bijagós, separado do continente pelos canais dos rios Geba, Pedro Álvares, Bolama e Canhabaque. Sua capital é a cidade de Bissau, a moeda oficial é o franco CFA, e a língua oficial é o português. O país possui uma população de aproximadamente 1,9 milhão de habitantes (Banco Mundial, 2024).

Antiga colônia de Portugal desde o século XV, a Guiné-Bissau declarou sua independência em 24 de setembro de 1973, sendo oficialmente reconhecida pelo colonizador em 10 de setembro de 1974. Foi a primeira colônia portuguesa no continente africano a ter sua independência reconhecida por Portugal. A economia guineense depende fortemente da agricultura e da pesca, que juntas representam cerca de 62% do PIB. O país exporta peixe, mariscos, amendoim, sementes de palma e produtos das atividades extrativas florestais, além de ocupar o sexto lugar na produção mundial de castanha de caju. O arroz é o principal alimento e o cereal mais cultivado. O turismo também tem se tornado uma aposta crescente no país (Banco Mundial, 2024).

Figura 2 – Mapa de Guiné-Bissau



Fonte: Maps of world¹.

Guiné-Bissau, como já mencionado, tem um historial de fragilidade política e institucional desde a sua independência de Portugal. É um dos países do mundo com maior instabilidade política e mais propensos a golpes de Estado. Alguns progressos foram feitos com o antigo Presidente, José Mário Vaz, que foi o primeiro a completar o seu mandato desde a independência. Às eleições presidenciais de 2019 seguiu-se uma crise política que terminou em abril de 2020 com o reconhecimento, por parte da Comunidade Económica dos Estados África Ocidental (CEDEAO), de Umaro Sissoco Embaló como Presidente da República. Na sequência de uma crise política e da dissolução do Parlamento pelo Presidente Embaló em maio de 2022, realizaram-se eleições legislativas antecipadas em junho de 2023. Em dezembro de 2023, o

¹ Disponível em: <https://espanol.mapsofworld.com/amp/continentes/africa/guinea-bissau.html>. Acesso em: 24 out. 2024.

Parlamento foi dissolvido e encerrado na sequência de uma crise constitucional, tendo sido nomeado um governo de iniciativa presidencial (Banco Mundial, 2024).

3.2 ESPAÇO RURAL NA GUINÉ-BISSAU

Atualmente, 55% da população mundial vive em áreas urbanas, e até 2050, esse percentual deverá aumentar para 68% (ONU, 2022). Apesar disso, a África e a Ásia concentram quase 90% da população rural do mundo (UN, 2018). Embora esses dados sejam fornecidos pela ONU, não há consenso sobre o que caracteriza uma região rural. Conforme Ana da Silva (2023), alguns autores não definem o conceito de forma concreta, pois ele varia de país para país (Silva, 2023 apud Adedeji; Olaniyan, 2011; FAO, 2018). Entretanto, alguns critérios são comumente utilizados, como localização geográfica, densidade populacional, estatuto administrativo ou características das infraestruturas (Silva, 2023 apud Atchoarena; Sedel, 2004; CITE, 2016). A definição do que é rural está intimamente ligada ao local e às suas condições, abrangendo as dimensões social, econômica e ambiental da vida nesses habitats. Além disso, as zonas rurais são frequentemente definidas em contraposição às zonas urbanas, ou seja, pelo que não é urbano. Existem diversos tipos ou graus de ruralidade, o que torna a definição subjetiva, uma vez que também depende da situação social e econômica da população. Assim, a definição varia conforme o contexto social e cultural (FAO, 2018).

O delineamento das características do desenvolvimento rural na Guiné-Bissau é baseado nos dados do recenseamento nacional da população de 2009, que registou um total de 1.520.830 habitantes, dos quais 60,4% (918.581 habitantes) residem em áreas rurais, enquanto 39,6% (602.248 habitantes) vivem em centros urbanos. O território da Guiné-Bissau possui uma área de 36.125 km², com uma baixa densidade populacional de 34 habitantes por km² e uma taxa de crescimento populacional estimada em 2,5% ao ano. O mesmo documento aponta que a população urbana está concentrada principalmente na capital, Bissau, visto que dos 39,6% que representam a população urbana, 25% residem na cidade de Bissau (Indjai, 2014, p. 79).

Segundo Indjai (2014), não há uma definição clara sobre o que constitui o espaço rural na Guiné-Bissau, ou seja, não existe uma conceituação precisa que diferencie áreas rurais e urbanas, pois o país tem um modelo de ocupação do território onde muitas vilas e pequenas cidades mantêm características rurais, dificultando uma

separação rígida entre os dois espaços. No entanto, no que diz respeito às zonas rurais, a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) observa-se que os bancos de dados dos Serviços de Cadastro da Guiné-Bissau têm registros de cidadãos ou famílias de origem urbana que se deslocaram para áreas rurais com o objetivo de praticar agricultura, em busca de oportunidades agrícolas, um fenômeno que influencia a dinâmica produtiva no país.

A maior parte da população guineense vive em zonas rurais, cerca de 70% da população depende da agricultura, dedicando-se principalmente para o autoconsumo, com o cultivo de alimentos como arroz, mandioca, amendoim, milho, entre outros. Além disso, o país conta com pequenas comunidades agrícolas e pesqueiras, caracterizadas por infraestrutura básica e limitada, com deficiência em eletricidade, água potável, e serviços adequados de saúde e educação. Na Guiné-Bissau, ainda predominam habitações tradicionais, como as de palha, bambu e barro, enquanto as técnicas agrícolas permanecem rudimentares. A vida rural está fortemente conectada à natureza e marcada pelo respeito às tradições culturais e religiosas. A agricultura desempenha um papel crucial na economia do país, com grande parte da população dependendo tanto da agricultura quanto da pesca para sua subsistência.

3.3 EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO

3.3.1 Os principais produtos exportados

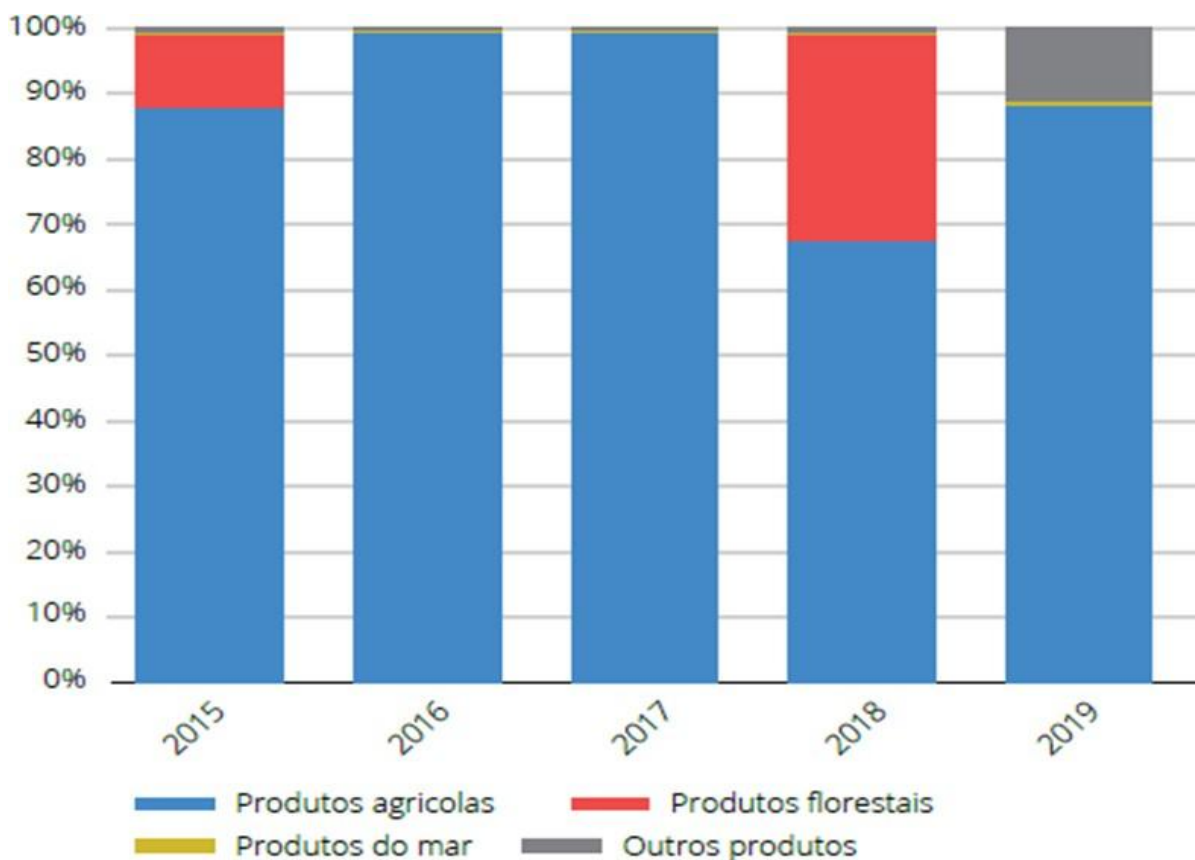
De acordo com dados da OEC (2024), as principais exportações da Guiné-Bissau em 2022 incluem castanha de caju (\$206 milhões), peixe congelado (\$11,7 milhões), óleo de peixe (\$606 mil), óleo de palma (\$509 mil) e frutas secas (\$369 mil). Os principais destinos dessas exportações são a Índia (\$203 milhões), Costa do Marfim (\$5,27 milhões), Togo (\$4,97 milhões), Holanda (\$2,85 milhões) e Coreia do Sul (\$1,16 milhões). Em 2022, a Guiné-Bissau exportou um total de \$221 milhões, ocupando a 184ª posição entre os maiores exportadores do mundo. Nos últimos cinco anos analisados, as exportações do país registaram uma queda de \$144 milhões, passando de \$365 milhões em 2017 para \$221 milhões em 2022.

O caju representa cerca de 98% do valor das exportações agrícolas da Guiné-Bissau. As flutuações nesse valor estão diretamente relacionadas ao preço do caju no principal país importador. Nos últimos trinta anos, a exportação de caju liderou as

exportações agrícolas, correspondendo, em média, a mais de 98% do valor dessas exportações entre 2015 e 2019. Os principais produtos florestais exportados pela Guiné-Bissau incluem, castanha de caju, produto florestal não madeireiro mais importante da economia guineense, principalmente exportado para a Índia. O óleo de palma extraído do dendê, é um recurso florestal amplamente utilizado na alimentação e indústria. Frutas secas podem incluir produtos como coco seco e outras frutas cultivadas em ecossistemas florestais. Outros produtos que geraram significativo valor de exportação em 2019 incluem amendoim, óleo de palma, sementes de gergelim e frutas o pescado participa pouco em relação aos outros. Os principais destinos desses produtos são países da África Ocidental, além de mercados da União Europeia (FAO; União Europeia; CIRAD, 2022).

No período colonial na Guiné-Bissau, o cultivo que dominava o mercado de exportação era Amendoim, mas após a independência houve queda na produção e na exportação do amendoim, ganhando destaque a castanha de caju (Catarino, L. et al., 2015). As flutuações no valor das exportações refletem o preço do caju na Índia (UNCTAD, 2021), que importou 97,6% do caju em 2020 (OEC, 2024). As sementes de sésamo e as frutas são apresentadas como alternativas para a diversificação das exportações, devido ao seu ritmo de crescimento, mas o valor dessas culturas representa apenas 1% do total das exportações. Assim, o país tende a se concentrar em uma única cultura de rendimento, a produção de caju, que afeta diversos aspectos da sociedade (FAO; União Europeia; CIRAD, 2022) (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Participação dos principais produtos em valor das exportações



Fonte: FAO; União Europeia; CIRAD, 2022.

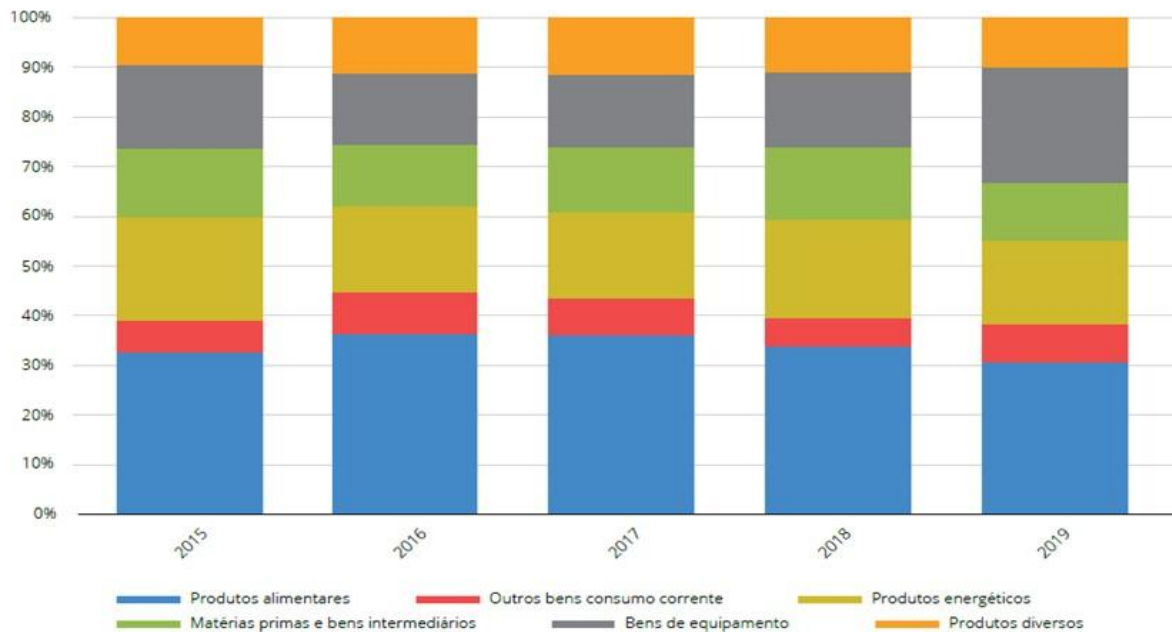
Segundo os dados apresentados acima, a agricultura da Guiné-Bissau enfrenta desafios significativos devido à sua forte dependência da produção e exportação da castanha de caju, que domina a economia agrícola do país. Esse modelo de monocultura reduz a diversificação dos cultivos, tornando a economia vulnerável às flutuações do mercado internacional e enfraquecendo o abastecimento interno de alimentos essenciais, como arroz, milho e mandioca. Como consequência, há um impacto negativo na segurança alimentar da população, que depende de importações para suprir suas necessidades básicas. Além disso, o foco excessivo no caju limita oportunidades para pequenos agricultores e reduz investimentos em outras cadeias produtivas, prejudicando o desenvolvimento sustentável e a estabilidade econômica do país.

3.3.2 Os principais produtos importados

Os principais produtos agroalimentares mais importados nos grupos dos vegetais inclui o arroz (com 4,37%, no total de 17,6 milhões de dólares), farinha de trigo (2,88%, 11,6 milhões de dólares), cebolas (0,69%, 2,8 milhões de dólares), batatas inglesa (0,24% no total de 959 mil dólares), maçãs e peras (0,14% no total de 549 mil dólares), legumes secas (0,12% no total 472 mil dólares), amendoim (0,080% no total de 323 mil dólares), (café 0,035% no total 142 mil dólares), uvas(0,011% no total de 46,2 mil dólares), vegetais congelados (0,013%), farinha de serial (0,029% no total de 116 mil dólares). Entre os subprodutos de origem animal e vegetal, está o óleo de soja (com 1,11%, no total de 4,49 milhões de dólares), margarina (0,36%, 1,46 milhões de dólares). Outros óleos vegetais compõem (0,11% que corresponde a 430 mil dólares), óleo de palmas (0,080 no total de 321 mil dólares), azeite puro (0,050% no total de 203 mil dólares) e óleo de sementes (0,075% no total de 303 mil dólares) (FAO; União Europeia; CIRAD, 2022).

Segundo dados da FAO, da União Europeia e do CIRAD (2022), mais de um terço das importações totais do país são alimentos (Gráfico 2), evidenciando uma crescente dependência de produtos alimentares importados. Entre 2015 e 2019, esses itens representaram, em média, 35,4% do total de mercadorias importadas. O arroz é o principal produto dessa pauta, correspondendo a 67% das 352 mil toneladas de alimentos importados em 2019 (50% do valor total de USD 90,5 milhões). A quantidade média anual de arroz importado foi de 138 mil toneladas, registrando um crescimento de 17% entre 1990 e 2019. Apesar de ser o produto mais importado em volume, seu valor aumentou apenas 1,4 vezes no período, indicando baixa variação de preço. Outros itens significativos incluem produtos agrícolas (12%), bebidas de origem agrícola (10%) e outros alimentos para consumo humano (7%). O que é classificado como “outros alimentos para consumo humano” aumentou 9,8 vezes em valor desde 2001, seguido por bebidas de origem agrícola (4,5 vezes) e outros produtos agrícolas (3,5 vezes). Esses dois últimos grupos são compostos majoritariamente por alimentos altamente processados, cuja importação cresceu consideravelmente nas últimas três décadas. No geral, o cenário revela uma tendência de aumento na importação de alimentos processados e uma alta dependência externa, especialmente de arroz, que domina em quantidade apesar da baixa variação no valor importado.

Gráfico 2 – Participação de alimentos no valor das importações



Fonte: FAO; União Europeia; CIRAD, 2022.

A consequência de produzir para exportar, principalmente quando se trata de uma única produção, os reflexos se veem na elevada taxa de importação. Guiné Bissau é um país que importa quase tudo que consome, desde produtos de limpeza até os alimentos mais essenciais para a sociedade. Quando se fala dos produtos indústrias agroalimentares que são vendidos no país, como arroz, óleo, farinha, açúcar e entre outros, eles são comercializados pelos empresários exportadores de castanha de caju, cuja finalidade é a compra e venda dos produtos mais essenciais para as pessoas, tendo grande efeitos sobre o mercado e o preço.

4. MERCADO DE CARACOL - BISSAU (GUINÉ-BISSAU)

Este capítulo tem como foco o mercado de Caracol, desde a sua história, as características e as sua importância, apontando quais são os produtos comercializados e a sua origem. Este texto tem como base as oito entrevistas realizadas no Mercado, sendo que seis são mulheres e dois homens. Essa quantidade desigual em termos de género se deve às práticas que são normalmente designadas como trabalho para mulheres, visto que elas acabam por ocupar a maior parte dos postos de venda do mercado.

Quadro 1 – Perfil dos entrevistados (as)

	Data da entrevista	Nome	Sexo	Idade	Bairro	Escolaridade	Função na feira	Tempo de serviço na feira	Produtos comerc.
1	08/01/2024	Malam	Masculino	46 anos	Bandim	Ensino médio completo	Presidente e vendedor	Não informado	Roupas
2	08/01/2024	Ludmila	Feminino	29	Cuntum Madina	Feminino	Vendedora	16 anos	legumes, frutos do mar e temperos.
3	15/01/2024	Pono Ntom N'chabé	Feminino	27 anos	Não informado	cursando administração pública	vendedora	3 anos	cenouras, tomates, pimenta verde, repolho, beterraba
4	24/01/2024	Mãe Fernando Sanha	Feminino	45 anos	Bissaque	Ensino médio completo	vendedora	9 anos	pepino, alface, tomate, limão
5	24/01/2024	Elvira Mario Nhaga	Feminino	39 anos	Cuntum Madina	Ensino médio completo	vendedora	9 anos	tomate, cenoura, repolho, pepino, salsa.
6	04/01/2024	Dinico Ângelo Té	Masculino	19 anos	Bandim	terminando ensino médio	vendedor	Não informado	arroz, óleo, caldo de galinha, etc.
7	04/01/2024	Solange Gomes da Fonseca	Feminino	26 anos	Jericó	ensino médio completo	vendedora	1 ano	repolho, tomate, cenoura, feijão verde, tomate cereja, limão, salsa, couve.
8		Nita N'di	feminino	38 anos	Bandim	10º ano	vendedora	2 anos	cenoura, tomate, repolho, alface, etc.

Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração própria.

4.1 HISTÓRIA E CARACTERÍSTICAS DO MERCADO

Nos finais dos anos 1940, os reinados (líderes) de Bôr e de Itim precisavam com urgência criar um plano que organizava a comercialização na capital Bissau. A ordem para esse feito foi dada pelo governo português que no então liderava o país. Eles ordenaram que os reis criassem pontos de comércio perto dos terminais rodoviários que podiam ligar outros três reinos, a de Bôr, Prabis e do Biombo. Primeiro fizeram os terminais rodoviários, que conseguia ligar esses três reinos. Fizeram o primeiro ponto para a comercialização dos produtos que vinham desses reinos, que foi no Alto Kirim, junto dos armazéns que tinham no local, e atualmente se encontra o supermercado Titina, ao lado da Assembleia Nacional Popular; o segundo ponto, foi criado entre reino de Bandim e a Chapa de Bissau, onde atualmente fica situado o mercado de Caracol; e o terceiro foi criada na avenida que ligava entrada de Bôr e de Bandim, essa avenida dava acesso aos estaleiros do Porto de Peralta (Santos, 2014).

A história do mercado de caracol é caracterizada pela sua rápida evolução e crescimento em termos de estabilidade estrutural e de proporcionar comércio livre aos cidadãos de Bissau. O mercado de Caracol está localizado no bairro de Bandim, um bairro que fica no meio da avenida principal do país, e ali também há uma feira de variedades onde se encontra de tudo, desde roupas, calçados, alimentos industrializados importados e produtos agrícolas. Portanto, o mercado de Caracol surgiu devido a uma obra de construção da estrada principal do país que divide o bairro e o mercado de Bandim ao meio. Sem saída, os comerciantes se vêm no direito de ocupar qualquer espaço próximo ao antigo mercado, dali ocuparam a frente de uma boate (Cabana) - neste local havia casas que possuíam varandas que davam para montar algumas mesas e espaços para comércio. O espaço começou a gerar aglomeração no entorno do local.

Nesse processo de construção e mudança do mercado, os comerciantes se vêm no direito de ocupar qualquer espaço perto do antigo, até mesmo onde havia um lixão céu aberto. O atual mercado de Caracol, nesse sentido, se vê inicialmente montado num antigo lixão do bairro próximo a estrada, espaço este que se modificou devido a aglomeração que acontecia nas ruas e com construção de casas. Então, os mais antigos comerciantes do mercado se juntaram numa reunião emergencial para escolher um representante que iria até o governo a fim de resolver a situação. Criaram uma associação e escolheram um presidente que foi ao governo encontrar solução

para acabar com o lixo que existia no local. Assim, a Câmara Municipal de Bissau (CMB) fez a retirada de todo resíduo, sendo que esse pedido foi atendido e hoje existe o mercado de Caracol nesse espaço (Malam, 2024).

De acordo com o jornal, todos esses mercados não foram planejados com uma planta de construção de mercado ou com um plano urbanístico, mas sim, surgiu de forma a resolver problemas existentes no momento e acabou ficando até hoje nessas regiões. A falta de planejamento do local atualmente está gerando outros problemas para quem trabalha ou frequenta o mercado, sofrendo com superlotação dos vendedores que ficam expondo seus produtos no chão e correndo risco de infecção nos alimentos. A superlotação também leva a acidente de viação devido a ocupação de alguns vendedores que ficam na calçada. Em suma, o Mercado de Caracol surgiu no final da década de 1940 e segue funcionando diariamente, das 06 às 19 horas. Segundo o presidente da Associação, “é o maior mercado popular de produtos agroalimentares do país, [...] que consegue proporcionar emprego e abastecer outros mercados dos bairros”.

De acordo com os dados da pesquisa e as informações obtidas pelos comerciantes do mercado de Caracol, no âmbito agroalimentar se comercializam legumes, verduras, frutas, grãos básicos e temperos, como mostra a imagem seguinte. Quanto à origem dos produtos, eles vêm tanto de agricultores que cultivam nos arredores de Bissau, sobretudo verduras, como são derivados do Senegal, que por sua vez se abastece de produtos oriundos do Marrocos e da Gâmbia. Para comprar os produtos importados, alguns vendedores viajam até lá e compram diretamente, outros tem algum parente ou conhecido que compra e manda por caminhões e também há quem compra de revendedores (o que tende a ampliar o seu preço).

Foto- 02 Imagens da comercialização de alimentos no Mercado de Caracol



Fonte: Pesquisa de campo.

4.2 IMPORTÂNCIA E DESAFIOS DO MERCADO

O mercado de Caracol na Guiné-Bissau é um importante espaço de comércio de produtos agroalimentares devido ao fluxo dos vendedores e compradores que frequentam o local diariamente. Segundo o relato das pessoas entrevistadas, acreditam que o mercado de Caracol é benéfico porque, ter um mercado daquela proporção no capital de um país como Guiné-Bissau, onde a vida socioeconômica e liberdade financeira é difícil de ser alcançada. A sua importância não se vê somente com os produtos agroalimentares comercializados, mas também com outros produtos vendidos em partes específicas do mercado, como: venda de água, sorvete, peixes, roupas, calçados etc.

Pode-se constatar também a importância do mercado de Caracol no que diz respeito a vida dos menos favorecidos na sociedade guineense. Ele é um mercado onde todos que possuem produtos para revender pode ser considerado um comerciante. Isso ajuda na economia local e na vida daqueles que precisam do

espaço para comercialização. Dadas as circunstâncias um dos entrevistados afirmam que:

Para mim, uma das vantagens do mercado de Caracol é saber que ele é maior do país e consegue proporcionar emprego e abastecer outros mercados dos bairros. Uma outra vantagem foi mudança na imagem do bairro, que era conhecido como um bairro bem violento e ocorrem diversos assaltos e roubos, com a presença do mercado melhorou muito a criminalidade local (Entrevista 1).

Para mim vender no mercado de caracol é sinônimo de empoderamento, o dinheiro que faço aqui consigo pagar a escola dos meus filhos, comprar roupas deles e levar comida para casa. Também como *Bidera* consigo conquistar a liberdade financeira e ter um pouco de dignidade entre outras mulheres Bideras (Entrevistada 2).

Nascida e criada no capital Bissau, vi de perto como a corrupção e conflitos políticos impede o desenvolvimento do país em vários setores. Na sociedade guineense, a corrupção é uma das armas que impedem o desenvolvimento e o bem-estar na sociedade, o país tem problemas governamentais devido a golpes de estados recorrentes e frequentes, impossibilitando a conclusão de vários projetos de desenvolvimento, como a construção e melhoria na funcionalidade do mercado.

Para os entrevistados, a instabilidade política acaba prejudicando os vendedores, especialmente quando não há um governo estável e ocorrem frequentes golpes de Estado. Nessas situações, todos os setores param de funcionar. Um exemplo são as *bideras*, que ficam com medo de ir trabalhar devido ao risco de conflitos ou retaliações entre as partes envolvidas. Outra questão política que incomoda estas vendedoras são as mudanças nas estruturas e na localização de seus pontos de venda. A cada novo governo, há tentativas de reorganizar o mercado com o objetivo de afastá-las das áreas próximas à pista ou às estradas. Esse processo muitas vezes é acompanhado pela presença de forças policiais para manter a ordem, pois as *bideras* resistem a abandonar os locais conquistados com grande dedicação e temem perder a clientela já acostumada a comprar nesses pontos.

Os dados da entrevista revelam que os vendedores enfrentam sérios problemas para permanecerem no local devido às condições insalubres. A falta de organização na estrutura do mercado é um dos principais desafios: as mesas são

construídas pelas próprias vendedoras, e aquelas que não têm recursos para isso acabam expondo seus produtos diretamente no chão. Além disso, o saneamento é precário, pois não há banheiros nem acesso a água para o funcionamento adequado do mercado.

Conforme Mendonça (2019), embora algumas melhorias tenham sido registradas no mercado de Caracol ao passar dos anos desde seu surgimento, as condições ainda são desafiadoras. Os próprios vendedores, em colaboração com funcionários da Câmara Municipal, removem o lixo diariamente do interior do mercado. Ao final de cada dia de trabalho, a área pavimentada é lavada com produtos de limpeza, enquanto as demais partes, localizadas fora do edifício principal, permanecem abandonadas e sem qualquer cuidado de higiene.

As *bideras*, que vendem fora do edifício principal devido à falta de espaço interno, improvisam para conservar seus produtos, utilizando baldes com água ou outros materiais, a fim de evitar que fiquem expostos diretamente no chão. No entanto, nem todos adotam essas medidas. Por conta da falta de espaço no interior, a maioria dos vendedores que ocupam a área externa expõe seus produtos sobre plásticos ou panos estendidos no chão, muitas vezes sem se atentar ao risco de contaminação, ilustrada na imagem seguinte.

Foto- 02 Imagens da comercialização de alimentos no Mercado de Caracol



Fonte: O Democrata.

5. O PAPEL DAS “*BIDERAS*” NO MERCADO CARACOL

Este capítulo tem com foco analisar as *bideras*, focando na sua importância e papel que desempenham para a sociedade guineense, em especial no mercado de Caracol.

5.1 *BIDERAS*: BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO

Para Patrícia (2018), a palavra “*bidera*” é oriunda do crioulo de Guiné-Bissau, que significa “mulheres vendedoras”. Essas mulheres trabalham de modo informal, elas são mães de famílias e muitas vezes sustentam economicamente o lar, sendo que boa parte do dinheiro vai para criação dos filhos e serve também para levar alimento para casa. Portanto, a existência das *bideras* na sociedade guineense é muito importante e merece atenção do governo porque, são elas quem percorrem fronteiras tanto nacional como internacional para abastecer os mercados do país, inclusive o mercado de Caracol que é o maior mercado de produtos agroalimentares do país que por sua vez a venda desses produtos in natura é exclusivo das *bideiras*. Contudo, o trabalho das mulheres *bideras* é informal e de modo particular, sem incentivo de nenhuma organização ou governo.

A população agrícola da Guiné-Bissau enfrenta desafios estruturais que dificultam sua inserção em mercados mais competitivos e a melhoria de suas condições de vida. Segundo dados do Banco Mundial (2023), a taxa de alfabetização no país é de aproximadamente 46,6%, sendo ainda menor em áreas rurais, onde o acesso à educação é limitado (BANCO MUNDIAL, 2023). Esse baixo nível de alfabetização compromete a capacidade dos agricultores de compreender contratos, acessar crédito e adotar práticas inovadoras de gestão agrícola. Além disso, a falta de acesso a financiamentos e instituições de crédito representa outro obstáculo significativo. De acordo com o Fundo Monetário Internacional (FMI, 2022), menos de 15% da população adulta da Guiné-Bissau tem acesso a serviços financeiros formais, dificultando investimentos na produção agrícola e na infraestrutura rural (FMI, 2022). A ausência de cooperativas de crédito e de vendas organizadas também impede que as *bideras* consigam negociar preços justos e acessar mercados mais vantajosos, deixando-os vulneráveis à intermediação de atravessadores e à volatilidade do mercado internacional.

Na Guiné-Bissau, nos últimos 8 anos, 97% das mulheres foram vítimas de violência baseada no gênero, a maioria das quais (86%) nas suas casas. As mulheres têm menos oportunidades de emprego e têm muito menos probabilidades de ganhar um salário do que os homens, o que limita a sua autonomia econômica (Banco Mundial, 2023). Nesse cenário, as mulheres abraçaram o comércio como meio de sobrevivência na sociedade guineense. Elas possuem papel fundamental para economia do país e para o abastecimento dos mercados internos, gerenciando seus negócios para que haja menos prejuízos e perdas.

Se na Guiné-Bissau temos as *bideras*, que representam a classe das mulheres trabalhadoras, principalmente aquelas que trabalham nas feiras de modo informal e que vão de cidades em cidades a procura de produtos de qualidade com bom preço, no Haiti, um país caribenho, temos as *Madan Sara*, que são promotoras da economia haitiana, movimentando mercados tanto de agro alimentos como de outros produtos perecíveis ou não. Elas participam na economia nacional comprando produtos diretos com os agricultores haitianos para revender na capital Porto Príncipe, e voltam para o campo com um conjunto variado de outros produtos (Osthe, 2023). Também temos as *zungueiras*, que são grupos de mulheres vendedoras informais da Angola, um país africano da língua portuguesa. Etimologicamente, o termo *zungueira* advém da língua nacional Kimbundu, em que “*kuzunga*” significa circular, rodear ou girar. Foi a expressão escolhida para identificar a atividade informal dos vendedores de rua que perambulam pelas diversas artérias da cidade, bairros, mercados e locais diversos, levando na maior parte dos casos sobre a cabeça uma bacia com produtos, embora hodiernamente os métodos estejam a evoluir, adaptando-se ao novo contexto e dinâmica da sociedade angolana (Janísio, 2016). Pode-se perguntar o que essas mulheres têm de diferente ou similar? Na minha opinião, a única coisa que diferencia é a situação geográfica, pois elas possuem o mesmo problema, que é a desigualdade do gênero, sendo que os problemas políticos afetam mais as mulheres do que os homens na sociedade. Diante disso, elas são obrigadas a romper barreiras impostas e passar por cima de qualquer preconceito para conseguirem trabalhar e ter dignidade financeira.

Foto 4 – As mulheres Zungueiras de Angola



Fonte: Revista ver Angola (2024).

De acordo com a minha vivência com esses grupos de mulheres, cresci vendendo fazendo um tipo de poupança, que no crioulo guineense é chamado de “*abota*” e no Brasil é conhecido e utilizado como “cofre”. Funciona da seguinte maneira: um coletivo de mulheres *bideras* determina um valor que será acessível para todas, e nesse coletivo de mulheres elas elegem uma para cuidar desse dinheiro. Todos os dias no final da feira, antes de irem para casa, essas mulheres fazem um tipo de depósito na mão de uma única pessoa, aí o dinheiro vai crescendo e elas vão recebendo de acordo com a necessidade delas e com as datas marcadas para saque. Esse tipo de poupança, criada por elas, ajudam na organização e concentração de

um valor maior que no futuro a pessoa possa investir no outro negócio, compra de terreno e ou até financiar o estudo dos filhos no exterior.

Na Guiné-Bissau as mulheres representam 51% da população, mas continuam pouco representadas na esfera política. No entanto, são mais frequentemente vítimas de violações de direitos humanos: casamento precoce e forçado, violência doméstica, mutilação genital feminina, abusos e violência sexual e assédio sexual nos locais de trabalho. Ser mulher na Guiné-Bissau significa vida dura, porque a maioria das mulheres guineenses vive em situação de extrema pobreza e para sustentar a casa e garantir a educação dos filhos elas são obrigadas a vender legumes, peixes e roupas nas ruas (ONU, 2016). Um relato trazido no estudo da ONU exemplifica isso:

Não tenho trabalho, o pai dos meus filhos não me ajuda, então sou obrigada a vender para garantir o sustento em casa, pagar a escola e comprar roupas para as crianças e para mim também, consigo fazer tudo isso, graças às minhas atividades econômicas. Não tenho muito dinheiro, mas ajuda a não passar fome (ONU, 2016).

O relato dessa mulher é o retrato das mulheres guineenses, que são obrigadas a dar conta de todo serviço, tanto de casa como com a criação dos filhos e com a preocupação de ter liberdade financeira. Isso leva elas a abandonar os estudos e ficar à mercê do trabalho de vender na rua.

Na Guiné-Bissau, os únicos trabalhos que são considerados dignos ou formais são aqueles em que as pessoas trabalham como diretor de uma instituição, uma secretaria, por fim, se a pessoa faz parte de algum posto do governo. Com todo preconceito e machismo que a bala a sociedade guineense desde a sua independência em 1974, a função de *bideras* é exclusivamente para a mulher e desde pequena elas são ensinadas a acompanhar a mãe nas feiras.

Já em relação à participação do Estado na regulação do trabalho informal, posso dizer que na minha vivência em Bissau, única participação visível por parte do estado para com as bideras era o momento da cobrança da feira. Pude ver inúmeras vezes a atuação da Câmara Municipal de Bissau (CMB) no mercado de bandim, na calçada de chapa, e na feira de caracol entre outros. A CMB trata da questão de higiene da cidade, de cobrança de taxa dos lugares públicos e de venda e proteção dos terrenos (Patricia, 2018, p. 19).

Essa atuação limitada evidência a precariedade na organização do comércio informal, deixando as *bideras* sem suporte para o desenvolvimento de suas atividades. Como trabalham por conta própria, essas mulheres não determinam o tipo de produto que vendem, elas comercializam os produtos sazonais e com bom preço para revenda. Por exemplo, quando chega a safra de alface, geralmente no mês de dezembro, elas compram com os pequenos agricultores nacionais nos sítios ou nas feiras. Algumas mulheres explicaram que, no decorrer do ano, faltam produtos nacionais, entretanto, elas começam a viajar para países vizinhos à procura dos produtos para abastecer o mercado nacional.

Conforme o conto escrito por Magnusson (2015), intitulado *O filho da bidera*, pude notar o sacrifício e as dificuldades que uma mulher *bidera* enfrenta desde o seu acordar até anoitecer. Ele conta a trama de uma mãe *bidera* que precisa acordar todos os dias às 05 horas da manhã, com um filho ainda bebê, mas isso não impede que ela o carreguem para o trabalho. Ele é levado amarrado nas costas com um pano, que chamamos de *bambaram*, e com bacia na cabeça a procura das mercadorias nos diferentes mercados da capital. Como já descrito nos parágrafos anteriores, essas mulheres trabalham por conta própria de forma informal, sendo que elas vendem e revendem todos os tipos de produtos, desde produtos de limpeza, roupas e calçados, produtos de beleza, alimentícios nacionais e internacionais industrializados e produtos agrícolas. Diante disso, essas mulheres mães (*bideras*) acabam passando situações perigosas e muitas das vezes custam as suas próprias vidas.

Um exemplo disso é uma notícia dada por um dos jornalistas do jornal O Democrata Sambu (2018), informando sobre o trágico acidente que levou a vida dessas mulheres *bideras*. Dez pessoas, entre as quais nove mulheres, morreram no fim desta tarde, 08 de março 2018, carbonizadas pelo fogo numa viatura [Canter] que tentava passar por um incêndio que consumia a floresta nas duas margens da estrada que liga as aldeias de Walia e Bucaur, no setor de Bissorã, região de Oio, norte da Guiné-Bissau.

O jornal O Democrata também descreve, em 2019, sobre as condições e melhorias feitas no mercado de Caracol, afirmando que, após a chegada das forças de segurança, registou-se uma significativa redução de roubos, no período da noite, sobretudo os carteiristas que atuavam de dia, que perturbavam muito os cidadãos que circulavam no mercado. A polícia passou a circular por todo o mercado durante o dia,

alguns deles à paisana. Movimentam-se no interior e nos arredores, controlam o mercado a fim de garantir a segurança aos utentes e seus bens Mendonça (2019).

Em 2023 e início de 2024 as *bideras* afirmaram na entrevista que houveram poucas mudanças, pois ainda não se sentem seguras no local, sofrendo muito com o roubo das mercadorias. As vezes sofrem até assaltos ao olho nu perante o dia, perdendo dinheiro e outros bens. Diante disso, elas não guardam as mercadorias no mercado, todos os dias levam para casa e no outro dia levam de volta para o mercado. Esse trâmite diário acaba prejudicando tanto a saúde delas e interferindo na qualidade do produto, acarretando no prejuízo e no lucro final.

Segundo Osthe, (2023), em seu trabalho de conclusão de curso intitulado *Análise dos mercados agroalimentares dos agricultores de Saint-Raphael (Haiti)*, ao comparar essas duas realidades quase idênticas, ele conclui que a diversidade e a complexidade dos mercados agroalimentares em Saint-Raphael sugerem que a resolução dos desafios enfrentados pelos agricultores familiares exige estratégias específicas adaptadas a cada circuito de comercialização. Diante disso, a realidade guineense demanda urgentemente soluções emergenciais para organizar a produção, a distribuição de alimentos e a criação de políticas de plantio e armazenamento, a fim de reduzir o desperdício tanto no cultivo quanto no transporte, o que impacta negativamente a vida financeira dos agricultores familiares e das *bideras*.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho consistiu em descrever e analisar as características gerais do mercado de Caracol (Bissau, Guiné-Bissau), com destaque à comercialização de produtos agroalimentares, compreendendo a sua importância e os seus desafios para os feirantes, sobretudo para as *bideras*. Os resultados obtidos a partir da pesquisa mostram que o mercado de Caracol está presente na vida das pessoas que vivem na capital Bissau, mas ele enfrenta vários problemas provocados pela própria situação do país. Nos últimos anos, o país vem se deparando com instabilidade sociopolítica, problemas climáticos e crise econômica, levando ao crescimento na quantidade de produtos importados, tanto industrializados ou não.

No entanto, os consumidores sempre encontram preços mais acessíveis em comparação com outros mercados. O preço das mercadorias pode sofrer alterações quando a moeda local se desvaloriza ou quando os comerciantes aproveitam determinadas datas comemorativas, como no mês de dezembro, durante o Ramadã e o carnaval. Nesses períodos, os vendedores frequentemente justificam os aumentos alegando que o governo elevou a taxa de importação.

O mercado de caracol é o principal ponto de comércio de produtos agroalimentares nacionais e internacionais e, ao longo dos anos, a comercialização de produtos não alimentares e de alimentos importados cresceu. Além disso, mesmo com uma infraestrutura antiga e precária, em que a falta de planejamento urbano amplia a sua desorganização, e em meio à frequente instabilidade sociopolítica, crise econômica e problemas climáticos, este mercado resistiu e se restabeleceu. Obviamente que, a insegurança pública, a instabilidade social e as situações de crises na capital afetam o funcionamento deste mercado, dificultando as atividades dos fornecedores, vendedores e clientes. Apesar dos problemas e dificuldades enfrentados diariamente por quem frequenta o mercado de Caracol, muitos o consideram vantajoso, principalmente devido à sua localização, que oferece acessibilidade para grande parte dos moradores da capital. Além disso, o mercado possibilita a interação socioeconômica entre diversas etnias e nacionalidades.

As pessoas entrevistadas sugerem algumas melhorias que podem ser feitas para melhorar a funcionalidade do mercado e para que haja o abastecimento com mais produtos nacionais. Sugeriram também que o governo crie mais condições para quem trabalha e frequenta o mercado, como segurança, higienização do local,

promover a educação ambiental e organização dos rejeitos. Além dessas exigências, os comerciantes pediram também que melhorem a infraestrutura no sentido de que eles precisam do espaço para armazenar os produtos, onde sugeriram a construção de armazéns com refrigeração e mesas adequadas para expor os alimentos. A partir da minha experiência como Bacharel em Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar, para a melhorar a situação dos participantes do mercado de Caracol, primeiramente a agricultura familiar guineense precisará se reinventar para se adaptar melhor às mudanças climáticas, com a criação de políticas públicas para extensão rural e assistência técnica, criações de associações rurais em todos os departamentos, formação de cooperativas rurais, movimentos sociais, etc. Além disso, a diversificação e fortalecimento da produção agrária poderia ser uma alternativa de aprimoramento para reduzir as importações agroalimentares, além da criação de espaço reservado só para as mulheres *bideras* e os agricultores de outros departamentos, também seriam importantes para o estímulo à comercialização e geração de renda dos agricultores e segurança alimentar dos consumidores.

Guiné-Bissau é um país que precisa e depende dos produtos agroalimentares. Para melhorar essa situação e dar qualidade de vida para os agricultores familiares, os vendedores, os intermediários e os consumidores, precisam focar no que é mais importante, a diversificação na produção, distribuição e comercialização. Desse modo, haverá uma sociedade mais livre, justa e solidária. Também, com essas ações, o bem-estar de todos deixará de ser uma utopia e se tornará uma realidade.

6. REFERÊNCIAS

ARAUJO, Alexandro Moura; RIBEIRO, Eduardo Magalhães. **Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres.** *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 26, n. 3, p. 561-583, out. 2018.

Disponível em:

<https://doi.org/10.36920/esa-v26n3-4>. Acesso em: 20 fev. 2025.

ACHELUS, Joset E. **Os mercados agroalimentares no centro de Porto Príncipe (Haiti): transformações, características, importância e desafios.** 2022. 66 f. TCC (Graduação) - Curso de Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar, Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2022. Disponível em:

<https://dspace.unila.edu.br/server/api/core/bitstreams/44a0ae05-f80f-49f3-86dfcb025443809b/content>. Acesso em: 22 out. 2024.

AFRICAN DEVELOPMENT BANK. *African natural resources: Challenges and opportunities for sustainable development.* Abidjan: AfDB, 2024. Disponível em: <https://www.afdb.org/en/topics-and-sectors/topics/natural-resources-management>.

Acesso em: 18 mar. 2024.

BANCO MUNDIAL. **Na Guiné-Bissau, o crescimento económico passa pela igualdade de género e reforço da educação.** 2023. Disponível em:

<https://www.worldbank.org/pt/country/guineabissau/publication/in-guinea-bissau-economic-growth-depends-on-strengthening-gender-equality-and-education>.

Acesso em: 22 out. 2024.

BANCO MUNDIAL. **Guiné-Bissau Aspectos gerais.** 2024. Disponível em:

<https://www.worldbank.org/pt/country/guineabissau/overview#1>. Acesso em: 22 out. 2024.

BANCO MUNDIAL. **Literacy rate, adult total (% of people ages 15 and above) - Guinea-Bissau**. 2023. Disponível em: <https://data.worldbank.org/>. Acesso em: 19 març. 2025.

BONAMICHI, Nayana Correa. **FEIRAS LIVRES Um breve estudo sobre tradição urbana, sociabilidade e resistência na cidade do Rio de Janeiro**. (2013). TCC (Graduação) - curso de Especialização em Política e Planejamento Urbano e Regional do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, 2013. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11422/5512>. Acesso em: 19 fev. 2025.

Camará, Samba Tenem. **A Economia e mercados transfronteiriça na África Ocidental: “Lumos” (feiras livres) na Tríplice Fronteira – leste da Guiné-Bissau, sudoeste da República da Guiné e sul do Senegal**. Tese, Programa de Pós Graduação Multidisciplinar em Estudos Étnicos e Africanos, Universidade Federal da Bahia (UFBA). Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/40051>. Acesso em: 19 fev, 2025.

COSTA, Magnusson da. **África em Conto: “o filho da Bidera - parte 1”**. **Por dentro da África**. 2015. Disponível em: <https://pordentrodaafrica.com/cultura/africa-em-conto-ofilho-da-bidera-parte-1-por-magnusson-da-costa>. Acesso em: 22 out. 2024.

DEGGERONE, Z. A.; SCHNEIDER, S. Os canais de comercialização utilizados pelos agricultores familiares em Aratiba – RS. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, [S. l.], v. 24, p. e 1892, 2022. Disponível em: <https://www.revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/1892>. Acesso em: 22 out. 2024.

EMBALÓ, Garcia Bacar. **A Vulnerabilidade da População, às Alterações AgroEcológicas: estudo de caso no sector de Pirada, região de Gabu/Guiné-Bissau**. 2008. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Economia Agrária e Sociologia Rural, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, 2008. Disponível em: https://www.proquest.com/openview/7a83e491e16a38ebace29f362dcd5375/1?pqori_gsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y. Acesso em: 22 out. 2024.

FAO. **Guidelines on defining rural areas and compiling indicators for development policy**. 2018. 74 p. Disponível em:

<https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/5fc6bb8d-32a7-4c5eac71-81c1f19d13e4/content>. Acesso em: 22 out. 2024.

FAO; União Europeia; CIRAD. **Perfil de sistemas alimentares - Guiné-Bissau: catalisando a transformação sustentável e inclusiva dos sistemas alimentares**. Roma, Bruxelas e Montpellier: 2022. 48 p. Disponível em: <https://openknowledge.fao.org/items/e5a326f9-b96e-421d-bef0-ebae96041db3>. Acesso em: 22 out. 2024.

FERREIRA, Aline Guterres *et al.* Mercados alternativos de alimentos. In: SOGLIO, Fabio da; KUBO, Rumi Regina (org.). **Desenvolvimento, agricultura e sustentabilidade**. Porto Alegre: UFRGS, 2017. p. 141-161. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/214524>. Acesso em: 22 out. 2024.

FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL (FMI). **Financial Access Survey – Guinea-Bissau**. 2022. Disponível em: <https://www.imf.org/en/Data>. Acesso em: 19 març. 2025.

INDJAI, Mamadi Queluntã. **Políticas públicas na perspectiva do desenvolvimento rural sustentável da Guiné-Bissau**. 2014. 148 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Desenvolvimento Regional, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, 2014. Disponível em: <https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/813>. Acesso em: 22 out. 2024.

MENDONÇA, Epifânea. Principais mercados de Bissau: a venda de produtos alimentares no chão e lixo deixam câmara municipal impotente. **Jornal O Democrata**. [S.l.], 21 jul. 2019. Disponível em: <https://www.odemocratagb.com/?p=21273>. Acesso em: 22 out. 2024.

NIEDERLE, Paulo A.. Desenvolvimento, instituições e mercados agroalimentares: os usos das indicações geográficas. **Desenvolvimento Regional em Debate**, Canoinhas, v. 4, n. 2, p. 21-43, jul. - dez. 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570862017003>. Acesso em: 22 out. 2024.

N'ZALÉ, Patrícia. **Mindjeris bideras**: trabalho informal, gênero e desenvolvimento social na guiné-bissau. 2018. TCC (Graduação) - Curso de Bacharelado em Humanidades, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia AfroBrasileira, São Francisco do Conde, 2018. Disponível em: <https://repositorio.unilab.edu.br/jspui/handle/123456789/1313>. Acesso em: 22 out. 2024.

OECD. **Guinea-Bissau**. 2024. Disponível em: <https://oec.world/es/profile/country/gnb?yearlyTradeFlowSelector=flow0>. Acesso em: 22 out. 2024.

ONU. **Na Guiné-Bissau as mulheres é que garantem o sustento da família**. 2016. Disponível em: <https://uniogbis.unmissions.org/pt/na-guin%C3%A9-bissaumulheres-%C3%A9-que-garantem-o-sustento-da-fam%C3%ADlia>. Acesso em: 22 out. 2024.

ONU. **ONU-Habitat**: população mundial será 68% urbana até 2050. 2018. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/188520-onu-habitat-popula%C3%A7%C3%A3o-mundialser%C3%A1-68-urbana-at%C3%A9-2050>. Acesso em: 25 de jun. 2024.

ONU. **World urbanization prospects**: the 2018 revision. Disponível em: <https://population.un.org/wup/Publications/Files/WUP2018-KeyFacts.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2024.

OSTHE, John. **Análise dos mercados agroalimentares dos agricultores de Saint-Raphael (Haiti)**. 2023. 73 f. TCC (Graduação) - Curso de Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar, Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2023. Disponível em: <https://dspace.unila.edu.br/items/530f85162199-4105-99a3-bcda3aff5b74>. Acesso em: 22 out. 2024.

SALOMÃO, Janísio. Mulher zungueira: o reflexo da economia angolana. **Ver Angola**.

[S./], 09 maio 2016. Disponível em: <https://www.verangola.net/va/pt/052016/opiniao/4356/Mulher-zungueira-o-reflexoda-economia-angolana-A-Opini%C3%A3o-de-Jan%C3%ADsio-Salom%C3%A3oJan%C3%ADsio-Salom%C3%A3o.htm>. Acesso em: 22 out. 2024.

SAMBÚ, Assana. Dez Pessoas Morrem Carbonizadas Pelo Fogo Numa Viatura Em Bissorã. Disponível em: <http://www.odemocratagb.com/?p=16086>. **Jornal O Democrata**. [S./], 08 mar. 2018. Disponível em: <https://www.odemocratagb.com/?p=16086>. Acesso em: 22 out. 2024.

SANTOS, Fernandes. Mercado de Bandim: histórias, evolução e perspectivas. **Jornal O Democrata**. [S./], 06 dez. 2014. Disponível em: <https://www.odemocratagb.com/?p=2551>. Acesso em: 22 out. 2024.

SCHNEIDER, Sergio. Mercados e agricultura familiar. In: MARQUES, Flavia Charao; CONTERATO, Marcelo Antônio; SCHNEIDER, Sergio (orgs.). **Construção de mercados e agricultura familiar**: desafios para o desenvolvimento rural. Porto Alegre: UFRGS, 2016. p. 93-142.

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar – o processo de realocação da produção agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, [S. /], v. 17, n. 1, 2015. Disponível em: <https://www.revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/949>. Acesso em: 22 out. 2024.

SILVA, Ana Manuela Poças Fernandes da. **Educação em meio rural**: contributos para contextualizar o currículo na Guiné-Bissau. 2023. 383 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Ciências da Educação, Universidade do Minho, 2023. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/86492>. Acesso em: 22 out. 2024.

SOUSA, Diego Neves de. Dos convencionais aos alternativos: a construção social dos mercados da agricultura familiar. **Mundo Agrario**, [S./], v. 18, n. 39, p. 074, 6 dez. 2017. Disponível em:

https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/67443/Documento_completo.pdfPDF.A.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 24 out. 2024.

7. ANEXOS

ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Perguntas para vendedores (as)

Nome _____ do _____ entrevistado(a):

Data: __ / __ / ____ Fonte de contato: _____ Bairro ou Cidade: _____

A gravação da entrevista será usada para fins de transcrição de algumas partes do trabalho de conclusão de curso. Você não será identificada. Autoriza a gravação da entrevista? () Sim () Não

Dados da unidade de comercialização:

Denominação: _____

Localização: _____ Sector: _____

Kal ki bu idade?

Femia

Idade do entrevistado: _____

Feminino

Matchu

Sexo: () Masculino ()

Bu studa até Kal class?

Escolaridade: _____

Bu casada/o?

Estado _____ civil: _____

Kanto djintis ku mora kuel?

Quantas pessoas moram com você: _____

Bu família i di Bissau ou tabanka Kal região?

Sua família é, originalmente, da área: () Urbana () Rural Qual município:

Kal ano ku kunsu bindi na mercado de caracol?

Senhor (a) é comerciante no mercado de caracol desde que ano: _____

Kal ki produto kuta bindi?

Que produtos você comercializa:

Kal ki produto ku mais ta bindi na bu barraca/mesa?

Quais são produtos mais vendidos na sua barraca/mesa:

Pabia que mais bindido?

Porque eles são os mais vendidos:

Abo kuta labra bu produtos?

Você que cultiva os produtos que vende aqui: () Sim () Não

Si bu rispundi sim, kal ki produto?

Se respondeu sim, quais são os produtos:

Nundé kuta labra nel?

Onde você os cultiva:

Buta bai cumpra nam bu bim bindi?

Você revende os produtos aqui: () Sim () Não

Si bu rispundi sim, kal ki produto?

Se respondeu Sim, quais são os produtos:

N´dé kuta cumpral nel?

Onde você os compra:

Na mon de kin kuta compra?

De quem você compra:

Buta compra sempre?

Com que frequência:

Kal ki dificuldade pa acessa mercado?

Qual é a dificuldade para ter acesso:

Na lumo kuta compra nel?

Você compra no lumo (feira): () Sim () Não

Si bu rispundi sim, kuma kita funciona?

Se respondeu Sim, comente como funciona:

buta paga ferra?

O(a) senhor(a), paga algum valor para usar o espaço da feira: () Sim () Não

Si bu rispundi sim, kanto kuta paga? É valor i pá mix ou ano.

Se respondeu Sim, quanto paga: _____ Esse valor é () mensal ()

anual

Pa kin ku bota paga fera?

Para quem paga:

Na total, ba kin ku mas ta cumpra bu produtos?

Em geral, quem são os compradores dos seus produtos:

Bu pudi contam elis i kal tipo de cumpradur?

Fale um pouco sobre o perfil deles:

Kuma kuta tchiga mercado, de taxi, toca-toca e a pé?

Qual é o principal meio de transporte para chegar ao mercado:

Pabia ku acha djintis ta cumpra na mon é dissa utrus mesa?

Na sua opinião, porque os clientes compram de você e não de outro vendedor:

Kanto por cento renda de família sai nes bindi?

Quanto por cento da renda familiar vem das vendas na feira: _____ %

Kal ki principal vantagem di bindi na caracol?

Quais as principais vantagens de vender aqui:

Kal ki principal difuldades pa bindi nés mercado?

Quais as principais dificuldades de vender aqui:

ké i tem associação kuta luta pa comerciantes na és fera?

Existe alguma associação que protege os comerciantes do mercado: () Sim ()

Não

Si bu rispundi sim, kal ki associação?

Se respondeu Sim, qual: _____

Falano dé, ké bu tene bom relacionamento ku utrus bideros?

Fale um pouco sobre a sua relação com outros vendedores:

Nes ultimo anos, kuma ku condição de mercado sta, Mindjor pior
de mesmo jeito.

Nos últimos anos, as condições do mercado, estão () Melhor () Pior ()

Igual

Pabia

Porque

Ké kubo acha dibu condição de vida?

Como você considera a sua condição de vida hoje:

() Ótima () Boa () Regular () Ruim () Péssima

Perguntas para quem conhece a muito tempo o mercado

Nome _____ do _____ entrevistado(a):

Data: __ / __ / ____ Fonte de contato: _____ Bairro ou Cidade:

A gravação da entrevista será usada para fins de transcrição de algumas partes do trabalho de conclusão de curso. Você não será identificada. Autoriza a gravação da entrevista? () Sim () Não

Idade do entrevistado: _____ Sexo: () Masculino ()
Feminino

Escolaridade: _____ Estado _____ civil:

Profissão: _____

Kal kubo relação ku mercado

Qual a sua relação com o mercado:

Bu pudi contano n´bocado história de mercado?

Senhor (a) pode nos contar um pouco da história do mercado?

Kuma ki kurri processo de fundação de mercado de caracol? Kinku tene iniciativa?

Como se deu o processo da criação do mercado de caracol? Quem teve a iniciativa?

Kal ki principal mudança que acontece na mercado es tempo tudo ki sta na funciona?

Quais foram as principais mudanças que aconteceram ao longo do tempo?

Kal ki ponto positivo de mercado de caracol?

O que considera positivo no mercado de caracol?

Kal ki ponto negativo de mercado de caracol?

O que considera negativo no mercado de caracol?

keku pudi facido pa mindjoria condição di bidera ou di cumpradurus? O que poderia ser feito para melhorar a condição de quem trabalha ou frequenta o mercado?

Kuma ki relação entre bindiduris? Kuma ki relação entre bindiduris ku cumpraduris?

Em geral, como é a relação entre os vendedores? Como é a relação entre vendedores e compradores?

Na mercado de caracol, kuma ki sta presença di produtos agrícolas e alimentares, nes últimos anos, i aumenta ou diminui. Pabia?

No mercado do caracol, a presença de produtos agrícolas e alimentares, nos últimos anos, tem aumentado, diminuído, ficado igual. Porquê?

Na mercado di caracol, ixisti presença di agricultores, nes últimos anos, i aumenta ou i diminui. Porquê?

No mercado do caracol, a presença de agricultores, nos últimos anos, tem aumentado, diminuído, ficado igual. Porquê?