



Quando cheguei à cidade de São Filipe, na Ilha do Fogo, em Cabo Verde, não pude deixar de reparar numa pequena loja chinesa (à escala de Cabo Verde, porque ali é tudo pequeno). Estávamos em Setembro de 1999 e, quando perguntei há quanto tempo a loja ali estava, o meu amigo, hospedeiro e informante Aquino Fontes respondeu-me: “desde Abril ou Maio”. Já tinha encontrado comércio chinês na cidade da Praia, na Ilha de Santiago, mas em São Filipe parecia estranho, dada a pequenez do meio. O que teria levado uma família chinesa a instalar-se ali, um local onde seria difícil sobreviver comercialmente dada a escassez de residentes? Nunca consegui uma resposta para essa minha interrogação. A loja, como tantas outras lojas de chineses,

vendia produtos variados não comestíveis, daqueles de que as pessoas sempre precisam.

Porém, o que verdadeiramente me fez interessar pela loja foi o seu nome: Loja Li. Além destas duas palavras, o letreiro continha ainda as palavras Comercial, São Filipe, China, o código postal, números de telefone e fax. Não havia quaisquer caracteres chineses. Embora a palavra Li talvez me soasse a qualquer coisa de chinês, a verdade é que a única coisa que permitiu concluir com segurança que a loja era pertença de chineses foi a palavra China no letreiro. “Li” em crioulo de Cabo Verde significa “aqui”, pelo que a palavra tanto podia significar qualquer coisa em chinês como “aqui” na língua local. Lido de seguida e em crioulo, o letreiro anunciava algo de verdadeiramente transnacional: “Loja Comercial Li São Filipe China” [loja comercial aqui São Filipe China]. São Filipe e China pareciam assim ligados por meio de uma conexão transnacional de natureza semântica. Como o chinês e a mulher que estavam na loja não tinham ainda aprendido crioulo, admito que tudo não passasse de uma coincidência fonológica entre a língua chinesa e a língua crioula. Mas, como dizia o meu amigo Aquino, que mora do outro lado da rua: “loja di chinês e li”. Afinal de contas, talvez o chinês da loja soubesse mais de crioulo do que eu penso e tudo não passasse de uma estratégia de *marketing* bem pensada.