

# **Universidade Eduardo Mondlane**

## **Faculdade de Letras e Ciências Sociais**

**Departamento de Arqueologia e Antropologia**

**Licenciatura em Antropologia**

**Redes sociais entre os pintadores de unhas no mercado**

***Xiquelene*, cidade de Maputo**

**Autor:** Abílio Félix Luciasse

**Supervisora:** dr<sup>a</sup> Margarida Paulo

**Maputo, Novembro 2017**

**Redes sociais entre os pintadores de unhas no mercado *Xiquelene*, cidade de Maputo**

**Autor**

---

(Abílio Félix Luciasse)

Trabalho de Culminação de Estudos apresentado na modalidade de projecto de pesquisa em cumprimento parcial dos requisitos do grau de Licenciatura em Antropologia na Faculdade de Letras e Ciências Sociais da Universidade Eduardo Mondlane.

Supervisora

Presidente

Oponente

---

---

---

Maputo, Novembro 2017

**Declaração de honra**

Declaro por minha honra que este relatório de pesquisa constitui resultado da minha investigação, nunca foi apresentada, parcial ou integralmente, em nenhuma instituição para obtenção de qualquer grau académico estando indicadas no textos e nas referências bibliográficas as fontes utilizadas.

Maputo, Novembro 2017

---

(Abílio Félix Luciasse)

## **Dedicatória**

Dedico este trabalho aos meus pais  
Félix Luciasse e Abelina Abílio  
Novela, por serem a minha maior  
motivação para a vida.

## **Agradecimentos**

Agradeço as seguintes individualidades e instituições:

A minha supervisora dr<sup>a</sup> Margarida Paulo pelos ricos ensinamentos sobre o exercício da pesquisa antropológica, pelas sugestões, correcções, paciência, disponibilidade e pontualidade.

A todos docentes do departamento de Arqueologia e Antropologia em especial: Emídio Gune, Hélder Nhamaze, Danúbio Lihache, Cristiano Matsinhe, Margarida Paulo, Sandra Manuel e Carla Braga pelos quais nutro uma grande admiração.

Aos informantes desta pesquisa, pela paciência em receber-me e prestar informações fundamentais para realização deste trabalho

A todos colegas da turma de Antropologia do ano 2013 em especial: Hedson Xavier, Vilma Langa, Alberto Matazues, Vando Muando, Salva Matimbe, Francisco Muchave, Américo Zandamela, Yolanda Manganhe, Flávia Muendane, Sandra Ussene, Venâncio Cumaio, Agnesse Manteiga, Joaquina Muchinga, Márcia Nhassué e Maria Rangel com os quais carrego memórias para vida.

Agradeço aos meus pais Félix Luciasse e Abelina Novela pela força e estímulo. Aos meus irmãos Félix Luciasse Júnior, Charia Luciasse e Felisberto Luciasse pela força durante essa caminhada.

Aos meus amigos Vasco Macamo, Josué Vilanculos, Edson Jasse, Ayrton Matavele, Jolinho Amoda e Joaquina Sampaio, apoio vosso não me faltou.

A todos que directa ou indirectamente contribuíram para realização deste trabalho.

## **Resumo**

Este trabalho constitui uma análise sobre as redes sociais entre os pintadores de unhas no mercado *Xiquelene*, na cidade de Maputo. O objectivo do trabalho é perceber o processo de formação das redes sociais no sector informal a partir dos pintadores de unhas. A literatura visitada que analisa o sector informal segue em duas perspectivas, uma economicista e outra antropológica, a perspectiva economicista entende o sector informal como sendo aquele que não regularizado, surge em reacção a falta de oportunidade de emprego para as camadas desfavorecidas, entende igualmente que é no sector informal onde ocorre o empoderamento económico das mulheres.

Por outro lado, abordagem antropológica entende que o sector informal não é um espaço que surge em oposição ao sector formal tal como pretendem os economicistas, mas sim é regido por logicas distintas as da economia do mercado, caracterizado pela existência de laços sociais. Sendo assim o presente trabalho inspira-se na abordagem antropológica para analisar o processo de formação de redes sociais.

Os resultados desta pesquisa mostram que formam-se redes sociais entre os pintadores de unhas a partir do momento em que um pintador é iniciado a actividade de pintar unhas, uma vez inserido este vai estabelecendo vínculos com outros pintadores de unhas a partir de quem o inseriu. O trabalho conclui que o sector informal é um espaço regido por normas distintas a da visão económica é um espaço de desenvolvimento de redes sociais não apenas um espaço onde os indivíduos buscam respostas as dificuldades financeiras tal como a literatura economicista defende.

**Palavras-chave:** Sector informal, redes sociais, e pintadores de unhas.

## Índice

Declaração de honra.....	i
Dedicatória.....	ii
Agradecimentos .....	iii
Resumo .....	iv
Capítulo 1: Introdução.....	1
Capítulo 2: Revisão de literatura .....	3
2.1. Quadro teórico e conceptual.....	7
2.2. Definição de conceitos .....	7
Capítulo 3: Metodologia.....	9
Recolha e análise de dados.....	10
Constrangimentos .....	11
Capítulo 4: Resultados da pesquisa.....	12
4.1. Contexto do início da actividade de pintura de unhas .....	12
4.1.1. Inserção na actividade de pintura de unhas.....	13
4.2. Formação de redes sociais .....	14
4.2.1. Funcionalidades das redes sociais .....	16
4.3. Estratégias para obtenção de rendimentos e clientes .....	17
Capítulo 5: Considerações finais .....	20
Referências bibliográficas .....	22
Anexos	

## Capítulo 1: Introdução

Este trabalho é um relatório de pesquisa etnográfica realizado como requisito parcial para a obtenção do grau de Licenciatura em Antropologia pela Universidade Eduardo Mondlane. Neste trabalho analisa-se o processo de formação redes sociais no sector informal a partir da análise de um grupo pintadores de unhas do mercado *Xiquelene* na cidade de Maputo.

Da literatura visitada que analisa o sector informal foi possível identificar dois tipos de abordagem, a primeira uma abordagem economicista do sector informal, que entende esse sector como reacção a falta de oportunidades de emprego e de criação de condições para satisfação das necessidades dos mais desfavorecidos por parte do Estado. Defendendo esta abordagem Pinto de Abreu (2007) argumenta que o sector informal constitui para as pessoas desfavorecidas um tubo de escape por onde passa o desemprego e pobreza. Em ordem semelhante de ideias Mosca (2009), o sector informal surge como estratégia de sobrevivência das camadas sociais menos favorecidas, pela incapacidade do sector formal em absorver o factor trabalho e gerar rendimentos.

Ainda na abordagem economicista Sarmiento (2011) nota que nos últimos tempos a mulher têm vindo a conquistar espaço no ambiente profissional, e começa a ser economicamente mais activa nas sociedades em que está inserida, e dentro de uma estrutura económica dos países africanos. O sector informal é responsável por grande parcela dessa inserção da mulher no mercado de emprego. Encontramos ainda, Nhaca (2016) que argumenta que o sector informal altera o papel da mulher na sociedade e na economia, pois, é a partir do comércio informal que as mulheres começam a assumir um papel activo e directo na integração no mercado.

Por outro lado, em uma abordagem antropológica do sector informal encontramos Hart (1973) cria o termo sector informal para albergar actividades de indivíduos autónomos. Cunha (2006) entende o sector informal como um espaço no qual se valoriza o papel social das pequenas actividades, regendo-se por lógicas não capitalistas, tentam criar outros empregos para os membros das suas redes de relações sociais. Ainda em uma abordagem antropológica Silva (2007) e Pamplona (2007) que defendem que o sector informal é caracterizado pela existência de redes sociais e estas constituem uma estratégia de reprodução social naquele meio. Neste contexto, pretende-se aqui abordar o sector informal como sendo um espaço de formação de redes sociais a partir da análise do grupo dos pintadores de unhas do mercado *Xiquelene*.



O estudo sobre as redes sociais entre os pintadores unhas no mercado de *Xiquelene* justifica-se em duas vertentes uma prática e outra teórica. A justificativa prática sustenta-se no facto da pintura de unhas ser uma actividade do sector informal cada vez mais frequente na cidade de Maputo, surge como alternativa aos que não tem acesso aos cuidados estéticos especializados no sector formal mas também serve de alternativa para pessoas e famílias que não têm rendimento fixo, como por exemplo: desempregados, iletrados entre outros. É uma actividade desempenhada em sua maioria por jovens na faixa etária que varia entre dezasseis a vinte e sete anos. A análise das redes sociais estabelecidas entre os praticantes da pintura de unhas pode ajudar na compreensão de aspectos relativos ao crescimento do sector informal.

Na vertente teórica este estudo constitui uma contribuição à disciplina antropológica pois, se a literatura por um lado permite perceber aspectos referentes ao que conduz os indivíduos ao sector informal, ou por outro lado a existência de redes sociais no sector informal, esta não menciona como se dá seu processo de sua formação. Sendo assim este estudo amplia o campo de compreensão de aspectos ligados ao processo de formação de redes sociais.

O trabalho está organizado em cinco capítulos sendo a introdução o primeiro no qual explico o objectivo geral, a problemática e a justificativa. No segundo capítulo apresento a revisão de literatura onde analiso e explico o que existe escrito sobre o sector informal e redes sociais, as suas respectivas perspectivas de análise, faço ainda a apresentação e explicação a orientação teórica e a conceptualização. No terceiro capítulo apresento a metodologia de pesquisa, na qual indico as técnicas usadas para pesquisa de campo e as respectivas vantagens e desvantagens, explico igualmente nesta fase como foi o acesso aos informantes, faço a descrição do campo de pesquisa e explico quais foram constrangimentos que decorreram da pesquisa de campo.

No quarto capítulo apresento os resultados de campo divididos em três partes a primeira que diz respeito ao contexto do início da actividade de pintar unhas, a segunda parte é referente a formação de redes sociais entre os dos pintadores de unhas do mercado *Xiquelene*, a terceira que trata das estratégias adoptadas pelos pintadores de unhas com vista a estenderem e conquistarem clientes. No quinto capítulo apresento as considerações finais do presente trabalho.

## **Capítulo 2: Revisão de literatura**

Neste capítulo, apresento o levantamento e a análise da literatura sobre o sector informal e redes sociais, em primeiro busco saber o que se tem escrito sobre o sector informal e como as diferentes disciplinas abordam o tema, em um segundo momento trago a abordagem social do tema em particular da Antropologia, e por fim apresento o que a literatura que discute redes sociais. Para efectivação deste capítulo recorreu-se a literatura nacional e internacional disponível na Biblioteca Central Brazão Mazula, biblioteca do departamento de Arqueologia e Antropologia, biblioteca da Faculdade de Economia, recorreu-se igualmente a artigos disponíveis na internet no caso específico do Google Académico. No que diz respeito ao sector informal existem dois tipos de abordagens uma economicista e outra antropológica.

### **Abordagem economicista**

Ciências como a economia entendem o sector informal por um lado como um espaço onde as pessoas recorrem em busca de alternativas face ao deficiente acesso ao emprego ou por outro lado espaço onde se dá o empoderamento económico e profissional da mulher. Pinto de Abreu (2005) afirma que o sector informal surge dada repressão económica que teve lugar em alguns países da África. O sector informal emerge e prospera como contrapeso do processo de liberalização e abertura dessas economias ao exterior e ao investimento estrangeiro, constituindo uma espécie de tubo de escape por onde passam problemas como o desemprego e pobreza. O sector informal, funciona assim à margem do sistema tributário e dos registos estatísticos oficiais e nos países subdesenvolvidos representa no entanto um salto qualitativo em relação a economia de subsistência.

Ainda em uma abordagem economicista Mosca (2007) entende que a partir de um estudo feito sobre a economia informal na cidade de Maputo nota que, sendo o sector informal consequência dos desequilíbrios e distorções do sector formal ou rupturas de mercado e de políticas desajustadas, acaba beneficiando-se da economia e do comércio do sector formal, estabelecendo relações de reforço mutuo, em ocasiões fora da lei e transaccionando muitas vezes bens e serviços ilícitos. Baccheta (2009) arrola que o sector informal pode ser definido baseado em vários critérios, como o nível de unidades de produção, o número de trabalhadores, porém o critério central para sua definição é o seu estado de regulamentação de regras de funcionamento da sociedade e contribuem para que os padrões de reprodução da sociedade e economia persistam.

Em uma abordagem igualmente economicista, porém com os olhos direcionados vertentes de empoderamento feminino, Casimiro (2011) a partir de um estudo feito em Maputo, Nampula e Sofala entende que as mulheres dinamizam a criação e participação em redes sociais, associações ou redes económicas com base na reciprocidade, para mais facilmente aceder a recursos sobretudo financeiros que permitam a manutenção dos seus agregados familiares, mas também, efectuam investimentos de várias ordens que de outro modo não conseguiriam devido aos seus fracos rendimentos e quase nenhuma poupança.

### **Abordagem antropológica**

No que diz respeito às abordagens antropológicas sobre o sector informal, o debate tem o seu início com Keith Hart creditado por ter cunhado o termo sector informal. Hart (1973) a quando do estudo sobre os migrantes no Gana, cunha o termo sector informal na tentativa de descrever o tipo de inserção que os migrantes do norte sofriam nas zonas urbanas, sem ambições conceituais ou teóricas o termo sector informal, Hart (*idem*) pretendia englobar uma série de formas de organização, produção e possibilidade de trabalho no mercado de trabalho que não correspondiam às estruturas das firmas e relações trabalhistas no sector formal.

Por sua vez, Cunha (2006) desconstrói a ideia do sector informal entendido a partir de coordenadas que dão alusão à falta de legalidade nas actividades do sector informal como a ausência de regulação das actividades por parte do estado, ou seja, a ideia de tomar o sector informal sempre em oposição ao sector formal. E propõe uma abordagem do sector informal guiado por lógicas distintas às da economia de mercado, é uma abordagem na qual valoriza-se sobretudo o papel social das pequenas empresas que regem-se por outras lógicas não capitalistas absorvem a destruição do emprego no sector formal. Ainda segundo Cunha (*idem*), torna-se o sector informal um espaço no qual estabelecem-se laços pessoais de entreajuda, deslocando-se do plano legal para o plano moral.

Ordem semelhante de ideias Silva (2007) entende que o sector informal, tem por característica a existência de redes sociais que funcionam por regra geral para ajuda no sistema de emprego, montagem e um novo negócio e financiamento de algum empreendimento. Dando continuidade a esta linha de pensamento, Lima e Conserva (2007) afirmam que no sector informal as redes sociais constituem uma estratégia de entrada com ou sem qualificação profissional no mercado

informal. Estes autores afirmam ainda que as redes sociais permitem a integração dos indivíduos em determinadas actividades, possibilitando assim a ascensão social.

## **Redes sociais**

Mitchell (1969) sugere maneiras através das quais as relações que compõem uma rede podem ser classificadas em termos de conteúdo, de frequência, de durabilidade e de direcionabilidade. Sugere também uma distinção importante entre a rede como um veículo potencial para o fluxo de informações e fofoca, e como um meio para a execução de transações.

Barnes (1973) a partir de um estudo sobre os processos políticos afirma que rede sociais são um conjunto de relações interpessoais concretas que vinculam indivíduos a outros indivíduos. As relações de entreaajuda são exercidas através de ligações contínuas. Barnes (*idem*) divide as redes sociais em totais e parciais, sendo que redes sociais totais são abstracções de primeiro grau da realidade, e contém a maior parte possível da informação sobre a totalidade da vida social de uma comunidade, por outro lado redes sociais parciais constituem extrações de uma rede total.

Na óptica de Loforte (1996), as redes sociais constituem um capital social que pode ser definido em funções de relações de reciprocidade existentes na sociedade, baseados em laços sociais onde nos quais factores como sexo, idade, religião e posição social dos membros, assim como definem as hierarquias e as relações, onde as normas vigentes e a confiança facilitadora a cooperação para benefícios.

Mutâmpua (2014) a quando do seu estudo sobre um sistema de redes solidariedade (*nyonga*) no mercado Estrela Vermelha afirma que o contexto do *nyonga*, o social e o económico estão interligados, as relações de solidariedade são consensuais, recíprocas e visam consolidar as redes sociais e produzir rendimentos económicos a partir dos outros. Entretanto, no quotidiano dos *nyonguistas*, as relações solidárias são equilibradas e constituídas na base de valores socioeconómicos.

Escritório (2011) a partir de um estudo sobre redes de solidariedade entre os ciclo-taxistas da cidade de Quelimane afirma que as estratégias mais usadas de modo a identificar os mecanismos a que os ciclo-taxistas recorrem para fazer face as dificuldades do seu dia-a-dia

baseiam-se do ponto de vista da relação de outros agentes. No entanto, os ciclo-taxistas quando possuem dificuldades recorrem a outras redes de interajuda (a vizinhança, o parentesco) para deste modo a estratégia que se manifesta na troca dos seus serviços pelo dinheiro. Está estratégia permite que a prática de ciclo-taxismo se reproduza no espaço urbano.

## **2.1. Quadro teórico e conceptual**

A noção de redes sociais é debatida por vários autores como Mitchel (1969), Elisabeth Bott (1971) e Barnes (1973). A noção rede nasce na Antropologia Social, a primeira aproximação remonta à Claude Lévi-Strauss em sua análise etnográfica das estruturas elementares de parentesco.

Nos debates sobre o uso da noção de rede social em Antropologia divide-se em duas linhas de abordagens nas quais encontramos Mitchell (1969) que entende que operacionalizam a noção de rede social como um fluxo de bens e de informação, segundo este existem dois tipos de redes nas sociedades urbanas uma na qual as pessoas trocam bens e noutra na qual trocam informações.

Em outra linha de abordagem, Barnes (1973) operacionaliza a questão das redes sociais como um sistema de interacção social, subdividido em rede social total e rede social parcial no qual ocorre a configuração de vínculos interpessoais entrecruzados. Barnes propõe o uso do conceito de rede social para pensar analiticamente determinados contextos sociais em que a ideia de grupo não parecia adequada, transpor o conceito simbólico de rede para usa-lo analiticamente como instrumento metodológico de compreensão de relações sociais entre indivíduos (Accioli, 2004).

O presente trabalho inspira-se no pressuposto teórico de Barnes (1973), no qual olha para rede social como um sistema de interações sociais. A presente orientação permite-me perceber o tipo de relações que se estabelece entre os pintadores de unhas a quando do momento em que desenvolvem as suas actividades.

## **2.2. Definição de conceitos**

Neste subcapítulo apresentam-se os conceitos usados na presente pesquisa. Nesta pesquisa usei os conceitos de sector informal, rede social e estratégia.

### **Redes sociais**

O conceito de redes sociais é apresentado na óptica de Barnes (1987) que concebe redes sociais como um conjunto de relações interpessoais concretas que vinculam um indivíduo a outros indivíduos. As redes são abstrações que explicam relações diádicas e de extensão variável. Elas são constituídas por relações sociais de proximidade, de amizade ou de poder que envolvem elementos diversos que os estabelecem e os mantem.

## **Sector informal**

O conceito de sector informal é apresentado neste trabalho na perspectiva de Cunha (2006), na qual o sector informal perde noções de cunho negativo como pobreza, desemprego, ilegalidade, marginalidade para uma perspectiva que valoriza sobretudo o papel social das pequenas empresas familiares, que regem-se por outras logicas que não a capitalista, absorvem a destruição do emprego no sector formal, tentando criar outros e adaptando os ganhos de maneira maleável às variações conjunturais da economia.

## **Estratégia**

No presente trabalho, estratégia corresponde a o que Cruz e Silva (2000) entende ser práticas e actividades realizadas por homens e mulheres com vista a gerar recursos materiais ligados a pessoas que constituem o grupo doméstico que com o seu esforço contribui para a sobrevivência, como também para o êxito da mesma.

### **Capítulo 3: Metodologia**

O presente trabalho foi realizado em três fases, na primeira fase foi feita uma pesquisa bibliográfica, na segunda fase realizei uma pesquisa etnográfica no mercado *Xiquelene* e na terceira fase realizei uma análise sistemática e interpretação de dados a luz dos autores e teorias que abordam redes sociais e sector informal. Neste capítulo apresento os métodos usados para realização deste trabalho

#### **Métodos usados**

Na primeira fase do trabalho recorri a revisão de literatura que consiste como Bocatú (2015) defende no um processo de busca, análise e descrição de um corpo do conhecimento em busca de resposta a pergunta específica. Sendo assim, foi feita uma revisão da literatura nacional e internacional nas bibliotecas Central Brazão Mazula, do departamento de Arqueologia e Antropologia, da Faculdade de Economia e bibliotecas virtuais no caso do Google Académico.

Na segunda fase do trabalho que representa a pesquisa de campo, privilegiei dois métodos a observação participante e as entrevistas semi-estruturadas. A observação participante é segundo Correia (2009) uma investigação caracterizada por interações sociais intensas, entre o investigador e sujeitos, no meio destes, sendo um procedimento em que os dados são recolhidos de forma intensa. A utilização desse método constituiu durante a pesquisa uma vantagem na medida em que permitiu-me vivenciar e compreender fenómenos e manifestações que dizem respeito as lógicas e significados que regem o processo de formação de redes sociais entre dos pintadores de unhas do mercado *Xiquelene*.

Na óptica de Segundo Boni e Quaresma (2005) entrevista semi-estruturada consiste em combinar perguntas abertas e fechadas, onde o informante tem a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto. As entrevistas semi-estruturadas permitiram-me deixar os entrevistados abertos de modo que respondiam as minhas perguntas mas também havia espaço para que contassem histórias que me permitiam perceber a forma como estes organizam-se.



## **Recolha e análise de dados**

A segunda fase do presente trabalho decorreu nos meses de maio, junho e julho de 2017. Durante a pesquisa etnográfica recolhi dados no mercado *Xiquelene* baseado no método da observação participante e entrevistas semi-estruturadas. No primeiro mês de visitas ao campo a partir da observação participante observei aspectos relativos a organização dos pintadores de unhas, observei como os pintadores de unhas interagiam entre eles, como interagiam com outros comerciantes daquele espaço que não fossem pintadores de unhas, participei em algumas conversas com os pintadores de unhas o que permitiu que os pintadores familiarizassem com a minha presença.

A partir do terceiro mês dei início ao processo de recolha de entrevistas entre os pintadores de unhas com os quais já interagira à medida que fazia a observação participante. Para este trabalho foram entrevistados dez pintadores de unhas com idades variáveis entre 17 a 27 anos, com o nível de escolaridade mínima de 6ª classe e máxima de 9ª classe, residentes nos bairros suburbanos da cidade de Maputo e que permeiam o mercado *Xiquelene*, como Polana Caniço “A” e “B”, bairro do Maxaquene, e Ferroviário. As entrevistas diziam respeito as interconexões e vínculos mantidos entre os pintadores de unhas, contexto do início da actividade de pintar unhas e explorei igualmente discursos de interajuda entre os pintadores de unhas.

A terceira fase desse trabalho deu-se nos meses de Julho e Agosto de 2017 nos quais realizou-se a análise sistemática e interpretação de dados. Uma vez colhidos os dados a partir do método da observação participante e entrevistas semi-estruturadas, fiz um cruzamento e combinação dos dados observados e vivenciados com os dados das entrevistas com os pensamentos e teorias dos autores que debatem a questão das redes sociais e sector informal.

## **Acesso aos informantes**

Ao que respeita ao acesso aos informantes com vista a recolha de dados e entrevistas, contei com a ajuda de um informante-chave de nome Vasco Bernardo pintador de unha que me apresentou ao grupo como amigo e estudante, explicou assim aos seus colegas que eu faria um estudo com a colaboração dos pintadores de unhas naquele espaço um trabalho por algum tempo. Fiz a minha apresentação e expliquei ao grupo que dos pintadores o exercício que faria, entenderam e concederam que com eles trabalhasse.

## Constrangimentos

Durante a pesquisa de campo constituíram constrangimentos no terreno três aspectos. Logo de início o receio por parte de alguns dos informantes em um primeiro momento em estar a prestar informação para algum programa televisivo o que os informantes eram contra, para superar este obstáculo dialoguei com os pintadores e explicando que era um trabalho relativo a universidade e não com fins jornalísticos e com a ajuda do meu informante-chave que garantiu eu era estudante.

O segundo constrangimento deveu-se ao facto dos informantes só falarem com mais profundidade sobre as questões por mim colocadas na presença ou companhia de outros informantes, sendo que na minha presença as respostas as minhas perguntas eram superficiais. Para superar este obstáculo foi preciso para além de tempo de estadia no terreno de modo que habituassem a minha presença naquele local, criar um ambiente de conversa confortável, fazendo com que não fosse directo ao ponto conversar sobre outro tipo de assuntos como roubos no mercado e depois colocando minhas questões. O terceiro e último constrangimento deveu-se ao facto de, inicialmente, parte dos informantes questionarem insistentemente se aquela pesquisa não traria algum benefício financeiro, perguntas como: *wu lavha ku hamba mali hi yina?*<sup>1</sup>. Nesse caso voltei a explicar o propósito da minha presença naquele espaço e pude contar com a ajuda do meu informante chave para esclarecimentos.

---

<sup>1</sup> Traduzido da língua Changana: Queres fazer dinheiro a nossa custa? (tradução livre)

## **Capítulo 4: Resultados da pesquisa**

Neste capítulo apresento os resultados do trabalho de campo organizados em três partes. A primeira parte do capítulo trata da questão do contexto do início da actividade de pintar unhas e aspectos referentes esse processo, a segunda parte diz respeito ao processo de formação de redes sociais entre os pintadores de unhas no mercado *Xiquelene*, A terceira parte trata do quotidiano dos pintadores de unhas incluindo estratégias adoptadas para obtenção de lucros de clientes e lucros.

### **4.1. Contexto do início da actividade de pintura de unhas**

Neste subcapítulo apresento questões referentes ao início da actividade de pintar unhas por parte dos informantes, procuro demonstrar a partida actividades desempenhadas antes do início da pintura de unhas e em que contexto ingressaram a esta actividade, apresento igualmente questões relativas ao apoio que os pintadores de unhas estabelecidos prestam aos aspirantes. No que diz respeito as actividades desempenhadas antes da pintura de unhas os pintadores evidenciam que, exerciam predominantemente pequenos biscates como: ajudantes em obras de construção, pequenos negócios de venda de plásticos e caldo, como Vasco, de 23 anos de idade, explicou:

Antes de vir à Maputo, eu fazia pequenos biscates e era também servente nas obras em Manjacaze mas dinheiro que conseguia era pouco não conseguia ajudar em quase nada. Então eu pedi minha irmã para me levar para Maputo para que pudesse apanhar emprego e tentar mudar minha situação. Quando cheguei meu primeiro negócio foi de venda de caldos de cozinha e plásticos aqui mesmo no mercado de Xiquelene.

Vasco mostra que fazia trabalhos temporários que ofereciam rendimentos imediatos mas esse rendimento era insuficiente para suprir com as despesas que tinha consigo e com a família. Migrar para Maputo era para este informante a garantia de que iria ter possibilidade de trabalhar e ganhar mais. Daniel, de 19 anos de idade disse:

Comecei a fazer negócio no mercado de Xiquelene aos 13 anos, onde tive como meu primeiro negócio a venda de água gelada em pequenas garrafas, passado tempo mudei e comecei a vender chamussas, vendi durante um ano mas depois eu quis mudar para um negócio que me dá um pouco mais de dinheiro.

Daniel demonstra que praticou actividades comerciais naquele espaço ao exemplo de venda de água e chamussas, porém com o passar do tempo o dinheiro advindo dessas actividades passou a não satisfazer a suas necessidades a busca por um rendimento maior conduziu-o a pintura de unhas. Existem, também, pintadores que pelas imposições e necessidades do quotidiano tiveram esta actividade como a primeira remunerável, como Vasquinho de 19 anos de idade, conta:

Eu, antes de começar a pintar unhas aqui no mercado de Xiquelene só estudava de noite, até que um dia no ano de 2015 vim para o mercado com um amigo que fazia também esse negócio e a partir desse dia comecei a gostar de pintar unhas porque me ajuda a conseguir pouco dinheiro para ajudar em casa e, desde esse dia não parei de pintar até hoje, (Junho, 2017).

Vasquinho a partir da informação dada demonstra que teve esta a actividade como a primeira com efeitos remuneráveis, na medida em que abandonou a escola pelo tempo de estadia no mercado que a actividade implica, o que fazia com que na escola acumulassem ausências. Nota-se também que Vasquinho é movido a esta actividade de modo a conseguir dinheiro para ajudar nas necessidades da sua família, essa é segundo Pamplona (2013) característica dos trabalhadores do sector informal, pois estes tem como prioridade a manutenção da renda familiar.

#### **4.1.1. Inserção na actividade de pintura de unhas**

Em relação a inserção na actividade os pintadores de unhas contaram que foram beneficiados a ajuda por outros pintadores já estabelecidos de modo à também estabelecerem-se na actividade, como Nuno, de 20 anos de idade, afirmou:

Quem me ensinou essa actividade foi um amigo, Vasco, ele falou com alguém que conhece para que me vendesse o pau que nós usamos para encaixar os vernizes, e explicou-me locais nos quais posso comprar os vernizes no mercado Xipamanine, depois fui aprendendo com ele as técnicas de pintar e o jeito, como colar e fazer desenhos nas unhas das clientes.

A partir do depoimento de Nuno a quando do apoio que lhe fora prestado, percebe-se que apoio advém da teia de relações sociais a que inserido neste caso amizade, o apoio prestado envolve a instrução não só em termos de técnicas a usar durante a prestação da actividade mas também onde encontrar o material a usar ao pintar unhas. Nunes (1995) chamou a este tipo de apoio

solidariedade primária que baseada nas redes de parentesco, vizinhança ou comensalidade accionam mecanismos de apoio moral ou material à aqueles que lhes são reconhecidos como membros dessa rede. A mesma explicação é usada para explicar o contexto de inserção de Salomão, de 19 anos de idade, tal como disse:

Depois de um tempo aqui no Xiquelene a trabalhar na banca<sup>2</sup> da minha tia eu já queria ter um negócio meu para dar andamento aos meus projectos, como eu já conhecia uma pessoa que pintavam unhas perguntei se eu conseguisse comprar esse material ele podiam ensinar-me esse negócio de pintar unhas. Ele e aceitou me explicou o que era necessário e onde comprar os locais onde tem mais clientes e me deu dicas básicas não demorei aprender e hoje já consigo.

Salomão, tal como Nuno teve o apoio para o início desta actividade facilitado por um amigo pintador de unha, já conhecia o mercado ao exercício de comércio de chinelos praticado antes da pintura de unhas, o apoio que lhe fora prestado por pintadores de unhas estabelecidos resume-se em indicações de locais de aquisição do material a usar naquela actividade, a instrução básica dos procedimentos e técnicas no exercício da pintura e a sugestão de locais com maior fluência de clientes.

## **4.2 Formação de redes sociais**

Neste subcapítulo demonstro como se dá o processo de formação de redes sociais entre os pintadores de unhas do mercado *Xiquelene* na cidade de Maputo. Uma vez inseridos na actividade, os pintadores de unhas iniciam em simultâneo um processo de formação de redes sociais no qual o membro recém-entrado na actividade estende a sua rede de relações sociais a medida que vai conhecendo outros pintadores no mercado, como Dinho, de 22 anos de idade, contou:

Eu e Vasco somos amigos já à algum tempo e antes de ele me ajudar a começar esse negócio nossa amizade era normal, ate quando ele me ajudou a começar me ensinou como pintar, me apresentou aos outros pintadores de unhas daqui, graças a ele conheci aqui no mercado outras pessoas que pintam unhas como Vasquinho e Nuno.

---

<sup>2</sup>Mesa na qual são expostos produtos diversos para efeitos de comercialização

A partir do exemplo de Dinho, pode-se concluir que a amizade operou aqui um papel importante no sentido de permitir através da relação de amizade mantida ajuda para a inserção nessa actividade. Demonstra ainda Dinho que no início da actividade apenas conhecia um pintador e foi por conta da amizade que conheceu outros pintadores daquele mercado. Barnes (1973) afirma que as redes sociais vinculam uns indivíduos a outros indivíduos com objectivos em comum, através de laços sociais quer sejam afinidade, parentesco ou consanguinidade. Desta feita é possível perceber através do exemplo de Dinho que a partir da amizade com Vasco, desenvolveu relações com Vasquinho e Nuno. Na mesma linha de ideias Daniel conta:

Quem me mostrou coisas que tem a ver com esse negócio foi Agostinho eu andei com ele nos primeiros dias para aprender direito como fazer as unhas, pintar e fazer os desenhos através dele, conheci outras pessoas que também pintam como David e Vasco que me ajudaram também no começo, ia com eles no Xipamanine comprar material.

Daniel, tal como o exemplo de Dinho tem nas suas relações de amizade o denominador comum que o levou até aquela actividade, tiveram ambos um pintador de unhas que serviu de Alfa tal como Barnes (1973) defende, de modo a estender a sua rede de relações sociais. Barnes (*idem*) afirma que em um contexto de redes sociais se Alfa está em contacto directo com Beta, pode se esperar que alguns contactos de Beta sejam contacto de Alfa. Sendo assim o exemplo de Dinho demonstra que o facto de ter Agostinho como fazendo parte da sua rede de relações sociais possibilitou a Dinho estendesse tal rede a David e Vasco. Por sua vez, a quando da sua integração entre os pintadores de unhas, David de 22 anos, contou:

Quem me fez querer pintar unhas foi Vasco, ele falou com alguém aqui que também pinta unhas para que me vendesse o pau que nós usamos para encaixar os vernizes, e explicou-me locais nos quais posso comprar os vernizes no mercado Xipamanine, depois fui aprendendo como se faz esse trabalho de pintar, colar e fazer desenhos nas unhas das clientes e através dele fui conhecendo outros pintadores daqui também me ajudam.

A partir do exemplo de David constato que uma vez mais que o pintador unhas recém-integrado usa-se do pintador já estabelecido para se integrar na actividade. Aprendendo com quem o integrou no grupo os exercícios básicos. Esse comportamento é justificado por Lima e Conserva (2006) como sendo característico das redes sociais formadas no sector informal, pois

as redes sociais aparecem no sector informal em sua funcionalidade, possibilitando a integração de indivíduos através dos seus laços de parentesco em determinadas actividades.

#### **4.2.1. Funcionalidades das redes sociais**

Iniciado o processo de formação de redes sociais entre os pintadores de unhas do mercado *Xiquelene*. Neste subcapítulo demonstro como funcionam as redes sociais entre os pintadores de unhas e para que fins. Os exemplos dos informantes demonstram que tais redes consistem para além da criação de novos laços de relações sociais, a interajuda é aqui um fenómeno bastante presente, na qual trocam ajudas moral e financeira, criam grupos de financiamentos como o *xitique*, ajudam-se na resolução de conflitos, como conta Nuno de 20 anos de idade:

E me apresentou aos outros que hoje somos quase uma família nos ajudamos em caso de problema, no dia que levaram meus vernizes por exemplo foram estes mesmos que me ajudaram.

Inserido no grupo dos pintadores de unhas Nuno viu-se envolvido numa rede de troca de apoio de varia ordem, um dos exemplos trazido pelo informante é em casos de apreensão de material de trabalho onde tem auxilio para recuperar no grupo dos pintadores, por parte daqueles que negociam melhor. O que faz com que Nuno veja este grupo como uma família naquele espaço. Vasco de 23 anos de idade, explicou:

Aqui nós somos todos irmãos, aqueles que me ajudaram no começo a maioria já não esta aqui, mas tem pessoas que eu trouxe para aqui. Entre nós aqui nos ajudamos faço um *xitique* com três pessoas daqui por semana e assim mesmo nos ajudamos.

Ao que conta Vasco de 23 anos de idade, as redes sociais tecidas entre os pintadores de unhas consistem também para também para extensão dos laços sociais e para prática de sistemas de poupança que funciona também como uma ferramenta de ajuda financeira dando a possibilidade do beneficiado restituir o valor em prestações pequenas prestações. O depoimento de Vasco quanto ao funcionamento das redes sociais entre os pintadores de unhas, enquadra-se na ideia de Loforte (1996) quando afirma que as redes sociais constituem capital social que pode ser definido em funções de relações de reciprocidade, pois o que Vasco faz

pelos pintadores de unhas é esperado que se faça por ele. Ainda nessa senda, Agostinho, de 27 anos de idade, explicou:

Nós aqui no mercado nos vemos como amigos, nos ajudamos aqui para cada um conseguir ter o que comer, quando me chamam para pintar unhas e sei que onde vou estou a ir pintar mais de uma pessoa levo um meu amigo aqui também, ou também quando alguém quer pintar enquanto teu material acabou você mostra outro teu que pinta. Assim também é uma maneira de ajudar os meus irmãos daqui.

Ao que conta Agostinho pode-se perceber que existe a questão de cedência da clientela em caso de uma procura maior dos serviços por parte de clientes ou em caso de impossibilidade de prestar por falta momentânea de material apropriado para serviço requisitado. Por outro lado, ainda falando sobre a importância das redes sociais estabelecidas entre os pintadores de unhas, Daniel de 19 anos de idade, contou:

A ajuda que nós damos aqui eu acho que é boa, pode se dar a situação de um nosso amigo que ficou doente aqui, e verniz já não é mesma coisa quando fica muito tempo sem se mexer, quando ficou melhor lhe emprestamos um pouco de material para ele levantar o negócio dele, quando é assim é bom.

A partir do que Daniel demonstra pode-se notar que o relacionamento estabelecido pelos pintadores de unhas assume igualmente o papel de protecção social, na medida em que, mesmo por empréstimo, cria condições para o retorno do pintador ao negócio em caso de ausência motivado por, como é exemplificado na fala de Daniel, doença.

#### **4.3 Estratégias para obtenção de rendimentos e clientes**

Aqui, os pintadores revelam alguns aspectos ligados a esta actividade e o seu quotidiano como por exemplo os horários de chegada e de saída, que actividades desempenham para além de pintar unhas e que outros locais possam eventualmente exercer essa actividade e como isso representa uma estratégia de maximização de rendimento e clientes, como pode-se notar nas respostas abaixo. Salomão, de 19 anos de idade, explicou:



Normalmente eu chego aqui às 8 horas e como clientes só aparecem quando movimento de chapas começa diminuir, isso a partir das 9 horas e 30 minutos para frente eu fico aqui a vender crédito. Depois atendo as clientes que aparecem aqui, quando não aparecem dou voltas no mercado para ver se encontro mas isso naquelas horas das 12.

O horário de chegada ao local de trabalho de um pintador de unhas tomando como exemplo Salomão é determinado pela hora em que o fluxo dos transportes semi-colectivos abrandando permitindo se assim o aparecimento de pessoas a procura daqueles serviços. Os pintadores de unhas recorrem a outros locais diferentes do mercado *Xiquelene* como estratégia com vista a conseguir clientes como Adolfo de 22 anos de idade, contou:

A clientela aqui no mercado varia, há dias que são bons consegues pintar ou colar dez pessoas quando tens sorte e outros que não há muita movimentação, nesses dias tenho saído daqui do terminal e dou voltas no mercado ou chego até praça dos heróis a procura de clientes.

Adolfo afirma que tem sido comum em dias de fraca movimentação de clientes no mercado estender o seu campo de actividades para outros locais em busca de clientes aliada ao facto da sua actividade ser ambulante e permitir constantes deslocações. Agostinho de 27 anos de idade afirmou:

Outra forma para conseguir clientes é fazer desconto, as vezes quando a cliente não tem dinheiro eu pinto e ela depois me paga, e quando fazes isso aí a pessoa não vai te trocar por outro pintador

A possibilidade de negociar preços e prestar o serviço para um pagamento posterior é visto por Agostinho também como uma estratégia de conquista de confiança de clientes de modo que sempre que precisarem de pintar unhas o chamaram. Carlota de 32 anos de idade, contou:

Eu pinto com eles já á muito tempo, porque eu também trabalho aqui no mercado já faz uma coisa de quatro a cinco anos. Eu prefiro pintar com eles, em primeiro lugar pelos preços que fazem, são normais comparados com outros sítios, é possível negociar com eles nos dias em que não tens dinheiro completo.

O tempo de aderência dos serviços dos pintadores de unhas para Carlota está relacionado com o seu tempo em exercício das suas actividades comerciais naquele mesmo local. Afirma que é vendedeira naquele local entre quatro e cinco anos, o que a torna também cliente dos pintadores

do mercado desse mesmo espaço. Para Carlota, o facto de os serviços serem prestados no local onde ela é também vendedeira, o preço baixo relativamente a outros locais, e a possibilidade de negociar a preço e pintar mesmo sem do momento obter o valor completo para o que pretendem, são aspectos à favor quando trata-se de perceber a sua preferência em relação aos pintadores de unhas do mercado *Xiquelene*.

O exemplo de depoimento de Carlota vem demonstrar que as actividades exercidas pelos pintadores de unhas do mercado *Xiquelene* são regidas por regras distintas a da economia de trabalho, são sim regidas por normas que valorizam as relações sociais desenvolvidas com as clientes de modo a tornarem o seu serviço preferencial, tal como afirma Cunha (2006) quando diz que o sector informal pode ser igualmente um espaço onde estabelecem-se laços de entreajuda, deslocando-se do plano legal para o moral. Ainda sobre por quê pintar unhas com os pintadores do mercado *Xiquelene*, como Palmira, de 37 anos de idade, explicou:

Eu pinto sempre com esses rapazes daqui, por causa do preço mesmo, não são muito caros e as vezes fazem bom desconto, outra coisa é porque esse tipo de negócio que faço não quer para eu andar muito, eles como estão sempre a dar voltas no mercado é só chamar eles vêm.

Palmira demonstra como as outras clientes que o preço e possibilidade de negociar ou as diferentes formas de pagamentos que os pintadores de unhas exercem pesam a favor no que toca a preferência, outro aspecto demonstrado por Palmira Langa é que o facto dos pintadores de unhas serem semi-ambulantes contribui na preferência de modo que, estes sempre passam do local onde a vendedeira exerce a sua actividade.

## Capítulo 5: Considerações finais

No presente trabalho analisou-se o processo de formação de redes sociais entre os pintadores de unhas no mercado *Xiquelene* na cidade de Maputo. Para realização privilegiou-se o pressuposto metodológico defendido por Barnes (1973) no qual entende que redes sociais enquanto instrumento analítico e metodológico é um sistema de interações sociais onde ocorrem relações interpessoais que vinculam uns indivíduos a outros indivíduos.

Os resultados desta pesquisa mostram que o processo de formação de redes sociais entre os pintadores de unhas inicia no momento da sua inserção na actividade, movidos pela busca de melhores condições de vida face a sua dificuldade de arranjar emprego em alguns casos e noutros em busca de um rendimento melhor em relação as actividades antes desempenhadas.

A abordagem economicista toma o sector informal sob o ponto de vista económico o que é problemático, pois os resultados desta pesquisa mostram igualmente que o início da actividade de pintar unhas é marcado entre os informantes desta pesquisa pelo apoio prestado ao pintador iniciado ao pelos pintadores já estabelecidos na actividade que consistem no ensino da actividade, explicação de locais de aquisição de material usado. Os resultados desta pesquisa mostram igualmente que uma vez os pintadores inseridos na actividade e no grupo dos pintadores de unhas vão se afirmando as redes sociais que assumem um papel importante pois é devido a essas redes estabelecidas que os pintadores de unhas trocam ajuda.

A rede social formada entre os pintadores de unhas permite ao grupo partilha de clientes, permite aos pintadores a pratica do sistema de poupança por eles conhecido como *xitique* o que faz com que os participantes consigam dinheiro para implementar projectos pessoais ou do negocio, em outros casos essas redes assumem um papel de protecção social quando um pintador adoece e por essa razão ausenta-se do ambiente de trabalho quando se da o caso de um difícil retorno a actividade por de material a usar lhe-é propiciado um apoio de modo a reerguer-se naquela actividade.

Portanto, diferentemente do que apresenta a literatura defendendo que o sector informal surge como alternativa as dificuldades de acesso ao emprego no sector informal, ou por outro lado entendendo o sector informal como um espaço de empoderamento económico da mulher, este trabalho demonstra através de um estudo sobre os pintadores de unhas do mercado *Xiquelene*,

que o sector informal é, também, um espaço de formação de redes sociais. Demonstrando assim uma lógica distinta da visão economicista da informalidade, pois entre os pintadores de unhas é no sector informal onde ocorre a integração, acolhimento e a oportunidade da ascensão dos indivíduos com os quais partilham laços sociais.

.

## Referências bibliográficas

- Acioli. S. 2007. *Redes sociais e teoria social revendo os fundamentos do conceito*. Londrina (3): 1-12.
- Baccheta. M. 2009. *Globalization and informal jobs in developing countries*. Geneva: WTO
- Barnes, J.1987. “Redes Sociais e Processo Politico”. In: Feldman-Bianco, B.(org.). *Antropologia das sociedades contemporâneas: métodos*. São Paulo: global, p 159-193.
- Boni, V, Quaresma, S. 2005. “Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais”. *Revista Electrónica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC* 2 (3): 68-80.
- Casimiro. I. 2011. *Mulheres em actividades geradoras de rendimentos – experiência de Moçambique*. Maputo: CEA.
- Chivangue, A. 2014. *Economia informal e políticas em Moçambique: lógicas e práticas dos mukheristas*. Lisboa: CESA.
- Correia, M. 2009. “Observação participante enquanto técnica de investigação”. *Pensar enfermagem* 13 (2): 30-36.
- Cruz e Silva. T. 2000. *Os ziones: um estudo de caso do bairro Luís Cabral*. Maputo: CEA. UEM.
- Cunha. M. 2006. “Formalidade e informalidade: questões e perspectivas”. *Etnográfica*, (2), 219- 231.
- Escritório. N. 2012. *Redes de Solidariedade e Estratégias de Reprodução Social Dentro da Prática do Ciclo-taxismo no Espaço Urbano: O caso do Bairro Chirangano na Cidade de Quelimane*. Maputo: UEM.
- Hart. K. 1973. “Informal income opportunities and urban employment in Ghana”. *The journal of urban modern African studies*, (2): 61-89.
- GIL, A.C. 2008. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 6ª ed.
- Lima, C. Conserva, M. 2007. Redes sociais e o mercado do trabalho: Entre o formal e o informal. *Revista de Ciências Sociais*, no 24, pp. 73-98
- Loforte, A. 1996. *Género e poder entre os tsonga de Moçambique*. Lisboa: ISCTE.

- Mosca, João. 2010. "Pobreza, economia "informal", informalidades e desenvolvimento". In *Pobreza, Desigualdade e Vulnerabilidade em Moçambique*. Maputo: IESE, 83-98.
- Mutâmpua, J. 2014. *Nyonga: redes de solidariedade entre os vendedores de equipamentos eletrónicos num mercado da Cidade de Maputo*. Maputo: UEM.
- Nhaca, C. 2016. *Análise da contribuição do sector informal na redução da pobreza urbana*. Beira: UCM.
- Nunes, J. 1995. "Com o mal ou com bem, os teus te atem: as solidariedades primárias e os limites da solidariedade". In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 42, pp 5-22.
- Pinto de Abreu, A. 2007. "Sector informal, microfinanças e empresariado nacional em Moçambique". CEA.
- Proença, W. 2009. "O Método da Observação Participante: Contribuições e aplicabilidade para pesquisas no campo religioso brasileiro" In *Revista Aulas*. 4 (9), 1-24.
- Sarmiento, E. 2011. "O papel da mulher no desenvolvimento: o caso de Moçambique". Madrid: CEEIM.
- Silva, T. 2010. *Relações de género em África: as rabidantes e o comércio informal em Cabo Verde*. Lisboa: CIEA.
- Silva, O. 2012. *O impacto do sector informal no processo de desenvolvimento da África Subsaariana*. Lisboa: ISEG.