

UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE

FACULDADE DE LETRAS E CIÊNCIAS SOCIAIS

DEPARTAMENTO DE ARQUEOLOGIA E ANTROPOLOGIA

Dinâmicas de co-operação entre vendedores de vestuário no Mercado “Informal” de
Xipamanine, na Cidade de Maputo

Autor:

Camilo Adriano Nhancale

Supervisor:

Mestre Fernando Manjate

Maputo, Abril de 2013

Dinâmicas de co-operação entre vendedores de vestuário no Mercado “Informal” de
Xipamanine, na Cidade de Maputo

Relatório de pesquisa como requisito para a obtenção do Grau de Licenciatura em
Antropologia na Universidade Eduardo Mondlane

Autor:

Camilo Adriano Nhancale

O supervisor:

Mestre Fernando Manjate

O presidente:

dr. Marta Langa

O oponente:

Mestre Elísio Jossiais

Maputo, Abril de 2013

Declaração

Declaro que este projecto de pesquisa original é original. Que o mesmo é fruto da minha investigação pessoal, estando indicadas ao longo de trabalho e nas referências bibliográficas as fontes de informação por mim utilizadas na sua elaboração. Declaro ainda que o presente projecto nunca foi apresentado anteriormente, na íntegra ou parcialmente, para a obtenção de qualquer grau académico.

Maputo, aos 05 de Abril de 2013

Assinatura

Camilo Adriano Nhancale

Dedicatória

O presente trabalho dedico, em primeiro lugar, ao meu falecido pai Adriano Nhancale pelo apoio material e moral que me prestou desde o primeiro momento da socialização secundária, até ao terceiro ano da minha formação superior e que os seus ensinamentos continuam vivos.

À minha mãe Laura Siteo quem continuou com a tarefa de zelo e encorajamento, mesmo abalada pelo falecimento do seu melhor companheiro. À minha esposa Alegria Chilengue quem compartilhou comigo a responsabilidade pela família. Aos meus filhos Camilo Júnior e Amália quem sentiram falta dos meus carinhos quando dedicava atenção aos estudos.

Uma forte dedicatória vai também ao meu cunhado Nelson Chilengue quem me habilitou no uso do material informático e na organização deste trabalho. E a todos que directa ou indirectamente me apoiaram nos estudos.

Agradecimentos

O presente estudo teve a participação de várias pessoas e algumas instituições que me prestaram apoio, de diversas formas.

Dirijo o meu agradecimento, em primeiro lugar, para o Mestre Fernando Manjate, meu supervisor quem me dispensou parte do seu tempo, paralisando a realização das suas tarefas para discutir o meu trabalho e transmitir as suas experiências académicas.

Agradeço à Dra. Margarida Paulo e mais uma vez ao Mestre Fernando Manjate quem me introduziram na área da Antropologia das Sociedades Contemporâneas. O que me trouxe o gosto pelas temáticas abordadas neste campo de saber e que contribuíram para a realização deste trabalho.

O meu agradecimento vai também a todos os colegas da turma de Antropologia, na qual fiz parte, pela ajuda que me forneceram em termos dos debates e discussões sobre o tema deste trabalho e mais assuntos académicos.

Envio igualmente o agradecimento à Direcção dos Mercados da Cidade de Maputo que me abriu as portas para a exploração dos dados. Aos agentes de Direcção do Mercado Informal de Xipamanine pela partilha de certa informação. E, finalmente aos vendedores pela colaboração e transparência no processo de recolha de informação.

Obrigado!

Lista de abreviaturas

ACI – Aliança Cooperativa Internacional

ASSOTSI – Associação dos Operadores e Trabalhadores do Sector Informal

BM – Banco Mundial

COMUTRA – Comité da Mulher Trabalhadora

FMI – Fundo Monetário Internacional

NB – Núcleo de Base

OIT – Organização Internacional o Trabalho

OTM – Organização dos Trabalhadores Moçambicanos

PPI – Plano Prospectivo Indicativo

PRE – Programa de Reabilitação económica

PRES – Programa de Reestruturação Económica e Social

UGC – União Geral das Cooperativas

Resumo

O presente relatório é resultado de pesquisa exploratória que efectuei entre meados de Agosto e princípios de Outubro de 2012, na Cidade de Maputo, na qual analisei as práticas e significados de co-operação entre vendedores de vestuário no Mercado “Informal” de Xipamanine.

Parti do pressuposto de que a existência de agrupamentos de vendedores relativamente autónomos, fechados, com certo nível de organização e as práticas observáveis no seu quotidiano fossem efeitos do confronto entre o quadro normativo institucional e interesses, perspectivas e crenças dos vendedores.

Para o presente estudo adoptei uma metodologia qualitativa, articulando os métodos histórico e etnográfico. Com recurso a entrevistas abertas e conversas informais individuais e colectivas recolhi dados que permitiram-me perceber porquê algumas prescrições normativas institucionais em vigor no mercado se confrontam com crenças e perspectivas dos vendedores, analisar a maneira como eles manipulam normas e mobilizam estratégias para promover e estas por sua vez contribuem para a cooperação no seu trabalho.

O estudo permitiu notar que algumas práticas, normas e estratégias adoptadas entre vendedores são geradas pelas prescrições normativas institucionais, competição e interculturalidade, contribuindo para a dinâmica de co-operação entre eles.

As relações de poder, relações estabelecidas fora do mercado, dissensões, estereótipos e jogos de cartas de mesa e bilhares entre vendedores foram aspectos observados durante a pesquisa, que fortificam os seus laços cooperativos.

Os resultados da pesquisa permitiram maior visibilidade da maneira como os vendedores cooperam no Mercado “Informal” de Xipamanine. Trouxe, igualmente, reflexões que complementam as explicações existentes acerca das dinâmicas de co-operação.

Palavras-chave: co-operação; cooperação; competição e interculturalidade.

Índice

Declaração	ii
Dedicatória.....	iii
Agradecimentos	iv
Lista de abreviaturas	v
Resumo	vi
1. Introdução.....	1
1.1. Contextualização e definição do problema	3
2. Metodologia	5
3. Revisão de literatura.....	9
3.1. Conceptualização	17
4. Cooperação entre vendedores de vestuário no Mercado “Informal” de Xipamanine	18
4.1. Caracterização e quadro normativo institucional do mercado	18
4.2. Das prescrições normativas institucionais às práticas, normas e regras informais....	23
4.3. Práticas, normas, regras e estratégias de cooperação na venda entre vendedores	26
5. Considerações finais.....	36
Bibliografia.....	38
Anexos.....	43

1. Introdução

O presente trabalho é um relatório de pesquisa que efectuei no Mercado Informal de Xipamanine na Cidade de Maputo, como requisito para a obtenção do Grau de Licenciatura em Antropologia, na Universidade Eduardo Mondlane. Tem como tema: *Práticas e significado de co-operação entre vendedores de vestuário no Mercado “Informal” de Xipamanine, na Cidade de Maputo.*

Em alguns contextos socioeconómicos, como é o caso do Mercado “Informal” de Xipamanine, tem se notado um “confronto” entre os quadros normativos institucionais e conhecimentos, crenças, perspectivas e experiências das pessoas sobre o acto de co-operar. O que faz com que elas manipulem normas e mobilizem estratégias, podendo produzir um ambiente onde se manifestam a cooperação, convivência pacífica, dissensões, relações de poder e construção de identidades.

A questão que orientou a presente pesquisa tem a ver com a necessidade de perceber de que maneira procede a cooperação entre vendedores no Mercado Informal de Xipamanine.

Deste modo, como objectivo geral propus-me analisar as dinâmicas de co-operação no local de trabalho entre vendedores de vestuário de nacionalidade moçambicana, naturais de Maputo (Matutuine, Marracuene e Catembe), Inhambane (Maxixe e Morrumbene) e Gaza (Xai-xai e Chibuto) e de nacionalidade Zimbabueana, no Mercado “Informal” de Xipamanine.

Especificamente, procurei perceber e explicar porque é que as prescrições normativas institucionais do mercado se confrontam com conhecimentos, crenças, perspectivas e experiências dos vendedores. Analisei a maneira como os vendedores manipulam normas e mobilizam estratégias para promover a cooperação no seu trabalho. Analisei e interpretei a maneira como diferentes conhecimentos, crenças, perspectivas e experiências dos vendedores contribuem para a sua co-operação no mercado.

Trata-se de um estudo qualitativo, no qual articulei os métodos histórico e etnográfico. O estudo comportou a fase teórica, de pesquisa exploratória e de análise e interpretação de dados. Na fase teórica que efectuei a revisão documental a partir de fontes primárias (Planos de acção e Estatutos) e a revisão de literatura com base nas fontes secundárias (livros e artigos científicos e teses de dissertação). Na pesquisa exploratória baseei-me na observação directa, entrevistas semi-estruturadas, conversas informais para a recolha de dados.

Quanto à organização, o presente relatório apresenta cinco capítulos. Depois da introdução tem-se o segundo capítulo reservado a *metodologia*, onde explico os métodos e técnicas de recolha de dados, a natureza da pesquisa, a forma como recolhi, analisei e interpretei os dados, bem como o alcance dos métodos e técnicas adoptados. Ainda na metodologia, explico o lugar e tempo de realização de pesquisa e os constrangimentos com que me deparei e como os ultrapassei.

O terceiro capítulo é da *revisão de literatura*, onde analiso de forma crítica as principais linhas de abordagem sobre as dinâmicas de cooperação a níveis global, nacional e local. Em tais abordagens identifico os pontos de referência teórica e conceptual que me auxiliaram na análise e interpretação dos dados de pesquisa exploratória.

O quarto capítulo diz respeito à análise e interpretação de dados. Este encontra-se dividido em três subcapítulos. No primeiro identifico algumas prescrições normativas institucionais do mercado e porquê do seu confronto com conhecimentos, perspectivas e experiências dos vendedores sobre o acto de trabalhar em conjunto. No segundo subcapítulo analiso a maneira como os vendedores manipulam normas e mobilizam estratégias para promover a cooperação no seu trabalho. E no terceiro analiso e interpreto a maneira como diferentes conhecimentos, crenças, perspectivas e experiências dos vendedores contribuem para a sua co-operação.

Finalmente, apresento as *considerações finais*, em forma de síntese interpretativa, onde retomo as premissas da introdução e mostro as tendências e relações que os dados me transmitiram sobre as dinâmicas de co-operação entre vendedores de vestuário no Mercado “Informal” de Xipamanine, na Cidade de Maputo.

1.1. Contextualização e definição do problema

Quando frequentava o 2º ano do Curso de Antropologia, no ano 2010, efectuei uma pesquisa etnográfica no Mercado “Informal” de Xipamanine, na Cidade de Maputo, como avaliação na disciplina de Método Etnográfico, na qual procurava compreender a forma como em certos contextos as pessoas têm se relacionado com o espaço onde se encontram inseridas.

No decurso da pesquisa notei a existência de *cliques*¹, relativamente autónomas e fechadas em relação aos agentes de direcção do mercado e ao quadro normativo institucional concebido para promover a cooperação no trabalho naquele local. Este facto levou-me a constatar a existência de confronto entre conhecimentos, crenças, perspectivas e experiências dos vendedores sobre o acto de co-operar, levando-os a manipular normas e adoptar estratégias para promoverem a cooperação no seu trabalho.

No seio das cliques eram notórias situações em que os vendedores tendiam a manipular normas e mobilizar estratégias segundo seus conhecimentos, suas crenças, perspectivas individuais e colectivas, ideias, opiniões e experiências. Definiam, redefiniam e construía papéis sociais, adoptavam-se reciprocamente hábitos, costumes e línguas, se ridicularizavam e competiam pelo acesso aos clientes e ao lucro.

Estes aspectos suscitaram-me interesse de aprofundar a compreensão sobre a maneira como isso acontece. Daí que vieram a tornar-se objecto de análise do presente trabalho. Como revelam as observações acima apresentadas, trata-se de realidade complexa expressa nas interacções e relacionamentos entre vendedores naquele contexto, no qual se aglutinam aspectos culturais, sociais, simbólicos, políticos e económicos objectivos, subjectivos e intersubjectivos. Como referiu Friedberg (1995: 353), nos contextos socioeconómicos cooperativos

se entrecrocaram, se confrontam e se ajustam racionalidades e comportamentos múltiplos e eventualmente contraditórios [...] uma estrutura de jogos cujas características e regras formais e informais canalizam e regularizam em simultâneo as estratégias de poder dos diferentes participantes.

¹ Segundo Mayer (1987: 148), clique é um “conjunto de indivíduos associados informalmente, mantendo elevado nível de interacção e ‘uniformidade’ em suas actividades...”. Para o presente estudo a clique reúne características de “quase-grupo” pelo facto de o grupo alvo do presente estudo, apesar de ser fundado de base informal, possuir um ego que é representante e coordenador das actividades e que legitima as normas e os comportamentos tidos como aceitáveis e necessários para a sua existência, funcionamento e destino.

Deste modo, a complexidade que as interações e relacionamentos entre os vendedores apresentam constituem o problema da presente pesquisa. Todavia, apesar dessa complexidade é possível perceber a maneira como os vendedores manipulam normas e mobilizam estratégias e como estas se articulam com o quadro normativo do mercado para criar um ambiente cooperativo no seu trabalho, apesar de serem oriundos de diversos contextos geográficos e dada a competição que envolve o seu trabalho (venda).

Com este estudo pretendo contribuir, do ponto de vista pragmático, para maior visibilidade da maneira como em contextos competitivos e interculturais cada vez mais complexos, as pessoas manipulam normas e mobilizam estratégias com recurso aos seus conhecimentos, crenças, ideias, opiniões, perspectivas e experiências para promover a co-operação.

Do mesmo modo, contribuir em trazer reflexões que complementam as interpretações e explicações existentes acerca das dinâmicas de cooperação em contextos competitivos e interculturais mais complexos nas sociedades contemporâneas.

2. Metodologia

A dinâmica de co-operação entre vendedores de vestuário no Mercado “Informal” de Xipamanine é uma realidade complexa, na qual se aglutinam aspectos culturais, sociais, simbólicos, políticos e económicos objectivos, subjectivos e intersubjectivos canalizados simultaneamente pelos mecanismos informais e formais. Para melhor analisá-las, adoptei uma abordagem qualitativa, articulando dois métodos de procedimento, nomeadamente o método histórico e etnográfico.

Como refere Richardson et al (1999: 80),

Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interacção de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos.

O método histórico, conforme Gluckman (1987), fornece proposições particulares, na medida em que a história de vida das pessoas ou de uma certa sociedade permite conhecer as características e episódios do seu passado que influenciam no modo de ser, estar, pensar e agir no presente e as dinâmicas sociais no seio dessas pessoas ou sociedade.

O método etnográfico, uma vez que conserva a premissa de que o estudo de um fenómeno social a partir de um contexto específico permite obter resultados para um estudo amplo e, aliado a isto, Van Velsen apud Feldman-Bianco (1987: 31) refere que “a análise sincrónica deve ser combinada com uma perspectiva diacrónica dos acontecimentos [...] o pesquisador deve formular suas indagações aos actores envolvidos e a outras pessoas, no contexto destes casos e a partir de incidentes específicos”. Por essa razão, para além dos vendedores, incluí os agentes de direcção do mercado por ter constatado que eles influenciam no modo de co-operar entre vendedores.

Por detrás deste estudo há dois princípios, nomeadamente o de objectividade e inteligibilidade. De acordo com Fernandes (1995: 164), o princípio de objectividade defende que “as coisas não são na realidade tal como nos aparecem; [...] por dentro das coisas é que as coisas são”. O princípio de inteligibilidade, segundo o mesmo autor, defende que “existem relações determinadas entre factos, [...] uma qualquer coisa não está numa relação qualquer com outra coisa qualquer” (idem). É deste modo que considerarei relevante fazer análise de dados émicos.

Como mostra Geertz (1989: 19), os dados étnicos permitem descobrir as estruturas conceptuais que informam os actos dos sujeitos, o ‘dito’ no discurso social, e construir um sistema de análise a partir dos próprios termos, de modo a perceber porquê se destacam de outros determinantes do comportamento humano.

Retomei a abordagem socioantropológica do quotidiano que segundo Teixeira (1994), tem carácter interdisciplinar e privilegia o estudo das práticas simbólicas que ocorrem no quotidiano das pessoas. Assim, busquei na Antropologia, Sociologia, História e Relações Internacionais reflexões com os quais orientei-me na análise dos dados.

O trabalho comportou três fazes complementares, nomeadamente a fase teórica, de pesquisa etnográfica e de análise e interpretação de dados. Na fase teórica efectuei revisão documental, a partir das fontes primárias indirectas (Planos do mercado e Estatutos da ASSOTSI), onde recolhi dados sobre a dinâmica e trajetória de cooperação no âmbito institucional. Este procedimento permitiu-me aprimorar a matriz teórica propagada pelo Sector “Privado” (organizações internacionais e nacionais não-governamentais) e obtive pontos de referência para a construção do objecto de estudo e leitura de uma parte da realidade em estudo.

Ainda na fase teórica efectuei a revisão de literatura a partir das fontes secundárias indirectas (artigos e livros científicos e monografias), onde aprimorei a base teórica e conceptual, e tive acesso aos escritos sobre interações e relacionamentos entre as pessoas em contextos socioeconómicos de competição e interculturalidade a níveis global, nacional e local.

Na fase de pesquisa etnográfica tornei-me “participante como observador”, que segundo May (2004: 183), o pesquisador “adopta um papel público e torna a sua presença e intenções conhecidas para o grupo. Nesse processo, ele tenta ‘formar uma série de relacionamentos com os sujeitos de modo que eles sirvam tanto como respondentes como informantes’”. Com base neste procedimento fui aceite tanto pela direcção, assim como pelos vendedores, o que contribuiu para a sua transparência no fornecimento de informação.

Para a recolha de dados, no primeiro momento negocieei com a direcção do mercado e no segundo com os próprios vendedores, tendo me baseado na observação directa e observação indirecta. Através de observação directa, escutei as conversas e expressões que os vendedores utilizam no mesmo momento que as suas acções se desenrolavam. Adoptei a técnica de observação indirecta, efectuando entrevistas abertas e conversas informais colectivas e individuais com os vendedores, no mercado, nas barracas, na rua e em suas residências de

alguns deles, enquanto que com os agentes de direcção foi apenas em seu escritório localizado no mesmo mercado.

Junto aos vendedores tive acesso a suas interpretações, explicações e significados que atribuem às suas práticas quotidianas e aos sistemas normativos prescritos vigentes no mercado concebidos para a sua cooperação no trabalho. O que me permitiu compreender as suas motivações para formação do grupo-alvo, expectativas e trajectórias na sua vida económica, social e cultural, suas interpretações, ideias, concepções sobre o acto de trabalhar em conjunto. Fiz o levantamento das informações sobre o tipo de laços (parentesco, vizinhança, familiar e proximidade) existentes entre eles, sua filiação religiosa e formação académica com vista a perceber se estes influenciam ou não na sua co-operação.

Fiz o levantamento de informação junto aos quadros directivos do mercado acerca das motivações para a promoção da cooperação entre os vendedores, dos mecanismos que eles accionam para esse efeito e o porquê da existência de grupos de vendedores relativamente autónomos e fechados no mercado. Com isso pretendia comparar estes dados com os dos vendedores com vista a garantir a veracidade sobre o surgimento do grupo alvo.

A pesquisa etnográfica decorreu de 14 de Agosto a 2 de Outubro de 2012, cujo grupo alvo é composto por nove vendedores de sexo masculino com idade compreendida entre 21 e 46 anos de idade, dos quais dois são autóctones de Maputo (Matutuine e Marracuene), quatro de Inhambane (Morumbene e Maxixe), dois de Gaza (Manjacaze e Chibuto) e um de nacionalidade zimbabueana. Este número (nove vendedores) foi determinado pela sua disponibilidade e vontade de colaborar em termos de fornecimento de dados, embora dentro de alguns limites, pois não quiseram ser identificados pelos seus verdadeiros nomes no trabalho devido a *luta simbólica*² que eles fazem contra a direcção do mercado.

O Mercado constituiu meu observatório privilegiado, pelo facto de congregar vendedores oriundos de diversos contextos geográficos e por subordinar-se a ASSOTSI, criada em 1999, sete anos depois que o mercado se encontrava em funcionamento e pelo facto de a mesma ser responsável pela elaboração dos Estatutos que regulam o seu funcionamento do mercado.

² Como mostra Bourdieu (1989: 11), luta simbólica envolve um conjunto de práticas e comportamentos através dos quais as pessoas procuram definir o mundo social mais conforme com os seus interesses e tentam impor o campo de tomadas de posições ideológicas.

Estes factos levaram-me a constatar que seriam as principais algumas das motivações para o surgimento de *cliques* de vendedores relativamente autónomas e fechadas, bem como pela manipulação de normas e adopção de estratégias entre eles.

De acordo com Netting (2008), todos grupos sociais ou comunidades sofrem influência tanto de outros grupos sociais, assim como do meio onde se encontram inseridos. Mas considero o grupo alvo da pesquisa como relativamente autónomo e fechado em uma perspectiva metodológica na medida a partir da maneira como estão organizados e de agir identificam-se como *clique* em um contexto onde se pretende que todas as pessoas apresentassem uma uniformidade.

A competição pelo acesso aos clientes e ao lucro entre vendedores dificultou-me o acesso à informação através das entrevistas e conversas naquele local, no momento que eu precisava. Como forma de contornar esta situação criei o segundo espaço, que abrangeu barracas, a rua e ocasionalmente as residências de alguns vendedores, principalmente aos finais de semana e depois da venda, onde intensifiquei a recolha de dados através de entrevistas e conversas. O mercado tornou-se espaço essencialmente para a observação directa, para evitar que a minha pesquisa embaraçasse ao seu trabalho.

Outro elemento constrangedor foi a dificuldade de acesso à certa informação junto aos quadros directivos do Mercado, referente a não adesão dos vendedores a algumas prescrições normativas vigentes nos Estatutos da ASSOTSI, órgão que “tutela” pelo mercado e pelos vendedores. Mas a partir dos depoimentos dos vendedores estabeleci ligações com as perspectivas presentes nos Estatutos e tirei algumas ilações.

3. Revisão de literatura

Neste capítulo apresento e analiso as principais linhas de abordagem sobre os processos de cooperação no trabalho entre pessoas em contextos socioeconómicos de competição e interculturalidade, identificando as suas contribuições, limites e pontos de referência que me auxiliaram na análise e interpretação dos dados da pesquisa e no aprofundamento de alguns aspectos que se escaparam dos estudos precedentes.

Os estudos socioantropológicos sobre a “co-operação” versus “cooperação” têm vindo a desenvolver a partir das reflexões sobre o trabalho e organizações desde anos 70 do século XX e inserem-se no paradigma cooperativo que surge após a Revolução Industrial no século XIX como consequência da expansão do capitalismo mundial e consequências práticas das teorias liberais e individualistas nos meados do século XIX que agravaram cada vez mais as desigualdades culturais, sociais, políticas e económicas (Pagotto 2010). Dias (1998) realça que o cooperativismo surge para “corrigir o ambiente económico-social”. Facto que levou a criação de várias organizações para promover o desenvolvimento socioeconómico das “comunidades” de baixa renda através da cultura do trabalho.

Em Moçambique, as reflexões sobre a co-operação associada ao movimento cooperativo surgem após a independência nacional, em 1975 (Cruz e Silva 2002). A autora refere que a materialização do projecto cooperativo deu-se com a criação da União Geral das Cooperativas (UGC), em 1980, sediada na Cidade de Maputo, no Bairro Ferroviário das Mahotas, na altura composta por sete cooperativas que envolviam mulheres pouco escolarizadas.

Segundo Vala (2002), o cooperativismo foi introduzido em Moçambique pelo Estado Colonial Português antes da independência nacional, cujo objectivo principal era a expansão e perpetuação do poder político português em todos os domínios da vida social, cultural, política e económica locais, do que para a acumulação do capital, como foi em outros países capitalistas. Como refere Van Vult (1992), este se tornou uma questão nacional, quando o governo de Moçambique adopta os seus princípios e fundamentos para promover o desenvolvimento social, económico e cultural das comunidades, através do trabalho em cooperativas e associações agrárias rurais.

Os princípios e fundamentos de cooperativismo³ foram adoptados pelo Sector “Privado” para a criação das cooperativas e associações do Sector “Informal” e na concepção das políticas e normas que regulam o seu funcionamento. Como mostra Cruz e Silva (2005), a primeira instituição deste sector a ser criada é a Associação dos Operadores e Trabalhadores do Sector Informal (ASSOTSI), em 1999, através da qual se propunha promover a cultura de trabalho (organização, cooperação, unidade, integração e solidariedade) com vista a alcançar a sua estabilidade social e económica, bem como o reconhecimento dos seus ocupantes pelo governo de Moçambique.

Em volta dos estudos sobre as dinâmicas de co-operação associada ao paradigma cooperativo identifiquei três abordagens, nomeadamente a neo-institucionalista, a culturalista e transversal (que articula premissas das duas abordagens).

Na abordagem neo-institucionalista, destacam-se Gaiger (2009) e Pereira (2008), para quem as políticas públicas (sistemas normativos institucionais) produzidas quer pelo Estado, quer pelas organizações da “Sociedade Civil” são determinantes e partilhadas entre pessoas para a sua cooperação social no trabalho. Em Moçambique, esta perspectiva é retomada pelo Estado e pelo Sector “Privado” visibilizada nos programas e planos de acção.

Na abordagem culturalista destacam-se Beyhaut (1994), Alvarez (2009) e Banducci Júnior (2011), para quem as normas manipuladas e estratégias mobilizadas e partilhadas entre as pessoas (cultura) são determinantes para sua cooperação social, entajuda e solidariedade.

Na abordagem transversal, encontram-se Cruz e Silva (2005), Biza (2009) e Barreiros (2010), para quem as práticas, interacções e relacionamentos entre pessoas inseridas em uma associação ou cooperativa são estruturadas por intermédio das normas e estratégias informalmente adoptadas entre elas envolvendo a sua cultura, e das políticas e normas institucionais formalmente estabelecidas.

Gaiger (2009: 564) em um estudo sociológico sobre a promoção socioeconómica das “comunidades” de baixa renda em Salvador, constatou que as desigualdades sociais, culturais, económicas e políticas constituíam obstáculo para a co-operação e “desenvolvimento”

³Segundo Büttgenbender (2009: 5-6), “o cooperativismo e a cooperação fundamentam a sua actuação nos valores de ajuda mútua, responsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade. O cooperativismo é regido à luz dos seus sete princípios, que são: adesão voluntária e livre; gestão democrática pelos membros; participação económica dos membros; autonomia e independência; educação, formação e informação; intercooperação e interesse pela comunidade.

socioeconómico. Na ideia do autor, as desigualdades têm raízes históricas difíceis que somente podem ser “removidas através de programas estruturais contínuos, alicerçados em decisões políticas de ampla envergadura” (idem).

Na visão de Gaiger (2009), as pessoas abrangidas pelas cooperativas e associações possuiriam interesses, valores culturais e simbólicas comuns, e partilhariam as mesmas normas e regras estabelecidos através de programas e planos de acção formalmente instituídos. Deste modo, ignora os aspectos subjectivos e intersubjectivos na promoção da co-operação entre pessoas.

A abordagem de Gaiger (2009) retoma Parson (1964) e Radcliffe-Brown (1987) quem analisam a sociedade/cultura como um todo integrado, estruturado, funcional e coerente. A cooperação sendo um aspecto cultural equivale considerá-la como algo homogéneo que resultaria da coerência das normas, regras, ideias, experiências e interesses entre as pessoas que exercem trabalho em um determinado contexto. O que não prevê a ocorrência de tensões e relações de poder entre elas.

A visão estruturalista de Gaiger é criticada por Gomasca (2012), considerando-a como herança das tradições sociopolíticas ocidentais aliadas ao multiculturalismo radical de base essencialista que nunca prestavam muita atenção à diversidade, e defendiam a superioridade da sua cultura sobre as de outras sociedades extra-europeias. Por seu turno, Ngoenha (1993: 29) considera discursos sobre o *outro* como pretextos dos europeus para falar da própria sociedade em defesa das próprias ideias.

Dumont (1985) apresenta uma visão mais abrangente sobre a ideia de igualdade e desigualdade sociais e culturais. Como refere o autor, estas constituem ideologias modernas herdadas das transformações históricas provocadas pelo Cristianismo, depois pela Revolução Industrial nos finais do século XVIII e posteriormente pela expansão do capitalismo mundial. Refere ainda que estas ideologias têm vindo a sustentar o individualismo que é uma categoria que diz respeito a tendência das pessoas se orientarem para acções simultaneamente particulares, competitivas, altruístas e cooperativas. O que significa que a igualdade e desigualdade são construções sociais, e são categorias que não existem no estado puro.

Pereira (2008) ao analisar o funcionamento de cooperativas agrárias em Trás-os-Montes e Alto-Douro, em Portugal, apresenta uma ideia segundo a qual o cooperativismo e associativismo seriam factores socioeconómicos exteriores aos indivíduos a eles direccionados, ao referir que

o cooperativismo e associativismo não são socialmente sustentados pela base social, mas são suportados a partir de dentro pela acção dos técnicos e dos dirigentes; não representam com a força necessária os interesses dos seus associados juntos dos decisores políticos, mas protegem aqueles destes; não geram as receitas necessárias à sua sustentabilidade financeira a partir da sua base produtiva, mas aproveitam os financiamentos directos e indirectos do Estado; não atendem com a eficácia desejada aos aspectos do desenvolvimento técnico-productivos, mas ajudam ao cumprimento dos desígnios político-institucionais (Pereira 2008: 71).

Alvarez (2008) diferentemente de Pereira (2008) e Gainer (2009) entende as desigualdades económicas, culturais, sociais e políticas como factores cruciais para a cooperação, integração, solidariedade e desenvolvimento socioeconómico das pessoas, produzidos por elas próprias no âmbito de interacção. De acordo com a autora, cada pessoa é portadora de conhecimentos e experiências que na sua interacção com as outras geram a cooperação, convivência, solidariedade e integração sociais. O implica considerar as subjectividades e intersubjectividades como exclusivos para esses efeitos.

Beyhaut (1994) antecipara a visão de Alvarez (2008) ao efectuar um estudo sobre os processos da construção das relações sociais entre nativos e imigrantes no contexto latino-americano, uma região considerada como sendo marcada profundamente pela diversidade de culturas, onde observou que os aspectos tradicionais mais antigos de cada grupo eram determinantes na construção de laços cooperativos, convivência e entreajuda entre eles. Como refere Beyhaut (1994), estas sociabilidades surgiam espontaneamente, com destaque para a adopção recíproca dos hábitos, costumes, línguas, atitudes e opiniões entre grupos vizinhos e imigrantes. Na visão do autor, estes eventos não podem ser antecipadamente planificadas e colocadas em acção através da legislação e dos programas e planos.

De igual maneira, Banducci Júnior (2011) ao efectuar um estudo na fronteira entre Brasil e Paraguai, no qual propunha-se analisar os intercâmbios culturais e tensões identitárias entre nativos e turistas chega às mesmas conclusões que Beyhaut (1994), e acrescenta que a formação das relações cooperativas, de convivência e solidariedade tinha sido acompanhado pela interiorização das diferenças e processo contínuo de construção do “outro”, onde os elementos diferenciadores ao mesmo tempo geram relações de proximidade a partir do momento em que um procura apreender ou outro, acabando por se identificar com ele, rompendo desta forma as fronteiras culturais e simbólicas entre eles.

Em uma abordagem sociológica sobre o associativismo e as práticas culturais como veículos de integração dos imigrantes em Portugal, Barreiros (2010: 5) apresenta a visão segundo a qual “a dimensão cultural constitui-se muitas vezes como cerne dos conflitos” nas sociedades contemporâneas que são profundamente caracterizadas pelo individualismo e pela heterogeneidade cultural. Mas o autor sugere a possibilidade destes serem regularizados e superar seus efeitos perversos.

Ao analisar as concepções tradicionais de associativismo e cooperativismo em comparação com as características da sociedade portuguesa, por referência àquelas pessoas inseridas nas associações e cooperativas, o autor observa que entre elas se ocorrem relações de poder, possuem perspectivas individuais, ideias diferentes e compartilham certas normas. A partir destas observações, Barreiros (2010) considera uma associação ou uma cooperativa como rede social onde os laços sociais entre as pessoas nelas inseridas se estruturam de duas maneiras. A primeira de dimensão formal, cujas acções são do domínio político e a segunda é informal que pertence ao domínio social, onde para ele as relações sociais são autonomamente formadas e mais consistentes do que no político.

Na visão de Barreiros, os domínios político e social são campos separados, estando o domínio social desprovido de estrutura política, como se as acções, interacções e os relacionamentos entre as pessoas se constituíssem somente informal e espontaneamente. O aspecto fundamental na sua análise é a sua adesão à ideia de Albuquerque et al (2005) por ele citado, segundo a qual as associações constituem um “espaço de convivência, cooperação, comunicação, educação, organização, socialização, reinterpretação das tradições e de mediação entre a sociedade de origem e a de acolhimento”, sejam elas formais ou informais (Barreiros 2010: 14).

Em Moçambique quer o governo quer o sector privado têm adoptado os princípios do cooperativismo na criação das cooperativas e associações e na concepção das políticas e normas que regem o seu funcionamento, onde os Programas e Planos de acção e seus dirigentes são considerados agentes dinamizadores. Esta maneira de agir do governo e do sector privado corrobora a perspectiva neo-institucionalista.

A introdução do PPI (Plano Prospectivo Indicativo) em 1977, pelo governo, e aprovado oficialmente em 1981, é um exemplo típico desta abordagem. Como refere Castel-Branco (1995), com o PPI pretendia-se superar, em apenas dez anos, a crise económica provocada

pelo colonialismo português. Facto que levou a colectivização do campo e aposta pela industrialização e formação baseadas na centralização do processo de acumulação de capital no Estado e marginalização do campesinato.

De acordo com Castel-Branco (1995), com o fracasso do PPI o governo de Moçambique adoptou, em 1987, o Programa de Reabilitação económica (PRE) inspirado e condicionado pelas políticas do Banco Mundial (BM) e Fundo Monetário Internacional (FMI). Contrariamente ao PPI, a gestão e dinamização da economia no PRE estiveram na responsabilidade do sector privado, tendo se identificado como problema deste a falta de atenção pelas populações vulneráveis, o que levou à formação do Programa de Reestruturação Económica e Social (PRES).

O plano de acção mais abrangente instituído pelo governo de Moçambique foi a Agenda 2025, em 1998, como estratégia de reflexão sobre o futuro do país, apelando para a formação de uma cultura mais participativa, cooperativa e democrática (COMITÉ DE CONSELHEIROS 2003).

Alguns autores analisam o cooperativismo em uma perspectiva anti-estruturalista e dialéctica, em que ao invés deste contribuir para a harmonia, convivência, solidariedade e cooperação entre as pessoas e para a sua estabilidade social e económica, desestrutura-as e torna-se cada vez mais vulneráveis. Como refere Hanlon (1997), o cooperativismo veio reforçar os padrões das desigualdades e injustiça herdados do colonialismo português em Moçambique.

De igual maneira, Van Vugt (1992) constatou que em Moçambique, o cooperativismo tinha vindo a aumentar a “miséria”, “pobreza” e desagregação da sociedade, dada à implementação das políticas e dos modelos socioeconómicos ocidentais que dão primazia aos aspectos económicos e materiais. O autor via as cooperativas ora criadas como meios de facilitação de acesso à “ajuda” externa, em benefício das organizações internacionais e minoria governante.

Castel-Branco (1994) e Negrão (2001) realçam que o “sistema” cooperativo criou descontentamentos para maior parte de agricultores autóctones devido a imposição das tecnologias e modelos socioeconómicos ocidentais e marginalização das suas tecnologias e iniciativas. O que contribuiu para a desestruturação da sociedade e da economia levando alguns agricultores a abandonar a prática de agricultura e dirigir-se às cidades para ser trabalhadores domésticos, e outros optando pelo auto-emprego no comércio “informal”.

Cruz e Silva (2005), ao analisar o papel da ASSOTSI a partir de alguns mercados “informais” na Cidade de Maputo notou que esta impunha políticas e normas que defendiam aspectos económicos e materiais, ignorando iniciativas, experiências, valores culturais e simbólicos dos vendedores. Facto que contribuía para a fraca adesão por parte de alguns vendedores, ao ponto de recorrer a outras alternativas como é caso do accionar de diversas redes de sociabilidades e de poupança, com vista a materializar os seus interesses.

A autora constata que “o desencadeamento de cadeias de solidariedade ou o accionar de redes de solidariedade em momentos de crise, são o produto de acções separadas e independentes do funcionamento da associação e das taxas cobradas nos mercados onde a ASSOTSI está inserida” (Cruz e Silva 2005: 15). Constatação essa que foi retomada por Biza (2009) na sua reflexão sobre as dinâmicas associativas de jovens em Moçambique, onde procurava identificar e analisar as motivações de engajamento dos jovens nesses agrupamentos.

Como refere Biza (2009: 392), “o espaço das associações de jovens encontra-se muito fragmentado, menos coordenado e estruturado, agindo mais na lógica de competição e com défice de representatividade da maioria dos estratos de jovens”. Entretanto, esta ideia deve ser relativizada e contextualizada, pois em alguns contextos a competição fortifica os laços sociais, promove dinâmicas cooperativas entre pessoas e contribui para a materialização de projectos comuns (Pereira 2008; Barreiros 2010).

Biza (2009: 383) observou também que os jovens são construtores sociais com possibilidades de criar espaços de engajamento e agir como indivíduos para assegurar a sua participação e a sua legitimação a partir da leitura e consideração que fazem da sua experiência social e dos constrangimentos aos quais se confrontam no quotidiano. O que denota a multifuncionalidade da experiência social dos jovens.

Após a análise das abordagens dos autores acima referenciados verifiquei que Beyhaut (1994), Cruz e Silva (2005), Alvarez (2008), Biza (2009) e Banducci Júnior (2011), apresentam premissas das teorias sociocultural construtivista e interpretativista ao analisar a co-operação/cooperativismo como construções dos próprios indivíduos em interacção.

A partir destas premissas é possível perceber como os vendedores manipulam as normas institucionais vigentes no mercado e mobilizam estratégias para promover a cooperação no âmbito do seu trabalho, e como eles conseguem se manter naquele espaço onde o comportamento e acções esperados estão parcialmente distorcidos.

As abordagens culturalista, neo-institucionalista e transversal acima apresentadas são problemáticas porque consideram as relações estabelecidas entre pessoas como produtos exclusivos da cultura⁴ dessas mesmas pessoas, perdendo de vista a complementaridade e interdependência entre a cultura e quadros normativos institucionais formais. O que faz com que estes sejam considerados como realidades fragmentadas e independentes uma da outra.

Estas abordagens (culturalista, neo-institucionalista e transversal) são igualmente problemáticas porque conservam as premissas da teoria estruturalista que analisa a co-operação como “sistema” onde existiria coerência e partilha das normas, símbolos, interesses, conhecimentos, ideias, opiniões e experiências entre as pessoas de um determinado grupo. O que prevê a convivência estritamente harmónica, estável e equilibrada entre as mesmas pessoas, um caso que no meu ponto de vista raramente acontecer entre os seres humanos.

Crespi (1997) opõe-se à ideia de considerar fenómenos socioculturais como sistema, pois para ele o termo “sistema” introduz a ideia de

um todo harmónico funcional relativamente aos imperativos do sistema social, subvalorizando o momento genético da cultura: enquanto os valores podem encontrar expressão num âmbito existencial mais amplo e podem também entrar em confronto com a ordem constituída, as regras são, geralmente, produto de condicionamentos de tipo social (Crespi 1997: 94).

Para além dos problemas acima mencionados, a totalidade dos autores das três abordagens interessaram-se em estudar nas e sobre as cooperativas e associações formais enfatizando a adesão das pessoas aos projectos e pressupostos cooperativos e associativos, dando menos atenção a *cliques* que aí se encontram e a maneira como elas surgem e conseguem se manter no espaço onde se espera que agissem da maneira como foi programado. O que demonstra certa ignorância dos aspectos informais.

Apesar das limitações de cada uma das abordagens (neo-institucionalista, culturalista e transversal) para a análise mais profunda das dinâmicas de co-operação entre vendedores, adoptei-as de forma articulada e integrei-as na perspectiva sociocultural construtivista ancorada nos planos interpretativo e compreensivo, com vista a atribuir sentido e aprofundar a análise do que acontece no quotidiano dos vendedores relativamente ao processo comercial.

⁴ Por cultura refiro-me ao que Salazar (1997: 36) concebe como “conjunto de conhecimentos, crenças e ideias adquirido e utilizado por um grupo particular de pessoas para interpretar experiências e gerar comportamentos.

3.1. Conceptualização

Neste trabalho operacionalizei os conceitos de cooperação, competição e interculturalidade que os construí a partir das perspectivas sociocultural construtivista e interpretativista, uma vez que estas perspectivas integram aspectos simbólicos e culturais envolvidos no contexto de interacção entre as pessoas.

A partir da visão de Amorim (1994) e Palmieri e Branco (2004), concebo a co-operação (com hífen) um acto de trabalhar em conjunto entre pessoas, que envolve um fluxo complexo de práticas intencionais e espontâneas, produtos da interacção das normas, de diversos conhecimentos, perspectivas e experiências sociais e históricas e dos significados que elas atribuem a tais normas e práticas, chegando a ter uma convivência minimamente pacífica. E designo por cooperação (sem hífen) aos relacionamentos estabelecidos entre as pessoas em um contexto de trabalho.

Entendo a competição como atributo individual para designar concepções relativas a critérios de preferência que acabam por participar activamente na promoção de interacção social específica que possibilita melhor expressar a dimensão co-construtiva que caracteriza o contexto das dinâmicas interactivas (Khon 1979 citado por Palmieri e Branco 2004).

Adopto o conceito de interculturalidade construído por Alvarado, citado por Lopes (2012: 60), para quem este é:

- a) um conceito dinâmico que supera o Multiculturalismo ao reconhecer a sociedade como um espaço de permanente interacção;
- b) propugna não apenas o respeito à diversidade cultural, mas a necessidade da convivência e troca de experiências;
- e) pressupõe a interacção entre as culturas que, embora muitas vezes tensa, pode ser regulada.

Está explícita neste conceito a contribuição das políticas públicas e normas institucionais formalmente instituídas na abertura e geração de relações de cooperação, confiança, reconhecimento mútuo, comunicação, aprendizagem, intercâmbio e convivência entre as pessoas de diversas “culturas” e origens geográficas.

4. Cooperação entre vendedores de vestuário no Mercado “Informal” de Xipamanine

4.1. Caracterização e quadro normativo institucional do mercado

Neste subcapítulo exploro aspectos sobre o surgimento do Mercado “Informal” de Xipamanine, identifiquei algumas perspectivas e prescrições normativas institucionais e motivações para a formação do grupo alvo (vendedores de vestuário) e sua identificação.

O Mercado “Informal” de Xipamanine, anteriormente designado por “campo”, foi criado em 1992, legalizado e reconhecido seus impactos socioeconómico e cultural pelo governo de Moçambique em 1999, graças a intervenção da ASSOTSI, também criada em 1999, com o apoio do Comité da Mulher Trabalhadora (COMUTRA) e da Organização dos Trabalhadores Moçambicanos (OTM) (Cruz e Silva 2005: v).

Consideram-se como fundadores da ASSOTSI aqueles que lutaram pelo reconhecimento legal da mesma. Fazem parte deste grupo os operadores e trabalhadores do sector “informal” provenientes de todos os ramos de economia nomeadamente o comércio, pequena indústria e prestação de serviços, particularmente indivíduos de sexo feminino, um grupo que se sentia como sendo social, cultural e politicamente vulnerável (ASSOTSI 1999, arts. 6 e 7).

O Mercado Informal de Xipamanine localiza-se na Cidade de Maputo, no Distrito Municipal Ka Lhamankulo, nas proximidade da Rua Irmão Bobby. Conforme os dados do Censo de 2007, este distrito tem cerca de 155 385 habitantes e é composto por sete Bairros nomeadamente, Aeroporto A e B; Xipamanine; Minkadjuine; Unidade 7; Chamanculo A, B, C e D; Malanga e Munhuana. Segundo a posição científica do mapa de Moçambique, está limitado a norte pela Rua 2 447, a sudeste pelo Mercado “Formal” de Xipamanine e a Oeste pela Rua nº 2 284.

Não foi possível colectar dados numéricos dos vendedores existentes no mercado aquando da sua criação, mas até o período de realização desta pesquisa, em 2012, conforme os dados constantes no mapa fornecido pela representante da ASSOTSI no mercado, estes totalizavam 2 322, dos quais 1 790 de sexo feminino e 532 masculino de nacionalidade moçambicana oriundos de todas províncias e de nacionalidade zimbabueana, tanzaniana, ruandesa, congoleza e nigeriana, cujo número de cada grupo sociocultural era ainda desconhecido pela direcção do mercado. Consta no mesmo mapa que o mercado possui 2 568 bancas das quais 246 estão desocupadas, cujos ex-ocupantes deslocaram-se ao Mercado Grossista de Zimpeto.

Segundo as constatações dos agentes de direcção do Mercado “Informal” de Xipamanine, a saída dos vendedores deste mercado para o de Zimpeto deveu-se à redução dos compradores e elevada concorrência provocadas pela transferência do Mercado de Malanga para Zimpeto levando consigo um número relativamente elevado dos compradores que faziam o vaivém (Malanga-Xipamanine) à procura de melhores preços.

O Mercado está subdividido em duas parte, uma que é composta pelas barracas e bancas que estão sob controlo da direcção do mercado. As barracas encontram-se nos arredores do mercado e as bancas estão na sua maior parte situadas nos sectores de venda de roupa usada, vulgarmente conhecida por “calamidade”. Outra parte das barracas e bancas estão sob controlo de proprietários singulares que as adquiriram aquando da criação do mercado, no período que precede o advento da associação. Na maior parte destas bancas vende-se roupa nova, importada da África do Sul, Zimbabwe, Malawi e Nigéria. Todas as barracas e bancas são acessíveis para qualquer um que precisar de desenvolver a actividade comercial naquele local. Acesso esse que pode ser pela compra ou pelo aluguer, dependendo da negociação com os seus proprietários.

As barracas são construções de blocos e cimento com cobertura de chapas de zinco onde se vende c cerveja, refrigerantes, água mineral e comida cozida. Algumas delas possuem mesas de bilhares. As bancas são construções feitas de estacas e madeiras, com coberta de lonas e estilhaços de chapas de zinco improvisados. Estas variam de um a dois centímetros de comprimento e estão alinhadas em uma sequência de doze a dezoito bancas por cada lado, formando sectores compostos por vinte e quatro a trinta e seis bancas. Esta estrutura e organização das bancas foram proposta estabelecidas pela ASSOTSI em substituição daquela cujas bancas encontravam-se extremamente desorganizadas e em um estado avançado de degradação, antes da sua criação.

Conforme consta nos Estatutos da ASSOTSI (1999, art. 1), esta associação foi reconhecida, através do disposto nº 1 do artigo 5 da Lei nº8/91, de 19 de Julho, e artigo 1 do Decreto nº21/91, de 3 de Outubro, como “pessoa colectiva de direito privado, dotada de personalidade jurídica e autonomia administrativa patrimonial e financeira, constituída nos termos da lei e apresentando-se como uma organização de carácter associativo”. Foi nesse contexto que esta passou a zelar pelo Mercado “Informal” de Xipamanine e pela totalidade dos mercados pertencentes ao Sector “informal” espalhados por todo o país, cabendo ao Conselho Municipal a tarefa de zelo pelos mercados “formais”.

Nestes termos, a ASSOTSI propôs-se promover a protecção social⁵ às pessoas consideradas social e economicamente vulneráveis, de baixo nível de escolaridade e sem emprego no sector “formal”, mediante diferentes estratégias de intervenção, entre as quais a concepção de políticas e normas com vista a

- a) Promover a unidade no seio dos Operadores e Trabalhadores do Sector Informal;
- b) Promover e defender os direitos e interesses dos Operadores e Trabalhadores do Sector Informal para a melhoria das suas condições de trabalho e de vida;
- d) Encorajar os operadores e trabalhadores do sector informal e a realização de investimentos que concorrem para a sua inserção no sector formal;
- e) Promover a elevação do nível cultural técnico-profissional dos Operadores e Trabalhadores do Sector Informal;
- f) Desenvolver a solidariedade e interacção seio dos trabalhadores e Operadores do Sector informal;
- g) Representar os Operadores do Trabalhadores do Sector Informal perante instituições do Estado e assim como privadas (ASSOTSI 1999, art. 5).

Os vendedores afirmaram que eles próprios atingem estes objectivos sem a mediação da associação. Facto que revela a manipulação das normas institucionais por parte dos vendedores e sua influência nas interacções e nos relacionamentos entre os mesmos.

A ASSOTSI reconhece como Membros efectivos os operadores do sector informal oriundos de todos os ramos de actividades como comércio, pequena indústria, prestação de serviços e todos trabalhadores assalariados que desenvolvem actividades profissionais neste sector, que aceitam os seus estatutos e programas, dispostos a participar na sua implementação e seu desenvolvimento e que pagam quotas no valor de duzentos meticais mensal (ASSOTSI 1999, art. 6, nº 3 e art. 7, nº 1).

Há uma ambiguidade que torna confusa e menos esclarecida o tornar-se ou não Membro efectivo e associado, comparando a informação presente nos Estatutos da ASSOTSI e as explicações dadas pelos vendedores. Pois segundo os Estatutos, os vendedores são Membros efectivos por pertencerem ao ramo de comércio, e ao mesmo tempo não são Membros efectivos nem associados pelo facto de eles contestarem a implementação dos estatutos mas eles mantêm-se e exercem sua actividade no mesmo mercado.

⁵ Segundo Francisco e Paulo (2006: 14), a protecção social [...] é uma aspiração legítima que todos os cidadãos devem poder usufruir, nos termos claramente estabelecidos por via estatutária, regulamentar e força da lei escrita, quer por via consuetudinária, normas, costumes ou tradições costumeiras.

A ambiguidade verifica-se também no que diz respeito usufruto dos direitos como Membro associado. De acordo com a ASSOTSI (1999, art. 10), os Membros associados têm direito de

- a) Participar das actividades e apenas opiniões sobre todos os assuntos ligados a vida interna da Associação;
- b) Ser representado pela ASSOTSI perante o Governo e outras instituições oficiais na solução dos problemas ligados a actividades do Sector Informal;
- d) Beneficiar dos programas de formação técnico-profissional, culturais, desportivos, recreativos e outras actividades que sejam realizados pela ASSOTSI;
- f) Apresentar aos órgãos Directivos da ASSOTSI reclamações e queixas quando considerar que os seus direitos de associados foram violados.
- g) Expressar livremente no seio dos órgãos as suas críticas e observações sobre o desempenho das actividades estabelecidas no programa de funcionamento dos corpos directivos.

A ambiguidade é visibilizada no facto de os vendedores terem afirmado que desconheciam destes direitos e que nunca os tinham usufruído, mas que eles são abrangido pelo direito em b), a pesar que não participarem activa e conscientemente na associação.

A nível da estrutura orgânica, a ASSOTSI possui o Núcleo de Base (NB) constituído por indivíduos vindos das comissões de trabalho existentes nos mercados, eleitos com base na confiança no seu trabalho, depositada pelos seus colegas para desenvolver actividades tais como:

- a mobilização dos operadores e trabalhadores da sua área de concentração para se filiarem na ASSOTSI e
- a representação dos operadores e trabalhadores da sua área de concentração, e funcionar como elo de ligação entre estes e a direcção executiva da Associação (ASSOTSI 1999, art. 33).

Neste aspecto está igualmente presente ambiguidade pelo facto de os vendedores não estarem formalmente filiados na associação e alguns deles desconhecem o NB, mas sendo por ele representados enquanto operadores que fazem parte da sua área de concentração.

A ambiguidade e complexidade dos factos acima descritos revelam a existência de um parcial confronto entre a cultura dos vendedores e o quadro normativo institucional estabelecido pela ASSOTSI para promover a cooperação no trabalho entre vendedores e estes com os restantes trabalhadores (agentes de direcção, de segurança, de limpeza e cobradores das taxas) no mercado. O que justifica a existência de *cliques* de vendedores parcialmente autónomas e

fechadas naquele local (mercado) e a sua parcial adesão às políticas e normas institucionais vigentes no mercado. Isto é confirmado pela afirmação de um informante que é o mais antigo no mercado, a nível do grupo, ao referir que

“Eu estou aqui no mercado desde há muito tempo. Vi o mercado a nascer quando os polícias nos perseguiram de um lado para o outro porque só reconheciam aquele espaço vedado, mas não havia espaço para nós. Assim, acabaram de nos deixar vender aqui fora, na condição de pagarmos taxas diárias e mensais. Só que, anos depois vimos a aparecer uma associação que diziam que era para ajudar. Pelo contrário ela veio complicar a nossa vida, e os próprios chefes que fugíamos juntos da Polícia é que nos tiraram dos lugares onde estávamos bem situados e fizeram novos alinhamentos. Os bons lugares ficaram com eles, por isso não quero saber dessa associação⁶”.

Esta afirmação explica também o facto de dos nove vendedores que compõem o grupo alvo apenas três que conhecem o Escritório e agentes de direcção do mercado, que são simultaneamente Membros efectivos e associados da ASSOTSI. Destes nove vendedores, três são oriundos de Maputo, distritos de Matutuine, Marracuene e Catembe, três de Inhambane (Maxixe e Morrumbene), dois de Gaza (Xai-xai e Chibuto) e um de Zimbabwe.

O facto de o grupo alvo ser composto apenas por vendedores de sexo masculino tem a ver com o facto de até então nenhuma mulher ter-se dirigido àquele sector para praticar a venda de vestuário nem mesmo aquelas com as quais eles têm relações de parentesco, de familiaridade e de amizade. O que afasta a ideia de discriminação de género tanto por parte dos vendedores, assim como por minha parte, no processo da sua selecção como informantes.

⁶ Entrevista com informante-chave C, o mais antigo e representante do grupo alvo, realizada a 17 de Agosto de 2012.

4.2. Das prescrições normativas institucionais às práticas, normas e regras informais

Neste subcapítulo analiso a maneira como os vendedores manipulam normas e regras institucionais e as incorporam no seu “sistema” cultural e simbólico para construir um ambiente cooperativo e produzir dinâmicas interactivas entre eles.

Como demonstrei no subcapítulo anterior, o Mercado Informal de Xipamanine possui um quadro normativo institucional, vendedores e agentes de direcção que se empenham em fazer cumprir as normas e regras do funcionamento do mercado e para a formação da cultura de trabalho naquele local. A interacção destes elementos permitiu identificar a existência de dois mecanismos (formais e informais) que se complementam e são interdependentes no processo de co-operação entre os vendedores.

Os mecanismos formais dizem respeito ao cumprimento de algumas normas que vão da inserção e aquisição de bancas até a formação de redes cooperativas e associativas mais ou menos estruturadas. Neste processo, a inserção no mercado e aquisição de bancas pelos são mediadas pelos agentes de direcção do mercado, quem indicam as bancas disponíveis e informam aos requerentes sobre as condições de aquisição, ocupação e de trabalho (venda).

Os mecanismos informais dizem respeito às estratégias adoptadas pelos vendedores que incluem a manipulação das normas e o accionar de diversas redes de sociabilidades (familiares, parentesco e vizinhança) estabelecidas entre eles em contextos extra-mercantis, como é o caso do local de origem, de acolhimento (Cidade de Maputo) no caso dos vendedores imigrantes, particularmente em suas residências, barracas e rua.

Do universo das normas e regras institucionais estabelecidas pela ASSOTSI para regular o funcionamento do mercado e promover as relações cooperativas entre vendedores e estes com todos os utentes no mercado, os informantes-chave destacaram o pagamento de taxas diária (cinco meticais) e mensal (dez meticais) como indispensável para a sua permanência e venda no mercado. Estas taxas são cobradas pela ASSOTSI, por intermédio de uma equipe composta por duas mulheres e um homem, cujo valor colectado é aplicado na manutenção das infra-estruturas (casas de banho e bancas) e no pagamento de salário aos trabalhadores.

Como afirmou um dos agentes de direcção do mercado,

“O pagamento das taxas diária, mensal e de uso das casas de banho é uma norma instituída pela associação, que deve ser cumprida por todos

vendedores. Quem não cumprir pode ser expulso. Mesmo que não abra a banca um ou mais dias tem a obrigação de pagá-los no dia que estiver presente. Há outras coisas em que fechamos os olhos e deixamos acontecer desde que não afectem o nosso trabalho e o funcionamento do mercado. Por exemplo alguns bebem e discutem entre eles. Nós intervimos quando eles nos solicitam, ou quando somos comunicados por alguns vendedores sobre o que estiver a acontecer. Esses só gostam de coisas feitas. Não querem se filiar na associação para garantir a melhoria do mercado e desenvolvimento da associação⁷”.

Em contrapartida um dos informantes entrevistado afirmou o seguinte:

“Nós pagamos cinco meticais da taxa diária e dez da taxa mensal, pagamos também dois meticais para fazermos necessidades menores e cinco para maiores. Fazemos limpeza nas nossas bancas e resolvemos os nossos problemas sem nos dirigir ao Escritório, mas não somos nem queremos ser sócios da associação porque isso não vai nos trazer nada para além do que temos nem do que somos. Quando alguém precisa de uma banca eles dão voltas para ter que “bater mesa”, caso contrario te indicam um sítio que não dá para a mercadoria que deseja vender. Mas, de repente aparece outra pessoa e lhe dão um lugar estratégico. Aqueles sectores de calamidades são deles e estas barracas grandes que estão aqui também são deles. Por isso que nós mandamos fumar. E pagamos as taxas porque foi assim desde há muito tempo, antes de existir a associação e em todos os mercados onde passamos sempre fazemos isso⁸”.

As notas de entrevistas acima transcritas demonstram que realmente existe um parcial confronto entre a ASSOTSI e os vendedores que revelam a incongruência entre o quadro normativo institucional, a maneira como trabalham os agentes de direcção do mercado e perspectivas dos vendedores. Facto que sujeita tal quadro normativo a manipulações pelos vendedores. O confronto e manipulações justificam-se pela relativamente autonomia e fechamento observáveis entre os vendedores, que por sua vez traduzem-se no que Morin

⁷ Entrevista com um agente de direcção do mercado (Adjunto do Chefe do Escritório), realizada no dias 5 de Outubro de 20 de Agosto de 2012.

⁸ Entrevista com informante-chave E, realizada no dia 17 de Agosto de 2012.

(1986), citado por Macedo (2009: 202) designa por resistências colaboradoras⁹, uma vez que estas contribuem para a existência e vitalidade dos vendedores, do mercado e da associação.

As relações sociais estabelecidas entre vendedores que permitem classificá-los como autónomos e fechados surgem, em parte, da necessidade e esforço para se libertar das políticas e leis estabelecidas pela ASSOTSI, produzindo outras leis e políticas dotadas de instâncias próprias capazes de contestar os desígnios dessa associação. Mas eles, ao mesmo tempo, cumprem aquelas que os garantem a sua manutenção no mercado para garantir a subsistência familiar, ter casa própria, possuir uma esposa, garantir a formação académica e profissional e o futuro dos filhos.

O cenário que ocorre entre os vendedores, a direcção do mercado e a associação associa-se à ideia de Bourdieu (1996), segundo a qual as pessoas e instituições formam um *campo* onde cada parte procura definir o seu mundo social conforme aos seus interesses, perspectivas e crenças. O *campo* tal como refere Bourdieu (1996: 50), é um “campo de forças”, uma estrutura que constringe os agentes (pessoas e instituições sociais) nela envolvidos, um “campo de lutas” em que os agentes actuam conforme suas posições relativas no campo de forças, envolvendo o valor e as formas de capital (cultural, social económico ou simbólico) que lhes dão a sustentação e capacidade de conservar ou de transformar a estrutura.

⁹De acordo com Morin (1986), citado por Macedo (2009: 202) “as redes informais, as resistências colaboradoras, as autonomias, as desordens, são ingredientes necessários à vitalidade das Empresas. (...) a atomização da sociedade requer novas solidariedades vividas de forma espontânea e não apenas impostas por lei...”.

4.3. Práticas, normas, regras e estratégias de cooperação na venda entre vendedores

Neste subcapítulo, analiso as práticas de cooperação entre vendedores e significados que eles as atribuem. Procuro perceber também identificar os aspectos normativos que resultam dessas práticas e seus significados, bem como a maneira como estes contribuem para sua cooperação tendo em conta a competição e a interculturalidade que caracterizam os vendedores.

Com a criação e funcionamento da ASSOTSI no Mercado “Informal” de Xipamanine em 1999 registou-se a ligeira mudança no curso das dinâmicas de cooperação entre vendedores. Começou a surgir e fortificar-se grupos relativamente autónomos e fechados de vendedores que desacreditavam e desconfiavam das políticas e normas da associação. Esta situação contribuiu para o aparecimento de práticas de co-operação como resposta a imposição do quadro normativo instituído pela associação para regular o funcionamento do mercado e promover a cultura de trabalho entre os vendedores e estes com agentes de direcção e com os agentes de serviços de segurança, limpeza e cobrança das taxas diárias e mensais.

As práticas actualmente observáveis entre vendedores são o reflexo das reacções dos vendedores contra os serviços da ASSOTSI aquando da sua implantação naquele mercado, que à partida parecem estar “separadas e independentes do funcionamento da associação”, como constatou Cruz e Silva (2005: 15). Tais práticas abrangem eventos observáveis desde a inserção e aquisição de bancas no mercado, até a formação de redes cooperativas e associativas.

Em um total de nove vendedores de vestuário, três inseriram-se no mercado e tiveram acesso a bancas por via de aluguer e dois pela compra, com pagamento feito por dinheiro e bens como gado e mobília. Os restantes quatro inseriram-se através do contracto de trabalho, cujo salário é pago mensalmente em dinheiro e varia de mil oitocentos à dois mil e duzentos meticais. Assim, se destacam três categorias de vendedores nomeadamente os proprietários (donos das bancas), semi-proprietários (aqueles que alugam) e empregados (simples trabalhadores).

As três categorias de vendedores apresentam uma distribuição horizontal denotada pela existência de empregados mais respeitados pelos proprietários que chegaram depois que estes se encontravam no mercado. O que os confere um certo estatuto ilustrado pelo uso dos termos “mais velho” e “doutor”.

“Chamo a ele por ‘mais velho’ e por ‘doutor’ apesar de ser meu puto, tanto pela idade assim como pelo dinheiro, e ainda mais, meu empregado, por ter lhe encontrado aqui quando cheguei. Ele me ensinou muitas coisas sobre o negócio de roupa. Me mostrou lojas onde vendiam roupa a grosso e a bons preços, e barracas que faziam boa comida¹⁰”.

Neste contexto, os termos “mais velho” e “doutor” são aplicados em lugar de nomes pessoais definidos pelo tempo de chegada e de ocupação do espaço no mercado e exprimem um tipo de relacionamento que reduz a bipolarização de *eu* (patrão) e *outro* (empregado) e introduz a ideia de *nós* (vendedores), que é necessário do ponto de vista prático, para a sua cooperação. Esta tendência para a igualdade entre vendedores corrobora a visão de Banducci Júnior (2011) ao conceber as sociabilidades que se constituem entre pessoas de “culturas distintas” quando estas procuram apreender-se umas às outras e trocam experiências entre si.

O processo de inserção dos vendedores, quer por via de compra e de aluguer, quer pelo contrato de trabalho é também mediado pelas redes de relações sociais baseadas na amizade, familiaridade, profissionais e de parentesco anteriormente estabelecidas entre eles em outros contextos socioculturais, que no mercado são recriadas e consolidadas consoante fins que eles pretendem atingi-los, contribuindo deste modo para a sua co-operação.

Tais fins tem carácter normativo e estruturante do tipo persuasivo, como controlo e eliminação de “intrusos”, “aproveitadores de mulheres”, *massopene*¹¹ e “preguiçosos”. E para a reprodução socioeconómica, com destaque para o *xitique* de circulação de dinheiro que é aplicado na construção de casa própria, formação académica e profissional, *lobolo* e solução em situações de emergência como, doença, morte e para ajudar a quem for à falência, de modo a recuperar o negócio e se manter no grupo.

No que diz respeito à mediação das redes sociais na inserção dos vendedores no grupo e na aquisição de bancas, um informante revelou o seguinte:

“Estou cá em Maputo há dois anos. Conheci meus três amigos, também de Maxixe. Dois vendem roupa no Mercado Estrela Vermelha, outro vende o mesmo produto aqui no Mercado de Xipamanine. Esse é que me ajudou a ter

¹⁰ Conversa com informante-chave G, realizada no dia 5 de Setembro de 2012.

¹¹Massopene é uma expressão utilizada entre vendedores no Mercado Informal de Xipamanine, para designar aqueles vendedores que ingerem álcool frequentemente, inclusive em tempo de trabalho em suas bancas durante.

esta banca. Conheci a eles numa barraca quando ia comprar dois litros de refresco a mando do meu irmão, ao escutar a sua conversa na língua de casa, e eu me meti. Assim começou a amizade entre nós. Foi assim que eu soube que eles fazem negócio e cobicei. Um dia, o meu amigo que vende aqui me levou ao dono desta banca e negociamos. Até hoje continuo aqui¹²”.

Isto lembra o que Nunes (1995) designou por redes primárias concebidas por ele como mecanismos “informais” de sobrevivência para os indivíduos, grupos e comunidade em geral, que surgem em circunstâncias de “carências”, “desemprego” associado à crise do Estado de providência *well fare state*.

Segundo o autor, através destas redes se definem normas e padrões de convivência e de comunicação que se ampliam no dia-a-dia e geram acções e comportamentos que contribuem para a cooperação, entreajuda e solidariedade. É neste estado que se situam as categorias “intrusos”, “proveitadores de mulheres”, “massopene” e “preguiçosos”, a desempenhar um papel normativo. E como explicou um informante:

“Intrusos são esses chefes do mercado e alguns vendedores que vêm nos incomodar. Proveitadores de mulheres são alguns de nós que andam a pegar as bundas das mulheres que passam aqui no corredor. Preguiçosos são aqueles que quando chega a hora despegam para às suas casas e deixam lixo nas suas bancas. Os massopene são aqueles que trabalham para beber álcool, inclusivé nas bancas durante o tempo de serviço. Essas coisas nós não queremos¹³”.

Estes atributos demonstram a existência e funcionamento de normas que orientam os vendedores para acções que contribuem para a cooperação no seu trabalho, quando estes percebem que os seus actos a desorganizá-los e desestruturá-los, cada um procurando adoptar uma maneira de agir mais ou menos aceitável para evitar ser considerado destoante¹⁴ pelos seus colegas. Por exemplo, procuram ingerir bebidas alcoólicas nas escondidas, embrulhando as garrafas em um plástico escuro e evitar tocar as traseiras das mulheres, piscando o olho.

¹² Entrevista com informante-chave D, realizada no dia 22 de Agosto de 2012

¹³ Entrevista com informante-chave D, realizada no dia 26 de Agosto de 2012.

¹⁴ Segundo Gofman [2004 (1891): 118], destoante é “qualquer membro individual que não adere às normas, e denominar ‘desvio’ a sua peculiaridade.

A respeito disto, Goffman (2004: 108-9) referiu que

Pode-se admitir como certo que uma das condições necessárias à vida social é todos os participantes compartilhem um conjunto mínimo de expectativas normativas (em parte, as normas sustentadas porque foram incorporadas). Quando se infringe uma, aparecem medidas restauradoras: agências encarregadas do controle, ou o próprio culpado põem ponto final à acção prejudicial e reparar o dano. O normal e o estigmatizado não são pessoas, mas perspectivas.

Deste modo, os estereótipos a nível do grupo dos vendedores constituem aspectos normativos por eles manipulados para a sua organização e cooperação no trabalho, mais do que identidades individuais.

Para além das categorias “intrusos”, “aproveitadores de mulheres”, “preguiçosos” e “massopene”, existem também “Muronga”, “Mutswa” e “Muchangana” como imagens auto-construídas pelos vendedores a partir das origens dos seus ascendentes e as utilizam para se identificar e se distinguir uns dos outros e como nomes pessoais através dos quais, por vezes, se chamam.

Face a isto, um informante afirmou que:

“Sou Maronga porque sou daqui, em Maputo, nasci aqui e os meus pais também são daqui. Não vim por causa de guerra ou por fugir da feitiçaria. Mas quando nos encontra a bombear citswa podes pensar que todos somos de Inhamabane. Cichangana é mais fácil, quase que não tem diferença com cironga. O que falta é aprender falar a língua daquele colega de Zimbabwe. Mas vamos aprender com tempo, como ele começou agora a vender¹⁵”.

Outro informante apresentou a seguinte afirmação:

“Nasci aqui em Maputo mas sou Matswa porque os meus pais e meus avós são de Inhambane, em Murombene, mas sem eu me identifica, ninguém pode saber porque falo bem a língua daqui de Maputo, e falo perfeitamente citswa e gosto quanto me chamam assim. Alguns pensam que estão a me surrar. Mas estou em vantagens porque conheço muitas coisas daqui e da minha terra¹⁶”.

¹⁵ Conversa com informante-chave H, ocorrida no dia 12 de Setembro de 2012.

¹⁶ Entrevista com informante-chave E, ocorrida no dia 12 de Setembro de 2012.

Velho (1994) fez referência a estes aspectos ao analisar as diferentes combinações entre ideologias holistas e individuais a partir dos contactos entre grupos socioculturais distintos em Copacabana, onde notou que

os indivíduos modernos nascem e vivem dentro de culturas e tradições particulares, como seus antepassados de todas as épocas e áreas geográficas. Mas, de um modo inédito, estão expostos, são afetados e vivenciam sistemas de valores diferenciados e heterogéneos (Velho 1994: 39).

As categorias “Muzonga”, “Mutswa” e “Muchangana”, “zimbabweano” demonstram, ao mesmo tempo a consciência das diferenças entre vendedores, e que a partir delas estabelecem relações interpessoais quando procuram se apreender uns aos outros, imitando a fala compartilham ideias, opiniões, conhecimentos e experiências que contribuem para a sua cooperação.

A respeito disto, Crespi (1997: 15) explicou que

Os indivíduos singulares, em referência com o outro generalizado, constroem as suas identidades, assumem os papéis sociais que orientam o seu agir, mas, porquanto são capazes de reflexão e de pensamento, podem também elaborar autonomamente outros significados e dar vida a novas formas de comunicação simbólica.

A prática de *xitique* é outro mecanismo de promoção de co-operação entre vendedores. E sobre isto um informante disse:

“Nós fazemos xitique que sai semanalmente e outro de fim do mês. Com esse dinheiro, fazemos muitas coisas de acordo com o programa que cada um tem. Outros pagam a escola, outros tiram cursos, outros vão lobolar. No caso de alguém cair, mesmo que não seja a vez de ele receber nós damos dinheiro para recuperar o negócio. Eu senti a importância de xitique quando a minha filha esteve doente, principalmente quando faleceu. Estava mal e tinha passado a minha vez de receber mas os meus colegas me ajudaram muito. Cederam-me a vez de outro e contribuíram em produtos alimentares. Assim fiz o funeral¹⁷”.

A afirmação acima transcrita demonstra o carácter social do *xitique* praticado entre vendedores, pois para além de os permitir adquirir bens, os torna co-operantes.

¹⁷ Entrevista com informante-chave F, realizada no dia 01 de Outubro de 2012.

Nas interações e relacionamentos entre vendedores são evidentes também as relações de poder e o papel que elas desempenham para as dinâmicas de co-operação, e se manifestam também aquando da sua inserção no grupo e no mercado.

“Na minha chegada os que estavam presentes não me deixaram colocar a minha mercadoria, alegando que tinha de contactar o representante do sector, que é um dos mais antigos aqui. Tive que esperar dois dias para me acertar com ele porque havia viajado para África do Sul fazer compra da mercadoria. Ao me encontrar com ele, disse-me que não se deve puxar um cliente quando está parado na banca do outro, qualquer problema com que me deparar em relação aos outros colegas devia antes reportá-lo a ele antes de ir ao escritório do mercado. Me falou também acerca da escala de limpeza neste corredor, bem como da não beber álcool na banca¹⁸”.

Como mostra a afirmação supracitada, o poder concentra-se no vendedor mais antigo e informado sobre a história do mercado e com experiência na venda. O que significa que o acesso ao poder entre vendedores é determinado pelo tempo cronológico de ocupação do espaço e confiança, que conferem ao representante do grupo a função de receber os recém-chegados e dar-lhes orientações sobre procedimentos, normas, regras e comportamentos aceitáveis para o trabalho no seu sector. Trata-se poder simbólico, aquele que segundo Bourdieu (1989: 14),

permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou económica), graças ao efeito de específico de mobilização, só se exerce se for *reconhecido*, [...] se define numa relação determinada – e por meio desta – entre os que exercem o poder e os que lhe estão sujeitos, quer dizer, na própria estrutura do campo em que se produz e se reproduz a crença.

Outro caso que evidenciou as relações de poder entre vendedores, foi aquando do meu contacto com o grupo, como pesquisador. Pois, nesse dia não tive acesso à informação que havia me predisposto a ter devido à ausência do chefe representante do grupo.

Um dos informantes que me recebeu na altura, disse:

“Não posso te dar nenhuma informação porque eu sou mais novo aqui e ainda não conheço bem a todos e que não estou autorizado a dar informação a ninguém. É melhor se dirigir àqueles ali, talvez te vão te indicar com quem

¹⁸ Entrevista com informante-chave F, realizada no dia 20 de Setembro de 2012.

deves pedir permissão para fazer o teu trabalho ou eles mesmos possam te dizer alguma coisa sobre o que queres saber¹⁹”.

Ao dirigir-me a tais informantes eles disseram-me o seguinte:

“É melhor voltar noutra altura enquanto estiver o “boss” porque há um sistema, mesmo aqueles do Escritório sabem que aqui as coisas funcionam assim. Por isso, eles não nos mexem de qualquer maneira. Pagamos os bilhetes deixamos as bancas limpas²⁰”.

Três dias depois de encontrar o chefe do grupo, em conversa ele revelou-me que a experiência trabalhar conjuntamente com os outros adquiriu na família, por ser filho mais velho e que se responsabiliza pelos seus irmãos mais novos desde o momento que seu pai começara a trabalhar na África do Sul e depois de falecer. A experiência de cuidar de membros da família também desempenha um papel fundamental na co-operação entre vendedores. Como refere Bourdieu (2007: 107),

a posição social e o poder específico atribuídos aos agentes em um campo particular dependem, antes de mais nada, do capital específico que eles podem mobilizar, seja qual for sua riqueza em outra espécie de capital.

Os jogos de bilhares, cartas de mesa e damas são outros aspectos dotados de poder normativo e estruturante para a cooperação no trabalho entre vendedores. Nestes eventos evidenciam-se os efeitos de competição e interculturalidade que envolvem o processo de venda.

É tão frequente que os vendedores durante as refeições e no momento com pouco afluxo de compradores como tem sido frequentemente nas tardes de sábado e domingo, se ocupem pelos jogos de cartas de mesa, bilhares e damas e pela ingestão de bebidas alcoólicas nas barracas que circundam o mercado e nas áreas adjacentes.

Durante o jogo, no caso em que o vencedor for quem teve fraco sucesso na venda nesse dia ou nos dias anteriores, ele encontra espaço para desabafar. O mesmo acontece quando vencido for quem teve sucesso na venda. Quando o jogador que ganha for o mesmo quem tenha tido sucesso na venda, aí evoca-se a sorte. Quando o vencido for quem esteve pouco sucedido na venda, fala-se de azar. De qualquer forma estes encontram argumentos para justificar

¹⁹ Entrevista com informante-chave A, ocorrida no dia 14 de Agosto de 2012.

²⁰ Entrevista com informante-chave B, ocorrida no dia 14 de Agosto de 2012.

situações de sucesso e insucesso nos jogos, de modo a evitar dissensões, criar cada vez mais condições para um bom relacionamento entre eles e fortalecer seus laços cooperativos que lhes são úteis no processo de venda. Dado que no final do jogo há um aperto de mão ou abraço, risos e promessas para novos desafios e fortalecem a sua amizade e reconhecimento.

A seguir ilustro o caso do vencedor no jogo e perdedor no negócio, em que o vencido disse ao vencedor o seguinte:

“Aqui você é vencedor mas no negócio não me aguentas. Estas coisas de jogar cartas e bilhares aprendi aqui convosco maronga. Mas o negócio é coisa da família. Todos meus irmãos são grandes comerciantes, e do meu pai nem digo. Ele veio aqui em Maputo há muito tempo, nos criou com dinheiro da venda de açúcar e arroz que adquiria aos estivadores, tendo depois comprado uma machamba. Hoje já tem dois ‘mini-buss’ que fazem chapa nas rotas Xiquelene-Baixa e Museu-Laulane. Minha mãe vendia ‘tom-tom-tom’ e ‘ximbvemo²¹’, depois vendeu. Agora vende roupa no Xiquelene. Por isso, se vendo roupa ela é que me deu ideia²²”.

Este discurso demonstra que as práticas de co-operação entre vendedores são também influenciadas pelas suas trajetórias e culturas familiares, que correspondem àquilo que Martins (1987: 40) designa por *habitus*, conceito cunhado em Bourdieu (1984), que é

Um produto da história que orienta as práticas individuais e colectivas, que tende a assegurar a presença activa das experiências passadas que, depositadas em cada indivíduo sob forma de esquema de pensamento, percepção e acção, contribuem para garantir a conformidade das práticas e de sua constância através do tempo.

Outras práticas de co-operação entre vendedores resultam das experiências vividas no seu dia-a-dia entre amigos, colegas e outras pessoas com quem se relacionam, transmitidas entre eles pela “aculturação”.

²¹ De acordo com um dos vendedores entrevistado, tom-tom-tom é bebida de fermentação caseira, feita por qualquer tipo de frutas comestíveis que se cozem a uma temperatura bem alta em um tambor furado na parte lateral superior onde se introduz um tubo metálico que canaliza o vapor proveniente da cozedura das frutas, que cai gota a gota sobre um recipiente qualquer. É esse vapor que é denominado tom-tom-tom, um líquido transparente quase tóxico tipo gin ou wisk.

Segundo o mesmo vendedor, Ximbvemo é uma bebida de cor branca feita de farelo que se deixa fermentar em primeiro em água fresca durante três a sete dias e depois coze-se, e volta-se a deixar alguns dias adicionando um pouco de açúcar e fermento feito de milho que está prestes a germinar até que este se torne álcool.

²² Discurso de um informante-chave D, ocorrido no dia 29 de Setembro de 2012.

Tal como mostra Cuche (1999: 117), trata-se de “interpenetração” ou “entrecruzamento” das culturas, termos esses que busca em Bastide (1955) por ele citado para se referir à influência recíproca entre culturas distintas durante o contacto. Um fenómeno que contribui para a integração, cooperação, convivência e solidariedade entre pessoas de culturas distintas, sem que se forme uma cultura comum e homogénea mais abrangente (Costa 2003).

A venda do mesmo tipo de mercadoria (vestuário novo para homens, mulheres e crianças tal como camisas, camisetes, calças *jeans*, camisolas, saias, blusas, vestidos e ceroulas) tem agravado tensões entre vendedores devido ao facto de cada um puxar clientes para sua banca.

Um dos informantes que se envolvera em briga com o seu colega disse:

“Aqui lutávamos frequentemente por causa de nos puxar clientes. O que muitas vezes nos faz perder todos porque eles preferem ir-se embora e nunca voltam mais. Depois de nos reunir as coisas mudaram um pouco. Agora trabalhamos mais ou menos bem. E assim viramos amigos e temo-nos ajudado um ao outro em outras situações²³”.

Esta explicação fez-me perceber que os problemas de competição terminam na formação de novas amizades e fortificam as que são banalizadas, e contribuem desta maneira a co-operação entre vendedores. Este facto se relaciona com a visão de Khon (1979) citado por Palmieri e Branco (2004) segundo a qual a competição é um atributo individual que diz respeito a concepções relativas a critérios de preferência que acabam por participar activamente na promoção de interacção social específica que possibilita melhor expressar a dimensão co-constructiva que caracteriza o contexto das dinâmicas interactivas.

Em suma, há dois mecanismos formais e informais que se articulam nas dinâmicas de co-operação entre vendedores de vestuário que constitui o grupo alvo. Os mecanismos formais correspondem ao nível macro e envolvem um fluxo complexo de práticas e significados classificáveis como convergentes quando tendem para a compatibilidade das prescrições normativas institucionais e arranjos construídos entre vendedores. Como divergentes quando tendem à incompatibilidade, e como negociação, quando há interacção dos mesmos.

Os mecanismos informais que correspondem ao nível micro envolvem um fluxo complexo de práticas e significados classificáveis como convergentes quando tendem para a

²³ Entrevista com informante-chave I, realizada no dia 21 de Setembro de 2012.

compatibilidade dos conhecimentos, crenças, perspectivas, ideias, opiniões e experiências dos vendedores sobre o trabalho em conjunto. Como divergentes quando tendem à incompatibilidade, e como negociação, quando há um processo permanente e contínuo de interacção desses conhecimentos, crenças, perspectivas, ideias e experiências.

Ambos níveis se articulam e são interdependentes, e apresentam limites pouco estanques, precisando de um esforço intelectual para perceber como isto acontece. As abordagens estritamente neo-institucionalista ou culturalista são limitadas para analisar e interpretar as dinâmicas de co-operação entre vendedores no Mercado Informal de Xipamanine. Por isso, corroboro a visão de Friedberg (1995: 353), quando chama atenção para que ao se estudar fenómenos organizacionais e de cooperação, se tenha em conta as características do contexto pelo facto deste influenciar nas acções, interacções e relacionamentos entre pessoas aí inseridas. Portanto, para além da cultura dos vendedores, a maneira como os agentes de direcção do mercado trabalham, assim como o quadro normativo institucional contribuem para a sua co-operação.

Concordo igualmente com Maciel (2009), ao referir que na análise das dinâmicas cooperativas é necessário contextualizar os factos, considerar conhecimentos, experiências, crenças, expectativas, normas e regras e o contacto, abarcar as subjectividades e intersubjectividade presentes nesse processo.

5. Considerações finais

Neste trabalho debruçei-me sobre as dinâmicas de co-operação entre vendedores de vestuário no Mercado Informal de Xipamanine, procurando perceber a partir das práticas e seus significados e maneira como eles manipulam normas, mobilizam estratégias e canalizam seus conhecimentos, crenças, perspectivas, ideais, opiniões e suas experiências para construir a sua cooperação no trabalho.

Procurei igualmente perceber a maneira como as práticas, normas e estratégias adoptadas entre vendedores se articulam com o sistema normativo institucional vigente no mercado para promover a cooperação entre todos utentes.

Os resultados permitiram-me notar que o quadro normativo institucional destinado a produzir dinâmicas cooperativas entre vendedores, entrecoca-se com as suas perspectivas, vontades, liberdades e experiências, levando-os a manipular normas e mobilizar estratégias que geram dinâmicas interactivas.

Os resultados permitiram notar, igualmente, que as diferenças culturais entre vendedores como aspecto que contribui para a co-operação entre eles, só podem ser consideradas como diferenças enquanto diferentes percepções e interpretações sobre o que fazem e deixam de fazer e a todas coisas que envolvem o meio onde eles se encontram, como é o caso das normas, dos agentes de direcção e seus colegas e de si próprios.

Na co-operação entre vendedores, foi notório o papel desempenhado pelos conhecimentos, crenças, ideias, opiniões e experiências por eles adquiridos e transmitidos formal, informal e espontaneamente em diversos contextos socioculturais extra-mercantis como na família, na escola, na comunidade, vizinhança e entre amigos e colegas nas barracas.

A competição e a interculturalidade por vezes colocam os vendedores em tensões mas que são atenuadas por um lado, pelas relações de amizade e intimidade estabelecidas entre eles no mercado e fora do mesmo. Por outro lado, pelo exercício de poder por parte do chefe do grupo, conferido pela sua experiência adquirida no contexto familiar, conhecimento profundo da história do mercado e pela confiança atribuída pelos seus colegas.

Desta forma, é notória a presença de dois mecanismos (formais e informais) presentes e que se articulam e interdependem nas dinâmicas de co-operação entre vendedores.

Os mecanismos formais envolvem um fluxo complexo de práticas e significados classificáveis como convergentes quando tendem para a compatibilidade das prescrições normativas institucionais, normas manipuladas e arranjos construídos entre vendedores. Como divergentes quando tendem à incompatibilidade, e como negociação, quando há um processo permanente e contínuo de interação dos mesmos.

Os mecanismos informais envolvem um fluxo complexo de práticas e significados classificáveis como convergentes quando tendem para a compatibilidade dos conhecimentos, crenças, perspectivas, ideias, opiniões e experiências dos vendedores sobre o trabalho em conjunto. Como divergentes quando tendem à incompatibilidade, e como negociação, quando há um processo permanente e contínuo de interação desses conhecimentos, crenças, perspectivas, ideias e experiências.

Os resultados deste estudo devem ser considerados preliminares, podendo ser tomados como ponto de partida para um estudo mais amplo que possa trazer mais reflexões que complementam e problematizam as interpretações e explicações existentes acerca das dinâmicas de cooperação em contextos socioeconômicos competitivos e interculturais nas sociedades contemporâneas.

Bibliografia

Amorim, C. 1994. “Perspectivas de cooperação internacional”, in Marcovitch. J. (org), *Cooperação internacional: estratégia e gestão*. São Paulo: USP, pp.

Disponível em <http://www.capes.gov.br/cooperação-internacional/estados-unidos/capesfipse>. (Consultado 16/05/2012).

ASSOTSI. 1999. *Estatutos*. Maputo.

Banducci Júnior, Á. 2011. “Turismo e fronteira: integração cultural e tensões identitárias na divisa do Brasil com o Paraguai”, *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 9(3), pp. 7-18.

Beyhaut, G. 1994. “Dimensão cultural da integração na América Latina”, in *Estudos Avançados*, 8(20), pp.183-198.

Biza, Ariano. 2009. “Jovens e Associações em Moçambique: motivações e dinâmicas atuais”, in *Saúde Soc.* Vol.18, nº 3, pp.382-394.

Disponível em <http://www.revistas.usp.br.sausoc/article/view/29609>. (Consultado 27/02/2013).

Bourdieu, Pierre. 1984. *Questions de Sociologie*. Paris: Les Éditions de Minuit.

_____. 1989. *Poder Simbólico*. Lisboa/Rio de Janeiro: DIFEL/Bertrand Brasil.

_____. 1996. *Razões Práticas: sobre a teoria da acção*. São Paulo: Papius.

_____. 2007. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo/Porto Alegre: Edusp/Zouk.

Büttenbender, Pedro Luís. 2009. *Fundamentos e estrutura do cooperativismo*. Rio Grande do Sul: Unijuí.

Disponível em <http://www.bibliodigital.unijui.edu.br.8080/xmlui/bitst>. (Consultado 16/05/2012).

Castel-Branco, C. 1994. “Problemas estruturais de industrialização: a Indústria Transformadora” in *Moçambique perspectivas económicas*. Maputo: Faculdade de Economia da Universidade Eduardo Mondlane, pp. 31-65.

_____ 1995. “Opções económicas em Moçambique, 1975-1995: Problemas, lições e ideias alternativas” in Mazula, B. (org). *Eleições, Democracia e Desenvolvimento*. Maputo: Inter-África, pp. 581-636.

COMITÉ DE CONSELHEIROS, 2003. *Agenda 2025: visão e estratégias da Nação*. Maputo. PNUD.

Costa, S. 2003. “Redes sociais e integração regional: problemas conceituais e um estudo de caso”. *Política & Sociedade*, nº 2, pp. 151-154.

Cruz e Silva, T. 2005. *A organização dos trabalhadores do sector informal nos mercados de Maputo e a sua acção na promoção de melhores condições de vida e de trabalho: o papel da Associação dos Operadores do Sector Informal – ASSOTSI*. Genebra: Bureau Internacional do Trabalho.

Disponível em <http://www.ilo.org/public/portugue/region/eurpro/lisbon/pdf/asstsi.pdf>. (Consultado 13/06/2012).

Cuche, Denys. 1999. *A noção da cultura nas Ciências Sociais*. São Paulo: EDUSC.

Dias, Nuno Gonçalves. 1998. *Municipalismo e Cooperativismo*. Lisboa: Instituto de Investigação Científica Tropical.

Dumont, Louis. 1985. *O individualismo: Uma perspectiva antropológica da ideologia moderna*. Rio de Janeiro: Rocco.

Feldman-Bianco, Bela (org). 1987. “Introdução”, in *Antropologia das Sociedades Contemporâneas: métodos*. São Paulo: Global, pp. 7-41.

Fernandes A. 1995. *Métodos e regras para a elaboração de trabalhos académicos e científicos*. Porto: Porto Editora.

Francisco, A. e Paulo, M. 2006. *O impacto da economia informal na protecção social, pobreza e exclusão: a dimensão oculta da informalidade em Moçambique*. Maputo/Lisboa: Cruzeiro do Sul/CEA-ISCTE.

Friedberg, Erhard. 1995. “Organização”, in Raymond B. (org), *Tratado de Sociologia*. Lisboa: Edições ASA, pp. 344-373.

Gaiger, Luiz Inácio Germany. 2009. “A Associação dos Pobres como via de combate às desigualdades”, in *Caderno CRH*, Vol. 22, nº 57, pp. 563-580.

Geertz, Clifford. 1973 (1989). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC.

Gluckman, Max. 1987. “Análise de uma situação social na Zululândia moderna”, in Feldman-Bianco, Bela (org). *Antropologia das Sociedades Contemporâneas: métodos*. São Paulo: Global, pp. 227-344.

Goffman, Erving. 2004 (1963). *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 5ª ed. Coletivo sabotagem.

Disponível em <http://www.se-rj/IBMR/TEXTOS%20IBMR/.../ESTIGMA.pdf>. (Consultado 16/01/2013).

Gomasca, Paolo. 2012. “Multiculturalismo e convivência: uma introdução”, in *Rev. Inter. Mob. Hum.* Ano XX, nº 38, pp. 11-26.

Hobsbawm, Eric. 1997. “Introdução: a invenção das tradições”, in Hobsbawm, E. e Ranger, T. (org). *A invenção das tradições*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, pp. 9-23.

Jordão, Patrícia. 2004. “A Antropologia pós-moderna: uma nova concepção da etnografia e seus sujeitos” *Revista de Iniciação Científica da FFC*, vol. 4, nº 1, pp. 35-51.

Lopes, Ana Maria D'Ávila. 2012. “Da coexistência à convivência com o *outro*: entre o multiculturalismo e a interculturalidade”, in *Rev. Inter. Mob. Hum.*, Ano XX, nº 38, pp. 67-81.

Disponível em <http://www.csemorg.br/reimhu/index.php/remhu/article/viewFile/301/276>. (Consultado 16/05/2012).

Macedo, G. 2009. “Cooperação qualificante: perspectivas para a autogestão”. [Tese de Dissertação de Mestrado, Universidade Federal Fluminense/Rio de Janeiro – Brasil].

Disponível em http://www.bdttd.ndc.br/tde_arquivos/29/TDE/2010-10-06t142456Z-2658/Restrito.Dissert-Gustavo-Macedo.pdf. (Consultado 20/05/2012).

Maciel, Tadeu Morato. 2009. “As teorias de relações internacionais pensando a cooperação”, in *Ponto-e-vírgula*, nº 5, pp. 215-229.

Disponível em <http://www.pucs.br/ponto-e-virgula/n5/artgod/pus-20-tadeumorato.pdf>. (Consultado 21/05/2012).

Martins, C. B. 1987. “Estrutura e ator: a teoria da prática em Bourdieu”, in *Educação e Sociedade*, nº 27.

Disponível em http://educação-ufrrj.br/ppge/Ementa36_Sociologia_da_Educação.pdf. (Consultado 13/12/2012).

May, Tim. 2004. *Pesquisa Social: questões, métodos e processos*. 3ª Ed. Porto Alegre: Artmed.

Mayer, Adrian. 1987. “Importância dos quase-grupos no estudo das sociedades complexas”, *Antropologia das sociedades contemporâneas*. São Paulo: Global Universitária, pp.127-155.

Negrão, José. 2001. “Samora e desenvolvimento”.

Disponível em http://www.lid.org.mz/Samora_e_Desenvolvimento.pdf. (Consultado 04/06/2012).

Nettings, Robert McC. 2008. “Links and Boundaries: reconsidering the Alpine Village as ecosystem”, in Dove, M e Carpenter, C. 2008 (org). *Environmental Anthropology: a historical reader*. Singapore: Utopia Press Pre, pp. 309-318.

Ngoenha, Severino. 1993. “ Da Etnologia à Filosofia Política: Ideologias Políticas”, *Filosofia Africana: Das Independências às Liberdades*. Maputo: Edições Paulistas, pp 15-55.

Nunes, João Arriscado. 1995. “As solidariedades primárias e os limites da sociedade-providência” in *Revista Crítica das Ciências Sociais*. 42, Separata, pp. 5-25.

Pagotto, Claudete. 2010. *Produção associada na era da precarização estrutural: uma análise da atuação das cooperativas de trabalho*. [Tese de Doutorado, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade de Campinas, São Paulo].

Disponível em <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=00077397>. (Consultado 27/06/2012).

Palmieri, M. e Branco, A. 2004. “Cooperação, competição e individualismo em uma perspectiva sócio-cultural construtivista”, in *Psicologia: reflexão e crítica*, 17(2), pp. 189-198.

Parsons, T, 1964. *Social structure and personality*. Glencoe: The Free Press.

Pereira, Fernando. 2008. “Associativismo e Cooperativismo agrário em Trás-os-Montes e Alto-Douro, Portugal”, in *Ruris*, vol 2 , nº 1, pp. 39-72.

Quivy, R. e Campenhoudt, L. 1998. *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 3ª ed. Lisboa: Gradiva.

Radcliffe-Brown, A.R 1987. “Do conceito de função nas Ciências Sociais”, *Estrutura e Função nas Sociedades primitivas*. Lisboa: Edições 70, pp. 263-277.

Rodrigues, S. 2008. “Do domínio simbólico ao domínio das dinâmicas: redes de pareceria local da Alta de Lisboa”. [Tese de Dissertação, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa].

Disponível em <http://repositório-iul.iscte.pt/handle/10071/1373?mode=simple>. (Consultado 17/06/2012).

Salazar, G.; et al. 1997. “Cultura organizacional e cooperativismo”, in *Cad. Adm. Rural*, vol. 9, nº 1, pp. 33-42.

Disponível em <http://www.revistadae.utla.br/index.php/article/viewArticle/126>. (Consultado 04/04/2012).

Teixeira, M. 1994. “Sócio-Antropologia do cotidiano e educação: uma perspectiva paradigmática”, in *Educ. e Filos.* 1994. 8(15), pp. 75-82.

Van Velsen, J. 1987. “A análise situacional e o método de estudo de caso detalhado”, in Feldman-Bianco, Bela (org). *Antropologia das Sociedades Contemporâneas: métodos*. São Paulo: Global, pp. 345-473.

Van Vugt, A. 1992. *Estratégias de sobrevivência: a organização da força de trabalho*. Maputo: Direcção Nacional de Extensão Rural.

Velho, Gilberto. 1994. “Trajectória individual e campo de possibilidades”, *Projecto e metamorfose: Antropologia das Sociedades Complexas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, pp 31-48.

Anexos

Guião de Entrevista para a Recolha de Dados¹

I – Ficha Técnica:

- Data:
- Local de entrevista:

II – Identificação Social:

- Nome:
- Idade:
- Nacionalidade/naturalidade (país/província/distrito):
- Nível de escolaridade:
- Filiação religiosa:

III – Motivações e preferências pelo Mercado “Informal” de Xipamanine

- Há quanto tempo pratica o comércio e desde quando que está no Mercado “Informal” de Xipamanine?
- Já esteve em outros mercados na Cidade de Maputo? Se sim porquê escolheu este mercado?
- Para além da venda tem outra profissão? Qual é? Tem desenvolvido essa sua profissão? Porque se formou ou se forma?

IV – Recepção e acolhimento no espaço comercial

- Quem o (a) recebeu e o (a) no Mercado “Informal” de Xipamanine aquando da sua chegada? Identificar o tipo de parentesco se é biológico ou social.
- Os seus vizinhos, amigos e colegas (se os tiver) são seus conterrâneos?
- Como é que começou a vender? Ver se tratou a licença de venda, se comprou, alugou ou foi dado a banca.

¹ Este guião foi construído a partir do modelo de Lundin, I. B. 1987. “Aspectos Metodológicos da elaboração e o Desenvolvimento do Projecto: Migrantes e a sua Relação com o Meio Rural” in: *Trabalhos de Arqueologia e Antropologia*, nº 4.

- Porquê escolheu este mercado e a mercadoria? Ver se tinha ou tem algum(s) parente(s) que vende(m) no mesmo mercado e se são os mesmos que o receberam quando chegou em Maputo.
- Tem ou já teve algum conflito com as pessoas que vendem aqui no mercado? Se sim, qual foi a razão desse conflito e como é que foi resolvido? Ver se tem a ver com a disputa pelos clientes.
- Como é que tem sido a convivência entre vocês vendedores?
- Fala ou aprendeu algumas das línguas para além da tua? Porque é importante saber uma língua dos outros?

VI – Arranjos no mercado:

- Conseguiu ter ou tem acesso a um certo grupo de actividades ou a uma associação criada aqui neste mercado? Se não, porquê não quer se inserir? Se sim, como conseguiu inserir-se a esse grupo ou associação e qual é a importância ou benefícios tira nisso?
- Quando tem problemas por exemplo como doenças, mortes, ou depressão no negócio à quem recorre: amigos, parentes, vizinhos, colegas, à associações do mercado?
- Que dificuldades tem enfrentado no quotidiano na Mercado de Xipamanine?