

## **Compras de calamidades em Moçambique: cultura material nas cidades e nos smartphones<sup>1</sup>**

Camila Rodrigues PEREIRA<sup>2</sup>

João Pedro VAN DER SAND<sup>3</sup>

Sandra Rubia da SILVA<sup>4</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### **RESUMO**

O presente trabalho tem como objetivo discutir sobre as compras de calamidades em Moçambique e como o uso das tecnologias teve (e tem) grande impacto sobre esse comércio. Esse mercado, tão característico da cultura moçambicana e tão relevante para as interlocutoras da pesquisa, suscita debates acerca da cultura material nas cidades e nos smartphones. Esta pesquisa é resultado de um estudo etnográfico, realizado com mulheres moradoras da cidade de Maputo, que iniciou com trabalho de campo presencial e passou para um segundo momento de etnografia para a internet (HINE, 2015).

**PALAVRAS-CHAVE:** cultura material; culturas digitais; Moçambique; calamidades; etnografia.

### **Introdução**

A cultura e o sistema simbólico de produção da sociedade influenciam diretamente no comprar e no vestir de uma população. As roupas que escolhemos usar, a forma como compramos e nos vestimos, fazem de nós o que pensamos ser (MILLER, 2013). Como afirmam os estudos sobre consumo: o que consumimos nos compõem; e a construção das relações sociais acontece, também, por meio do exercício do consumo. O ser humano constrói e usa os bens, e os bens de consumo constroem a nossa aparência social, nossas redes sociais, modos de vida, grupos de status; nos conhecemos e nos identificamos através dos bens (SLATER, 2002). Na atualidade, podemos observar que a cultura material, presente em nossos cotidianos e na cidade, se transporta para os smartphones e se faz visível através das mídias sociais.

Este trabalho tem como objetivo discutir sobre as compras de calamidades em Moçambique e como o uso das tecnologias teve (e tem) grande impacto sobre esse

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: rpereiracamila@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: jotape91@gmail.com.

<sup>4</sup> Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Doutora. E-mail: sandraxrubia@gmail.com.

comércio. Essa categoria de compras se refere a roupas e calçados usados, que chegam até Moçambique através de doações de países Europeus, na maioria das vezes. Essas peças chegam embaladas em grandes pacotes, que são chamados de fardos. Esse tipo de comércio, segundo Cumbane (2011), tem início no final dos anos 1980 no país.

Através de pesquisa etnográfica com mulheres moçambicanas, e com aporte teórico que dialoga com teorias sobre cultura material, culturas digitais e com pesquisas em Moçambique, foi possível realizar, e apresentar a partir deste trabalho, uma análise empírica e discussões teóricas sobre as temáticas.

## **Metodologia**

Este trabalho é parte de uma pesquisa de doutorado intitulada *Trançando conexões em Moçambique: uma etnografia com mulheres de Maputo e suas apropriações das tecnologias digitais*. A pesquisa etnográfica iniciou em 2019, a partir de um período de seis meses de estágio sanduíche em Moçambique, na Universidade Pedagógica de Maputo, através do Projeto Educomunicação Intercultural, financiado pelo Programa Abdias Nascimento – Capes. Ao longo da pesquisa, que começou com trabalho de campo presencial, em agosto de 2019, e passou para um segundo momento de etnografia para a internet (HINE, 2015), entre os anos de 2020 e 2023, foram realizadas observação participante, observação nas mídias sociais e entrevistas em profundidade (presencialmente e através das plataformas *Google Meet* e *WhatsApp*).

Dez mulheres moçambicanas participaram da pesquisa ao longo dos quatro anos. Elas são de diferentes gerações e possuem distintas profissões. Seus nomes foram alterados a fim de resguardar suas imagens e intimidades. Neste artigo, os relatos apresentados são, principalmente, de Eugênia, estudante universitária, de 23 anos, natural da cidade de Quelimane, província da Zambézia.

## **Cultura material na cidade e nos smartphones: o comércio de calamidades**

É comum, em Maputo, ouvir as pessoas falando sobre as compras de calamidades. Essas compras se referem a roupas e calçados usados, que chegam até Moçambique através de doações de países Europeus. Essas peças chegam embaladas em grandes pacotes, que são chamados de fardos – por isso também é comum ouvir que “as roupas foram compradas do fardo”. Esse tipo de comércio, segundo o pesquisador Pedro Cumbane (2011), tem início no final dos anos 1980 no país. As roupas e outros itens

começam a chegar até Moçambique através de doações da comunidade internacional, que tem como objetivo apoiar e minimizar o sofrimento das vítimas de fenômenos naturais que ocorriam no país, como os ciclones, as secas e as cheias, e auxiliar as vítimas da guerra civil, que tem seu término somente em 1992 (CUMBANE, 2011). Além de roupas e calçados, o pesquisador ressalta que nas décadas passadas alimentos também eram doados, como milho e óleos.

O destino dessas doações, porém, deveria ser diretamente os grupos mais vulneráveis, que seriam incapazes de realizar quaisquer tipos de compras. Contudo, a distribuição gratuita das roupas doadas pelas organizações deu lugar a um grande comércio em Moçambique. Os vendedores de calamidades não revelam a origem de suas compras, mas compram por fardos, que possuem quilogramas diferentes e produtos distintos. Há fardo infantil, por exemplo, no qual só há peças de roupas para crianças. Alguns fardos são mistos, contendo roupas infantis e para adultos, e o preço desse tipo de fardo já é outro. Alguns fardos são maiores e mais pesados, custando, portanto, mais meticais (moeda moçambicana).

Depois de comprar os fardos, os comerciantes separam as peças a serem revendidas na cidade. É possível encontrar esse modo de vender produtos em esquinas, nas calçadas, nos mercados de rua informais, em bairros centrais ou mais periféricos. As roupas e os calçados podem estar dispostos no chão, em sacos, em um varal, em cabides, ou de outras formas. Eugênia, interlocutora da pesquisa, conta que em algumas cidades do interior do país as compras de calamidade são a única forma de comércio de roupas e calçados, pois não há lojas e empresas que comercializam esses produtos.

A pesquisa etnográfica realizada por Lima e Maloa (2022), na cidade de Lichinga, capital da Província de Niassa, no norte de Moçambique, observou que houve um significativo crescimento de atividades informais, sobretudo em zonas urbanas e periurbanas do país, devido a situação socioeconômica em que se encontra Moçambique. A desvalorização do metical diante de outras moedas internacionais, a pandemia, a redução de ajudas externas ao Orçamento do Estado (LIMA; MALOA, 2022), entre outros, fizeram com que inúmeros moçambicanos recorressem ao mercado informal e a venda de produtos de calamidades como alternativa para sobrevivência e obtenção de renda.

Para as mulheres participantes da pesquisa é comum comprar roupas e calçados de calamidade. Algumas, sequer já compraram roupas de outras formas - apesar de

---

Maputo possuir uma variedade de lojas de departamento, comércio formais de roupas e calçados, *boutiques*, franquias de outros países, *Shoppings*, entre outros.

Para além do comércio de produtos de calamidade nas ruas, analisei que, com o aumento do uso dos smartphones e do consumo de internet, as roupas e calçados de calamidades passaram a ser comercializados não somente de forma presencial, mas também através do *Facebook* e do *WhatsApp*. Grupos no *Facebook* passaram a ser criados com o intuito de revender fardos e produtos de calamidades em Moçambique.

Os grupos intitulados “Roupas de Calamidade”, “Loja Virtual de Calamidade”, “Venda de roupas e acessórios da calamidade”, entre outros, possuem dezenas ou centenas de membros e são criados em diversas cidades de Moçambique. Nesses grupos há oferta e também procura por produtos, que vão de roupas e calçados até acessórios e cabelos. As fotos postadas dos produtos à venda também acompanham, muitas vezes, um número de telefone e contato do *WhatsApp*. Outras vezes as peças acompanham a mensagem “entrar em contato privado”. Outros grupos de *Facebook* que chamam a atenção na pesquisa são aqueles criados por vendedores que possuem um ponto físico de venda, como no mercado Xipamanine em Maputo, e utilizam os grupos nas mídias sociais para anunciar a abertura de novos fardos de roupas e para exibir as peças que tem a venda em seu ponto.

Além dos vendedores de calamidades em espaços públicos e em grupos de *Facebook*, há também pessoas que vão até os fardos, “reviram” as roupas para encontrar produtos que lhe agradam e acabam levando produtos extras para vender por um preço mais caro através de suas redes sociais.

Eugênia conta que “nem todos os moçambicanos tem coragem de ir até os mercados informais de rua, como o Xipamanine, ficar horas revirando roupas até encontrar o que agrada e o que cai bem no corpo”. Outras pessoas, segundo a interlocutora, também não têm tempo ou paciência para essas compras. Algumas meninas, de acordo com Eugênia, ainda têm vergonha de serem vistas escolhendo roupas “do fardo”. A partir dessas observações, foi possível visualizar que outro tipo de comércio se forma, o de mulheres estudantes, que vão até os mercados informais mais agitados, como o Xipamanine, Zimpeto e Chiquelene, e compram peças em pequenas quantias para revender. Eugênia descreve que “algumas lavam e engomam [as roupas] para ser mais atrativo o seu negócio”, e depois disso tiram fotos e postam em grupos no *WhatsApp*, no *Status* e no *Facebook*.

---

A participante da pesquisa relata que “a maioria das pessoas que vende assim pelas redes sociais, cria grupos de mulheres e vai mandando para elas. Normalmente são mulheres porque roupa do fardo para homem o acesso não é tão fácil quanto roupa para mulheres”. Eugênia explica que através das doações chegam mais roupas advindas de mulheres, então são maioria entre as roupas de calamidade. As roupas para o público masculino possuem menos quantidade e são mais caras – conta Eugênia.

Durante os seis meses que estive em Maputo de forma presencial, observei que diferentes públicos e mulheres diversas consumiam produtos de calamidades: de professoras universitárias a estudantes universitárias, de turistas a jovens mães trabalhadoras. O público não era homogêneo, como constatou Cumbane (2011), e suas dinâmicas de compra, venda, revenda e consumo são complexas. Há uma cultura de compras de calamidades presente há décadas no país. Um mercado no qual se compram roupas para o dia a dia, vestidos para ocasiões especiais, roupas íntimas, sapatos, tênis, bolsas. Eugênia, que nasceu e cresceu no norte do país, em Quelimane - Zambézia, e que já passou por diversas outras províncias para chegar até Maputo, conta que “Calamidades tem em todas as províncias e em todos os distritos, porque há distritos em que não há loja”. Em alguns distritos, porém, as tecnologias ainda não são acessíveis, portanto, não há a dinâmica que acontece nas capitais das províncias, de anunciar as roupas através das mídias sociais.

Ao mesmo tempo em que esse tipo de comércio se faz algo da cultura local, também está totalmente alinhado à cultura global. Quando são abertos fardos advindos de países europeus, são procuradas por roupas “da moda”, por tendências, peças e cores que estão sendo usadas por outros países, ou que pertencem a marcas de roupas famosas na Europa e nos Estados Unidos, peças “originais”, como afirmam as participantes da pesquisa.

No contexto da pesquisa, portanto, foi possível constatar conexões entre a cultura material da cidade e as mídias sociais. O comércio de calamidades e os produtos de segunda mão, que compõem o cenário das ruas e mercados informais de Maputo, se materializam em imagens no *WhatsApp*, no *Facebook* e em grupos nos aplicativos. O acesso a smartphones e as mídias sociais possui grande impacto sobre esse comércio, que há décadas ocorre em Moçambique e que é parte da cultura do país.

### **Considerações parciais**

Através da pesquisa realizada foi possível observar que o comércio de calamidades e os produtos de segunda mão, que compõem o cenário das ruas e mercados informais de Maputo e outras cidades do país, se materializam em imagens no *WhatsApp*, no *Facebook* e em grupos nos aplicativos. O uso das tecnologias possui grande impacto sobre esse comércio, característico de Moçambique.

Quando as mulheres moçambicanas buscam por peças únicas e exclusivas ao comprar roupas dos fardos, elas buscam por identificação e por diferenciação. Comprar e vestir as roupas de calamidades constitui grande parte das mulheres moçambicanas. Essa prática de consumo faz parte da cultura das interlocutoras desde a infância e faz parte de quem elas são.

A análise realizada nos permitiu verificar que a internet suscitou significativas transformações nas formas de consumo, nas relações de compra e venda, na visualização dos produtos e na comunicação sobre essa cultura material. As dinâmicas relacionadas ao comércio de calamidades foram, e continuam sendo, atualizadas. As práticas entre os vendedores de fardos, os compradores das mercadorias, os revendedores que comercializam os produtos e os seus consumidores, foram impactadas e essas transformações são fragmentos importantes do cotidiano dos moçambicanos na atualidade.

## REFERÊNCIAS

CUMBANE, Pedro Elias. **O Consumo de Roupas Usadas nos Mercados Informais Moçambicanos: o Caso da Cidade de Maputo**. Dissertação (Mestrado). Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais, Mestrado em Sociologia do Desenvolvimento e Políticas Sociais, 2011.

HINE, Christine. **Ethnography for the internet: Embedded, Embodied and Everyday**. London: Bloomsbury Academic, 2015.

LIMA, Agostinho; MALOA, Joaquim Miranda. Ganhando novos espaços: a dinâmica do comércio informal de vestuário e calçados usados no município de Lichinga. **Revista de Ciências Sociais**: periódico do Departamento de Ciências Sociais e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará, UFC, Fortaleza, 2022.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

SLATER, Don. **Cultura de Consumo & Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.