



OS SIGNIFICADOS DA ZUNGA NA VOZ DAS MULHERES EM LUANDA

THE MEANINGS OF ZUNGA IN THE VOICE OF WOMEN IN LUANDA

Indira Lazarine Catoto Monteiro Felix

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

RESUMO

O presente artigo é inspirado na Dissertação de mestrado da autora intitulada «Modos de Vida e de Trabalho das Mulheres que Zungam em Luanda». Neste pretende-se conhecer «os significados da zunga na voz das mulheres», como meio para compreender seu modo de trabalho e as técnicas de venda por estas utilizadas. Assim, os dados aqui inseridos resultam de uma pesquisa de campo, de tipo qualitativo realizada em um período de dois meses (Julho e Agosto) de 2011, com recurso a técnica de entrevista semi-estruturada e à observação direta, utilizando também outros depoimentos de pesquisas recentes, realizadas no contexto de Luanda, com praticantes do comércio informal. O mesmo mostra que a expressão *zungueira* identifica a mulher que *zunga*, enquanto o termo *zunga* é usado para adjetivar o ato de *zungar*, termo da língua nacional kimbundu (*okuzunga*), que de acordo com Ribas¹ (2009, p. 340) significa rodar, girar, ou deambular, expressão identificada como sinônimo de venda ambulante”, sendo que *zungar* equivale a vender pelas ruas; revela a mulher que identifica-se primordialmente com seu trabalho de venda ambulante, uma mulher trabalhadora, aquela que vive da *zunga* e *zunga* para viver. Trata-se de um sujeito social em cena, que encontra nas artérias da cidade de Luanda a maneira de expressar o que pode fazer para continuar a viver.

PALAVRAS-CHAVE: Pobreza. *Zunga*. Trabalho informal. Comércio ambulante. Cotidiano da mulher.

ABSTRACT

This article is part of Master's Dissertation of the author titled 'Ways of Living and Working Women Zungueira in Luanda. This is intended to understand "the meanings of zunga (ambulant trader) in women's voice "as a means to understand the way their work is done and selling techniques are used. Thus, the data collected here resulted from a field and qualitative research for a period of two months (July and August) 2011, using semi-structured interview techniques and direct observation, also using other testimonials data conducted in the context of Luanda, with practitioners of informal trade. The results shows that zungueira expression identifies the woman who zunga (ambulant trade on street), while the term is also used to describe the act to zungar, in Kimbundu language, the term is designated okuzunga, which according to Ribas¹ (2009, p. 340) means running, ambulatory, rotate, or walk, expression identified as synonymous with marketing or selling ", and zungar is equivalent to sell on the streets; reveals the woman who identifies themselves primarily with ambulant selling and marketing, a working woman, who lives the zunga (to sell on street) and zunga (sell in street) to live. Ambulant and selling women are social subject of this theme, they are found in streets of the city of Luanda and they express the will to continue living.

KEYWORDS: Poverty. *Zunga*. Informal work. Walking trade. Daily life of women.



1 INTRODUÇÃO

A venda ambulante, por suas expressões na realidade de Luanda, é um marco na cultura angolana e revelação da questão social pautada na luta de enormes contingentes populacionais pela sobrevivência. Ela é aqui referenciada como *zunga*, termo da língua nacional kimbundu (okuzunga) utilizado para adjetivar o ato de *zungar*, que de acordo com Ribas¹ (2009, p. 340) significa rodar, girar, ou deambular, identificada como sinónimo de venda ambulante, sendo que zungar equivale a vender pelas ruas; revelado por seus sujeitos como trabalho no sentido daquela atividade de comércio ambulante, realizada por uma pessoa que vive da *zunga* e *zunga* para viver.

Este artigo embasado numa pesquisa bibliográfica e de campo, surge com base na dissertação de mestrado da autora, que fala sobre o *modo de vida e de trabalho das mulheres que zungam em Luanda*, objeto de preocupação também a ser explorado no doutorado. Trata dos significados da *zunga* na voz das mulheres em Luanda.

Neste entendemos que existe uma clara distinção entre o método de exposição e aquele usado na pesquisa bibliográfica, documental e de campo, conforme Marx afirma no posfácio da segunda edição de O Capital:

{...} é, sem dúvida, necessário distinguir o método de exposição formalmente do método de pesquisa. A pesquisa tem de captar detalhadamente a matéria, analisar suas várias formas de evolução e rastrear sua conexão íntima. Só depois de concluído esse trabalho é que se pode expor adequadamente o movimento real (MARX, 1996: p.140).

Reconhece-se que eles são sujeitos comuns, sujeitos de “carne e osso”, que choram, que lutam, que sofrem, que projetam seu futuro, mas que não suportam tantas coisas criadas pelas normas e ações dominantes, necessitando zungar em busca do suportável, do diferente, de uma vida melhor. Qual é o significado da *zunga* enquanto expressão de luta pela sobrevivência para essas mulheres? A pesquisa documental e bibliográfica sobre o tema ofereceram subsídios para a escolha da metodologia e abriram caminhos para a elaboração das indagações e questões conceituais que nortearam este trabalho. Como técnicas de coleta de dados, optou-se pelo uso da entrevista e da observação.

Por um lado, revela-se como forma de sobrevivência, de apoiar a família, de sustentar os filhos, por outro um norte na vida desse sujeito, um mecanismo de emancipação social e política, por meio do qual estes estudam e podem melhorar sua condição de vida. O artigo está aborda o tema em três pontos. Num fala faz-se uma breve caracterização de Luanda, de seguida



trata sobre a zunga na voz das mulheres, depois sobre as estratégias de marketing utilizadas pelas mulheres e fecha com algumas considerações finais.

2 BREVE CARACTERIZAÇÃO DE LUANDA

Luanda, antes denominada Loanda e, outrora, São Paulo de Assunção de Luanda, é a capital e a província mais populosa de Angola, com 6 945 386 pessoas, o que representa pouco mais de um quarto (27%) da população do país, segundo dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) de 2016. Está localizada na costa do Oceano Atlântico, onde se encontra o principal porto e centro econômico, administrativo, político e social de Angola.

Luanda, segundo aqueles que a conheceram nos seus primórdios, era a cidade mais bonita de África. Até mesmo o observador mais severo da imundice que encontrei em 1992 não poderia deixar de distinguir os abatidos traços de elegância. Concebida pelos seus arquitectos originais para engrandecer a graciosidade de uma ampla e arqueada baía, a cidade fez-me lembrar de imediato o Rio de Janeiro, com a diferença de que aqui não havia montanhas escarpadas, nem nenhum corcovado a dominá-la (ANSTEE, 1997, p.223).

Como a cidade foi projetada para abrigar, no máximo, 600 mil habitantes, hoje tem uma superpopulação considerável. Apesar de ser uma cidade densamente habitada, fundada, em 1576, e com uma superfície de 2.417, 48 km², Luanda não está entre as maiores cidades do país, pois representa apenas 0,19% do território angolano. A província de Luanda é constituída por sete municipalidades: Belas, Cacuaco, Cazenga, Icolo-Bengo, Kissama, Luanda e Viana.

De acordo com o INE (Instituto Nacional de Estatística, 2016, p.32), o último censo populacional realizado em 2014 mostrou que a província de Luanda é a mais populosa com 6 945 386 pessoas, o que representa pouco mais de um quarto (27%) da população do país.

A sua população vive essencialmente da pesca, agricultura e o comércio. A estatística mostra que grande parte da população é pobre e recorre ao trabalho informal para sobreviver, deste uma parte significativa vive da venda ambulante, um recurso penoso, mais desgastante e que se revela perigoso pela maneira como o Estado com recurso á força, expulsa os vendedores das ruas, talvez numa tentativa de afastar a pobreza da zona central de Luanda, das zonas mais iluminadas da cidade.

O comércio ambulante perpassa a história de Luanda desde antes da independência do país em 1975. Em obra publicada por Óscar Ribas intitulada *Uanga* (feitiço), o autor descreve um contexto de 1950 em que:

{...} pelos atalhos, quitandeiras desciam para o mercado, em busca de água seguiam domésticas. {...} Mulheres ao serviço do município (agora província de Luanda)



varriam pachorrentamente a rua, e em pregões, quitandeiras vendiam peixe, fruta, mel, feijão, farinha de mandioca, azeite de amendoim e outros produtos (RIBAS¹, 2009, p.214-215, grifo nosso).

A obra de Ribas tem grande importância para se compreender a trajetória histórica e social que acompanha o fenômeno do comércio ambulante, que veio se transformando, mas continua presente na sociedade. Nela, Ribas trás o retrato de uma mulher que amparando nos braços uma criança desnutrida para angariar alimentos cantava e dançava pela rua, ao toque de um chocalho para que ao vê-las, as pessoas as socorressem com alimentos ou dinheiro. É nesse contexto sócio-histórico que Óscar Ribas, em 1950, descreve a *zunga* como o ato de perambular pelas ruas vendendo produtos.

Ao trazer o depoimento de uma quitandeira, cujo percurso de trabalho informal já passou pela *zunga* no contexto colonial, Orlando (2010, p. 65) revela que “não se trata de uma prática totalmente nova, embora reconheça” nela muitos aspetos contemporâneos, como é o caso da popularidade que o termo ganhou desde a década de 1990.

— *Eu, por exemplo, o negócio que iniciei com ele é de passar com os ovos na zunga, ainda no tempo do colono vendia banana na zunga nas senhoras brancas, zunguei, zunguei com as bananas, depois quando começaram a abrir estas praças é que eu comecei a vender fuba. Depois quando vi as outras estavam a vender fuba, também comecei a vender fuba. Naquele tempo já havia zunga só que ainda não lhes chamavam zungueiras, lavadeiras. Só que naquele tempo do colono, as pessoas na zunga vendiam só banana, pêra, abacaxi, estes negócios de fruta (Quitandeira sexagenária – Mercado do Asa Branca apud SANTOS, 2010, p.65).*

Observa-se neste depoimento, que não se pode atribuir à década de 1990, o marco do trabalho informal em Luanda e, muito menos, da *zunga*, conforme apresenta Samba (2012, p.139). Em Ribas¹ (2009) é patente o trabalho de *zunga*, cujo significado não se alterou na história do país, mas apenas se enriqueceu com o recurso à tecnologia e às dinâmicas de um mercado competitivo.

Outrossim, foi apontado por Oliveira Marques (2001, p. 326) que, entre 1890 e 1930, estavam já presentes, no cenário arquitetónico e histórico de Luanda, as mulheres que trabalhavam como peixeiras e quitandeiras. Analogicamente pode-se dizer que o trabalho é bastante similar ao da mulher *zungueira*, mudando apenas o tipo de produto vendido e a fonte de aquisição. As raízes da *zunga* remontam ao período anterior à Independência do país, ao trabalho realizado pelas mulheres quitandeiras e peixeiras, especialmente aquelas *bessanganas*¹. Passaremos a analisar a *zunga* na voz das mulheres.

¹ As *bessanganas* são mulheres que se vestem com panos, que distinguem-se pelo seu modo tradicional de vestir. Elas vêm da Ilha de Luanda e são senhoras da velha sociedade de Luanda. Os seus trajes típicos são formados por um total de quatro camadas de panos essencialmente estampados e coloridos: *mulele ua jiponda* (peça interior),



3 A ZUNGA NA VOZ DAS MULHERES

Neste ensaio entende-se a mulher zungueira como sendo uma mulher, mãe, filha, esposa, aquela que vende pelas ruas de Luanda para garantir a sobrevivência familiar. A sua origem é diversa e nenhuma participante é natural de Luanda. Esse dado não é novo e revela a real situação da maioria das mulheres e homens que *zungam* em Luanda, conforme evidenciam pesquisas realizadas por Santos (2010) e Samba (2012).

Quadro 1 – Características das participantes da pesquisa

NOME (FICTÍCIO)	IDADE	NATURALIDADE	Nº DE FILHOS	ESCOLARIDADE ²	ANOS DE ZUNGA
Teresa	36	Malanje	10-6	3ª classe	20
Jú	27	Malanje	4	4ª classe	14
Isabel	22	Kuanza Sul	1	1ª classe	2
Shirley	26	Benguela	2	4ª classe	6

Fonte: Dissertação de mestrado de Indira Monteiro, 2012.

O quadro evidencia algumas características das mulheres participantes deste estudo, por exemplo, **Teresa** é uma mulher de 36 anos de idade, dos quais mais de 20 foram dedicados à venda ambulante/*zunga*, vinda de Malanje aos 11 anos, reside no bairro do Golfo II. Diariamente, sai de sua casa, caminhando ou de táxi, *zungando* das 7 até às 17 horas, passando pelos bairros da Maianga, São Paulo e Kinaxixi e por Luanda. Apresenta-se como uma mulher alegre, com semblante cansado, com cesto plástico azul sobre a cabeça, no qual traz diversas roupas íntimas para vender e vestida de forma simples: saia, blusa, lenço na cabeça e chinelo. Com uma fala aberta, Teresa apresentou dificuldade de falar de si mesma e alegava não ter compreendido as perguntas. Em seu depoimento, ela revela sua escolaridade ao dizer: *Estudei, mas não sei ler, nem escrever {...}. Com 16 anos ainda estudava, só que a cabeça é que foi muito dura mesmo, também deixei de estudar por causa do pagamento da escola.*

— *O que me levou para começar a zungar é porque na casa por onde eu vivia me davam de comer, mas de vestuário e calçado não, tinham que me dar coisas que eles já usaram. Naquela leva das minhas amigas, tava a andar com uma amiga ... (a roupa) dela é nova, você ta pôr coisa usada ... depois ela veste melhor do que você ... então me senti mesmo que não adianta porque não estava a viver com a minha mãe. Vivía com a minha tia da parte do meu pai. Naquilo mesmo de me mandar ir na praça, fazer comida para as crianças, nas minhas mizades também, ya ... (tirava no troco) ajuntei*

o *mulele ua xaxi* (pano trespassado cobrindo a parte superior), depois o *mulele ua tandu* (tecidos trespassados na parte inferior) e finalmente um pano conhecido como *bofeta*.

² Corresponde aos primeiros quatro anos de escolaridade ou o ensino primário incompleto.

... porque procurava comprar coisas baratas para restar dinheiro. Como tinha já minhas amigas na praça, já tinha uma senhora que me dava negócio para mi vender para lhe dar dinheiro dela e eu tiro lá qualquer coisa que se aumenta lá. Minhas amigas me davam dinheiro quando ir na escola o dinheiro do lanche para comprar bolacha, você não come ... aquele dinheiro guarda e consegui ajuntar qualquer coisa (Teresa, 36 anos, 2011).

Jú ficou em silêncio quando a pesquisadora pediu que falasse de si mesma. Ela tinha uma aparência triste e quase caiu ao tirar o filho das costas, pois o peso da criança parecia incompatível com sua estrutura física; estava vestida de calça, blusa e um pano enrolado na cabeça para lhe proteger da poeira. Durante sua fala, a mesma parecia muito receosa e chegou a revelar que tinha medo que sua fala se revertesse em alguma represália policial. Em determinado momento pediu para desligar o gravador e desabafou sobre os conflitos familiares e com seu marido. Chorou ao término da entrevista com fisionomia aliviada por ter partilhado sua vida³.

— Meu trabalho é zungar, eu zungo. Zungar é um trabalho para a pessoa conseguir alguns valores para se aguentar, pagar a escola das crianças e comprar daquilo que você precisas... para mim... Zungar é só pegares um valor e ires numa loja ou armazém comprar alguma coisa e começas a andar de praça em praça...às vezes só vendo fora da praça...na rua assim, por exemplo esta é uma rua? Eu passo nas ruas até quando vou chegar na praça. Quando eu vejo que estou cansada vou ao almoço, almoço, depois compro uma água bebo ou uma gasosazita e depois de beber sento a repousar uns 10 a 15 minutos. Quando eu vejo que já acabei de repousar pego já nas minhas coisas, vou de novo a começar a zungar, mesmo na praça (Jú, 27 anos, 2011).



Fonte: Dissertação de mestrado de Indira Monteiro, 2012: Mulher zungando pão em Luanda. Foto: Novais, 2011.

É impossível não reparar no tamanho da bacia que está sobre a cabeça da mulher que zunga, no cenário de uma área não urbanizada do bairro Sambizanga, onde as casas que aparecem são feitas de madeira, blocos, ou até construídas com chapas de zinco. A mulher está vestida de pano, blusa, calçada de chinelo, uma apresentação que nos leva a interpretar além do social.

³ O conteúdo referente a essa parte da entrevista relatada como forma de desabafo não foi considerada no âmbito deste trabalho por respeito às circunstâncias emocionais em que ela se encontrava.

A pesquisa de Araújo (2009, p.243) com oito mulheres migrantes no Brasil retrata a pobreza e realça um aspecto encontrado também entre os sujeitos desta pesquisa. Os relatos atestam que assegurar a sobrevivência, ainda que em padrões minimamente aceitáveis, tornou-se uma prerrogativa essencial em relação a quaisquer outras expectativas consideradas necessárias na busca de melhores condições de vida.

Assim como Araújo (2009), as participantes da pesquisa possuem baixo nível de instrução, confirmando que desde sua infância os imperativos de sobrevivência sempre foram superiores em detrimento dos estudos.

Conforme Lima:

{...} isto reflete um conjunto de determinantes que contribuem na reprodução da pobreza, dentre os quais o autor ressalta a baixa escolaridade, que por sua vez impõe o subemprego e as subocupações como alternativas de trabalho ou ainda o desemprego (LIMA, 2000, apud ARAÚJO, 2009, p.243).

Esses fatores determinantes da pobreza estão expressos na voz nas mulheres, pois:

— *Zungar é para procurar pão para as crianças, não temos bancada...lugar não temos. Na zunga é melhor, pois quem vende na bancada reclama que vale a pena ficar na zunga. O cliente nos chama e nós vamos, aquelas que vendem na bancada não, o cliente tem que ir até elas, mas se encontra o que quer numa zungueira compra já. Na zunga tas a passar, tão a te chamar...as vezes na bancada é mais caro, as zungueiras há vezes que despachamos barato para ir comprar mais* (Shirley, 26 anos, 2011).

A diversidade das atividades dos ambulantes e a mobilidade do trabalho colocam dificuldades na organização desses trabalhadores, que habitam geralmente nas zonas mais pobres da cidade e se deslocam em espaços considerados mais privilegiados do ponto de vista económico, em busca de clientes potenciais (MARQUES GOMES, 2006, p. 224). Isso é reforçado pelo depoimento das mulheres quando afirmam que *na cidade compram mais*.



Fonte: Dissertação de mestrado de Indira Monteiro, 2012: Produtos medicinais vendidos na *zunga*. Fotos: Indira Monteiro, 2011

Esta fotografia mostra vários produtos de comércio ambulante, vistos várias vezes no decorrer das observações pela cidade de Luanda. Uma das vendedoras se identificou como a “tia do *nzolamiongo*” por vender produtos medicinais. Segundo ela, o *njanja* é uma raiz que



serve para curar a dor de barriga, infecções e dor no estômago. O creme *moamba* proveniente da medicina ocidental serve para melhorar o desempenho na atividade sexual, assim como o *perfume de dominação*, que segundo a mulher serve para gerar maior atração entre os parceiros sexuais. O *nsolamiongo ou tangawisi* apresenta-se como um preparado caseiro, líquido, em frasco e serve para tratar a tosse e a dor na coluna. Outro produto é o *mato-moto* em formato de pequenas bolinhas escuras, bem como o *pau de cabinda*, que mastigado ou colocado na cerveja aumenta a força sexual masculina.

Na visão das participantes, seu trabalho ambulante não é algo que a mulher tem como transitório, mas que pretende que dure, “que não caia na falência”, pois é fonte de alimentação da família, do aluguel da casa, garantia da escolarização dos filhos, condição de superação de uma situação de pobreza que transita por gerações.

{...} a despeito de que as condições sociais para a efetivação de mudanças substanciais no padrão de vida dos pobres sejam estabelecidas socialmente, as entrevistas concebem as saídas para a melhoria de vida, inscritas no plano individual ou familiar mediante o estudo associado à qualificação e ao esforço (DURHAN, 1988, apud ARAÚJO, 2009, p.246).

A maioria dos sujeitos da pesquisa considera a baixa escolaridade e a falta de qualificação profissional determinantes para conseguir um emprego, ou optar por um trabalho melhor. Assim, o trabalho ambulante surge como a alternativa possível, sendo que o importante para a ambulante é que a atividade dê dinheiro e seja honesta.

Em depoimento, Jú evidencia que a *zunga* ajuda muito na satisfação de suas necessidades, contribui para evitar comportamentos inadequados como roubar e prostituir-se, e destaca ainda o que a levou a *zungar*:

— {...}Depois de ter meus filhos vi que precisava continuar a zungar, naquilo de esperar, as vezes o esposo...esperar o fim do mês de trabalho...é pa...eu tinha mesmo que eu zungá...até que eu esperar ele, com o meu bocado...vamos juntar já...é o que me fez que eu também não posso ficar parada, tenho que zungar mesmo. No momento que eu necessito de uma coisa vou zungar, vou conseguir aquele dinheiro que eu quero e vou comprar também aquela coisa que eu quero...por isso é que a zunga me ajuda muito. Eu se tiver em casa, não tiver a vender, não tiver a zungar, eu posso ir numa pessoa: olha, eu gostei dessa coisa, pega, você me dá com ela... ela não vai aceitar, mas se eu estiver a zungar e for, olha fulana, eu preciso de um x, vê se me empresta, na próxima semana vou te dar...ela pode tirar e me entregar (Jú, 27 anos, 2011).

Nessa perspectiva, os depoimentos ajudam a compor a ideia de que para a mulher que *zunga*, seu trabalho é árduo, tem como centralidade a luta pela sobrevivência familiar, mas também constitui uma maneira estratégica de agir para vender mais.

— Vendo para não me faltar nada, uma calça...ta ver, não posso estar a depender do marido...ya, quero 10 kuanzas, é no marido, não, não posso. O marido pode sustentar, mas estou na falta de um dez...fulano dê-me só 10! Não, não posso. Tenho



criança, a criança precisa toda a hora dez kuanzas, quer bolacha, quer comprar sambapito, só tem que esperar no bolso do pai, não dá (Isabel, 22 anos, 2011).

Numa sociedade em que a mulher é historicamente vista como dependente do marido, que precisa realizar suas tarefas predeterminadas como cuidar da casa e da família, são escassos os registros que destacam o cuidado consigo mesma como parte do dever da mulher, evidenciando um reforço à invisibilidade feminina, à liberdade e à dignidade. Os subalternizados são estes sujeitos:

Marcados por um conjunto de carências, muitas vezes desqualificados pelas condições em que vivem e trabalham, enfrentando cotidianamente o confisco de seus direitos mais elementares, buscam {...} alternativas para sobreviver. Sujeitos que pouco conhecemos e que devemos descobrir {...} (YAZBEK, 2009, p. 95).

Em depoimento anterior, Isabel destacou a necessidade de independência econômica para arcar com as despesas do lar e para a satisfação de suas necessidades pessoais, apesar de reconhecer que *ser zungueira é muito chato, a pessoa dorme muito cansada, ta ver...mas é próprio, já estou acostumada, ya, porque já é mesmo assim, já estou mesmo habituada como sempre, já estou mesmo há mais de dois anos na zunga!*

Em Luanda, a atividade tem tanta presença, que algumas mulheres reconhecem que se trata de trabalho, de uma forma de emprego para amenizar sua situação socioeconômica e de sua família, tendo entre outros fatores:

- As elevadas taxas de migração, em busca de melhores condições de vida;
- Falta de emprego formal;
- Ausência de preparação para o acesso ao emprego;
- Existência de vazios no sistema educativo e de formação profissional, que não são universais, nem acessíveis para toda a população.
- O impacto econômico e social da história de Angola e da guerra civil sobre as famílias angolanas, etc.

Para Lima, esta atividade informal mostra as:

{...} formas predominantes no universo de trabalho dessa mulher e são por ela interpretadas como estratégias de sobrevivência, uma maneira de 'quebrar o galho' e oferecer um suporte ao marido, se o salário dele atrasa ou, mesmo, como complemento à renda familiar (LIMA, 2003, p. 291).

Portanto, mais que captar cotidianos, a pesquisa permitiu conhecer sonhos, expectativas e tudo aquilo que move a vida dessa mulher, que mais do que *zungueira* é aquela que “(re) ativa a velha tradição de se cantar e poetizar o cotidiano da mulher” (SANTOS, 2010, p. 65). Ela não deixa apagar a esperança de uma vida melhor para seus filhos que são sua prioridade. No



entanto, a atenção ao marido continua constante, com o qual ela partilha os sonhos, as alegrias, as dores, os frutos do trabalho e a vida.

4 ESTRATÉGIAS DE *MARKETING*⁴

O trabalho ambulante é um processo de lutas e de conquistas, em que muitas mulheres recorrem para dar consistência ao seu cotidiano de vida tendo em vista a sobrevivência familiar. É importante dizer que a essência desse *marketing* vem da própria mulher que por meio do pregão e não só, anuncia os benefícios do seu produto para atrair o cliente: seus gestos, fisionomia, simpatia, bom trato na relação, vestimentas que garante durabilidade nas relações no âmbito do comércio ambulante.

Os dados da observação realizada em ambiente de trabalho de um dos sujeitos da pesquisa permitiu ver um ambiente rico de relações sociais, de amizade e de confiança entre a *zungueira* e seus clientes, sendo que a vendedora, além de conhecer a residência destes, conhece também os filhos e parentes. Essa confiança na relação com seus clientes é vista pelo *kilapi*⁵; ela deixa os produtos e só depois de algum tempo, geralmente um mês, vai buscar seu dinheiro em suas casas. Esse cenário foi seguido pela emissão do pregão:

— {...} *Rebuçado para tosse, gripe, irritação na garganta, duas lâminas cinquenta...rebuçado para tosse, gripe, anjina, irritação na garganta, duas lâminas cinquenta {...}* (Pregão de Jú, 27 anos, 2011).

Há uma riqueza no enunciado desse pregão pela maneira como as informações estão organizadas para atrair a atenção e conquistar os clientes. Além disso, tem a particularidade de ele ser gravado, com recurso do microfone e ser repetido durante todo o percurso de trabalho diário da mulher, sem que ela faça um esforço redobrado com sua voz.

De acordo com Santos (2010, p. 67), a criatividade no pregão, torna-se uma das principais formas de *marketing* por parte das mulheres ambulantes, por meio da qual, o humor e o apelo tornam-se dois grandes elementos característicos do momento da venda. O autor ressalta os seguintes pregões:

- *Mãe com gosto compra boa roupa para os filhos;*
- *Ta qui pão, ta qui pão;*

⁴ Refere-se à maneira criativa como os sujeitos da pesquisa procedem para chamar a atenção do cliente, fazer a informação sobre seu produto chegar aos ouvidos de um público mais distante, tudo para vender mais.

⁵ A mulher deixa algum produto por *kilapi* quando vende a crédito, confiando no cliente que não paga à vista, mas num prazo estabelecido pelas partes, que geralmente vai de um a três meses. Algumas aumentam o preço do produto, caso tiver que deixá-lo para pagamento posterior, outras mantêm o valor inicial da transação.



- *Arreou nos meus copos;*
- *É coxaeeeeé;*
- *Ta qui tomate a passá.*

É com essa riqueza de palavras e expressões que os pregões fazem também o diferencial da mulher *zungueira*. É só ouvir alguma dessas expressões, que sem dúvida, o cliente sabe que se trata de uma mulher *zungueira*.

O pregão com recurso ao microfone é alcançado por maior número de pessoas e exige menos esforço. Diferente de Jú, Isabel não tem um microfone, seu pregão é vocal, mais cansativo e exige momentos de descanso da voz para não ganhar rouquidão, mas sem perder o charme característico de um bom pregão: *Ta qui a mantega... é só cinquenta a mantega... compra mantega que dá saúde.*

Este depoimento deixa explícita a diferença, que a mulher apresenta, entre *zungar* e trabalhar, pois para ela trabalho é atividade assalariada, aquela realizada por conta de outrem, enquanto a *zunga* não é considerada como trabalho

Esse procedimento é realizado de forma rotativa e permite assim alguma economia.

— *Ta qui garoto, ta qui garoto a passaré, quatro é cinquenta, amiga pergunta... ta qui garoto, ta qui garoto a passaré, quatro é cinquenta, amiga pergunta {...}*

Este pregão de Shirley (re) produzido com o auxílio de um microfone destaca uma riqueza de significados e sua importância para a compreensão da linguagem própria do comércio ambulante, indispensável no atendimento personalizado. Ele descreve desde o momento do pregão para conquista e chamada de atenção do cliente, até ao ritual de negociação e, ao final, a compra ou o *kilapi* (crédito).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, chega-se à conclusão que a mulher *zungueira* aqui identificada tem um cotidiano de luta, de desafios, porém também de realizações, no qual seu trabalho se revela num cenário aparentemente repetitivo, cheio de mesmices para o observador, mas carregado de construções, reconstruções e desconstruções.

Outra conclusão de ordem geral é que o *zungar*, o *deambular*, o *perambular*, o pregão, o *kilapi*, são expressões do comércio ambulante as quais se denomina *mercadejamento* ou *zunga*. Este modo de trabalho é um processo de dura aprendizagem em que as mulheres



zungueiras se utilizam de recursos próprios para tornar seu trabalho menos pesado, mais lucrativo e mais atraente.

REFERÊNCIAS

ANSTEE, Margaret. **Órfão da Guerra Fria: Radiografia do colapso do processo de paz angolano**, 1992/1993. Porto: Campo das Letras, 1997.

ARAÚJO, Cleonice Correia. **Pobreza e Programas de Transferência de Renda: Concepções e significados**. São Luís: Edufma, 2009.

CARDOSO, Gomes. **Comércio em Angola: 31 anos de metamorfoses e evolução**. Luanda: Publicações ABC Comercial e Associados, LDA, entre 2003 e 2007.

CARVALHO, Maria do Carmo Brant; NETTO, José Paulo. **Cotidiano: conhecimento e crítica**. São Paulo: Cortez, 2011.

INE. Instituto Nacional de Estatística. *Resultados Definitivos do recenseamento Geral da População e Habitação 2014*. Luanda, 2016.

LIMA, Antónia Jesuíta de. **As multifaces da pobreza: formas de vida e representações simbólicas dos pobres urbanos**. Terezinha: Halley, 2003.

LOPES, Carlos Manuel Godinho Fernandes. **Luanda, Cidade Informal? Estudo de caso sobre o Bairro Rocha Pinto**. Mimeo, 2000.

LOPES, Cláudio Bartolomeu. **Trabalho feminino em contexto angolano: um possível caminho na construção de autonomia**. Dissertação (Mestrado em Serviço Social). Programa de Estudos Pós-Graduados em Serviço Social, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2010.

LOPES, M. Carlos. **Candongueiros kinguilas, roboteiros e zungueiros: uma digressão pela economia informal de Luanda**. Coimbra: Trabalho apresentado no VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, Setembro de 2004.

MONTEIRO, Indira Lazarine C. **Modos de vida e de trabalho das mulheres que zungam em Luanda**. Dissertação de Mestrado. (Pós-Graduação em Serviço Social). Programa de Pós-Graduação em Serviço Social, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

OLIVEIRA MARQUES, A. H. de. **Nova história da expansão portuguesa: O império africano (1890-1930)**. Vol. XI. Lisboa: Estampa, 2001.

PEREIRA, Aline. **Desenvolvimento de políticas públicas para inserção da mulher angolana no mercado de trabalho**. Tese. (Doutorado em Economia dos Recursos Humanos). Programa de Pós-Graduação em Economia dos Recursos Humanos, Instituto de Ciências do Trabalho e da Empresa. Lisboa, 2004.

II Simpósio Internacional sobre Estado, Sociedade e Políticas Públicas

“Estado e Políticas Públicas no Contexto de Contrarreformas”

20, 21 e 22 de junho de 2018

Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas - UFPI - Teresina - Piauí



QUEIROZ, F. A importância da Economia Informal no Alívio da Pobreza em Angola, comunicação apresentada às 3^{as} **Jornadas Técnico-Científicas da Fundação Eduardo dos Santos**. Luanda [s.n.] 1999.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **Variações sobre a técnica de gravador no registro da informação viva**. São Paulo: T.A. Queiroz, 1991.

RIBAS¹, Óscar. **Temas da vida angolana e suas incidências (1987)**. Lisboa: Mercado de Letras, 2009.

_____². **Uanga «Feitiço» (1950)**. Lisboa: Mercado de Letras, 2009.

RIVERO, Patrícia Silveira. **Trabalho: Opção ou necessidade? Um século de informalidade no Rio de Janeiro**. Belo Horizonte: Argvmentvm, 2009.

ROBSON, Paul; ROQUE, Sandra. **Aqui na cidade nada sobra para ajudar**. Amsterdã: Development Workshop, 2001.

SAMBA, Simão João. **Significados do trabalho informal em Luanda: luta, coragem e persistência nas vozes dos jovens migrantes**. Tese (Doutorado em Serviço Social). Programa de Estudos Pós-Graduados em Serviço Social. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2012.