

TEMÁTICAS MULTIDISCIPLINARES PERANTE OS APORTES CIENTÍFICOS-METODOLÓGICOS NA CONTEMPORANEIDADE: ANGOLA EM FOCO

Domingos Bombo Damião
Lukamba J. Joaquim
Bruno Apolinário Pinto Dala
Marcos Vitor Costa Castelhana
Anna Carolina de Medeiros Gouveia Souto
Gustavo Henrique Queiroz dos Santos
(Orgs).

**TEMÁTICAS MULTIDISCIPLINARES
PERANTE OS APORTES
CIENTÍFICOS-METODOLÓGICOS
NA CONTEMPORANEIDADE:
ANGOLA EM FOCO**

Todos os elementos dispostos em tal produção são de total responsabilidade dos autores

Licença Creative Commons Atribuição-Sem Derivações 4.0 Internacional.

Comissão Editorial:

Dr. Alvaro Carvalho Dias da Silva

Dr. Claudianor Almeida de Figueiredo

Dra. Sônia Azevedo de Medeiros

Dra. Patrícia Ferreira dos Santos

Ms. Geilma Hipólito Lúcio

Me. Adaci Estevam Ramalho Neto

Me. Adriana Freitas da Silva

Esp. Marcos Vitor Costa Castelhana

Me. Ledson Marcos Sousa da Silva

Me. Mateus da Silva Fernandes

Me. Andréa Santos Lúcio

Me. Aldenice Barbosa dos Santos

Me. Mayara Millena Moreira Formiga

Dr. Gustavo Henrique Queiroz dos Santos

Nosso principal propósito é desenvolver maneiras impactantes para a divulgação e circulação de pesquisas acadêmicas que possam fortalecer as abordagens científicas atuais.

Equipe da Editora Acadêmica Universa - Sucesso EAD

Domingos Bombo Damião, Lukamba J. Joaquim, Bruno Apolinário Pinto Dala,
Marcos Vitor Costa Castelhana, Anna Carolina de Medeiros Gouveia Souto e
Gustavo Henrique Queiroz dos Santos
(Orgs).

TEMÁTICAS MULTIDISCIPLINARES PERANTE OS APORTES CIENTÍFICOS-METODOLÓGICOS NA CONTEMPORANEIDADE: ANGOLA EM FOCO

1ª Edição

São Bento-PB

Editora Acadêmica Universa - Sucesso EAD

2024

2024 - Edição Brasileira by Editora Acadêmica Universa - Sucesso EAD
by Autores- Todos os direitos reservados

Editora Acadêmica Universa - Sucesso EAD

CNPJ: 34.514.971/0001-71

E-mail: facsu.editorial@hotmail.com

Número para contato: 83998400598

São Bento-PB – Brasil

Editor-Chefe: Marcos Vitor Costa Castelhana

Diagramação: Marcos Vitor Costa Castelhana

Revisão de texto: Autores

Capa: Gabriela Gomes Maranhão

Produtora Editorial: Zélia Kamylla Evangelista Dias

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

T278 Temáticas multidisciplinares perante os aportes científicos metodológicos na contemporaneidade [livro eletrônico] : Angola em foco / Domingos Bombo Damião... [et al.]. – São Bento, PB: Editora Acadêmica Universo; Sucesso EAD, 2024.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

ISBN 978-65-983597-2-0

1. Angola – Ciência. I. Damião, Domingos Bombo. II. Joaquim, Lukamba J. III. Dala, Bruno Apolinário Pinto. IV. Castelhana, Marcos Vitor Costa. V. Souto, Anna Carolina de Medeiros Gouveia. VI. Santos, Gustavo Henrique Queiroz dos.

CDD 370

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

DOI: 10.36599/eau-978-65-983597-2-0

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	7
CAPÍTULO 1- AS “MULHERES DO GAME” EM LUANDA – ESTUDO SOBRE A REDUÇÃO DAS CARÊNCIAS SOCIOPROFISSIONAIS ATRAVÉS DAS TROCAS ECONÓMICO-SEXUAIS.....	9
CAPÍTULO 2- A PSICOLOGIA NA VISÃO AFRICANA: UMA REFLEXÃO DA NECESSIDADE DE CONTEXTUALIZAR A PSICOLOGIA.....	19
CAPÍTULO 3- CAUSAS DO STRESS NO DIA-A-DIA DA VENDA AMBULANTE DAS ZUNGUEIRAS DE LUANDA. UM ESTUDO QUALITATIVO.....	29
CAPÍTULO 4- DISTORÇÕES COGNITIVAS E TRANSTORNO DE PERSONALIDADE ANTI-SOCIAL: ESTUDO EXPLORATÓRIO COM DETIDOS E CONDENADOS POR DIVERSOS CRIMES EM LUANDA.....	43
CAPÍTULO 5- IMPACTO DA QUALIDADE NA SATISFAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES.....	55
CAPÍTULO 6- A IMPORTÂNCIA DA CRIAÇÃO DO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO (CD) PARA A OPTIMIZAÇÃO DOS PROCESSOS LOGÍSTICOS NA CADEIA DE ABASTECIMENTO DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE MBANZA KONGO, ZAIRE.....	73
CAPÍTULO 7- A INFLUÊNCIA DA MARCA NA TOMADA DE DECISÃO DE COMPRA DE PRODUTOS ALIMENTARES DA CESTA BÁSICA.....	93
CAPÍTULO 8- O ACESSO À INFORMAÇÃO EM ANGOLA: UMA ANÁLISE EM TORNO DO ESTADO ACTUAL DO DIREITO À INFORMAÇÃO NO PAÍS...	105
CAPÍTULO 9- O NÚCLEO CENTRAL E PERIFÉRICO DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE O FEITIÇO NUMA AMOSTRA DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DE LUANDA.....	115
SOBRE OS ORGANIZADORES.....	129

APRESENTAÇÃO





A presente obra foi fruto da parceria entre a Editora Acadêmica Universa – Sucesso EAD, eixo editorial exclusivo do Grupo Educacional Sucesso, e a Revista Multidisciplinar – Academicus Magazine, sediada em Angola, visando difundir conhecimentos e práticas de artigos científicos previamente publicados em território angolano por meio das interações entre os meios acadêmicos lusófonos, trazendo à tona um conjunto de perspectivas, diálogos e comunicações de pesquisa ancoradas nas observações sistêmicas e sistemáticas intrínsecas nas referidas publicações, sendo aqui reunidos nove materiais selecionados pela curadoria de ambos os corpos editoriais.

Tenha uma excelente leitura!

Marcos Vitor Costa Castelhana

CAPÍTULO 1- AS “MULHERES DO GAME” EM LUANDA – ESTUDO SOBRE A REDUÇÃO DAS CARÊNCIAS SOCIOPROFISSIONAIS ATRAVÉS DAS TROCAS ECONÓMICO-SEXUAIS¹

 Domingos Bombo Damião²
 Mariano Julser de Jesus Chinavale³

Resumo: *O principal objectivo deste estudo foi explorar o sentido em que as trocas económico-sexuais se associam à redução das carências socioprofissionais das mulheres em Luanda. Para tal, foi realizado um estudo qualitativo, exploratório e bibliográfico, com jovens de 23 a 24 anos de idade que actuam nas Avenidas 21 de Janeiro e Pedro Castro Van-Duném Loy, localizadas na capital do país, Luanda, a recolha dos dados foi efectuada através de uma entrevista e gravada com o consentimento das mesmas. Os resultados mostram que, as participantes do estudo são mães solteiras, residentes no Cassequel e no Kilamba Kiaxi, bairros periféricos de Luanda. No que toca aos motivos para se prostituir, ficou patente que as mulheres do “game” em Luanda têm sido influenciadas pela pobreza, desestruturação familiar, educação precária, falta de emprego, empoderamento feminino, influência dos amigos, necessidades de subir na vida, vivência difícil, curiosidades, vícios, frustração, carência afectiva e outros. Estes resultados permitiram compreender que muitas mulheres enfrentam situações de carências socioeconómicas e psicológicas, por isso recorrem às trocas económico-sexuais de modo a ganhar dinheiro fácil e rápido para satisfazer as suas necessidades. Daí, concluiu-se que, as carências socioprofissionais podem influenciar as mulheres a efectuarem trocas económico-sexuais, mas não se constituem em factores determinantes para o envolvimento com a prática da prostituição.*

Palavras-chave: “mulher do game”, Luanda e Prostituição.

Game women in Luanda – Study on the reduction of socio-professional deficiencies through economic-sexual exchange

Abstract. *The main objective of this study was to explore the sense in which economic-sexual exchanges are associated with the reduction of socio-professional needs of women in Luanda. To this end, a qualitative, exploratory and bibliographic study was carried out, with young people aged 23 and 24 who work on Avenidas 21 de Janeiro and Pedro Castro Van-Duném Loy located in the capital Luanda, data collection was carried out through a interview and recorded with their consent. The results show that the study participants are single mothers living in Cassequel and Kilamba Kiaxi, peripheral neighborhoods of Luanda. With regard to the reasons for prostituting themselves, it was clear that the women of the “game” in Luanda have been influenced by poverty, family breakdown, failure in family relationships, precarious education, lack of employment, female empowerment, influence of friends, need for rising in life and difficult experience, curiosity, vices, frustration, lack of affection and others. These results made it possible to understand that many women face situations of socioeconomic and psychological need, which is why they resort to economic- sexual exchanges in order to earn quick and easy money to satisfy their needs. Hence, it was concluded that socio-professional deficiencies can influence women to carry out economic-sexual exchanges, but they do not constitute determining factors for involvement in the practice of prostitution.*

Keywords: *Game woman, Luanda and Prostitution.*

¹DOI: [10.5281/zenodo.8172713](https://doi.org/10.5281/zenodo.8172713)

²Licenciado em Psicologia Criminal pela Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Agostinho Neto – Angola.

³Licenciado em História pela Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Agostinho Neto - Angola

Introdução

De forma introdutória, importa realçar que em Angola, a expressão “mulher do *game*” tem sido frequentemente utilizada para se referir às mulheres e meninas que trocam prazeres ou serviços sexuais por dinheiro e outros favores, como socioprofissionais. Dito de outro modo, a “mulher do *game*” é aquela que se prostitui para reduzir suas carências sociais, políticas, económicas, biológicas e psicológicas, sendo que, segundo Torres *et. al* (1999) e Araújo e Silva (2017), o acto de se prostituir refere-se a actividade exercida, principalmente, por mulheres com necessidades, ela consiste na prática sexual remunerada.

Habitualmente, a pessoa que se prostitui, essencialmente, aluga seu corpo para serviços sexuais sem afecto, mas com intenções de obter dinheiro para a sua sobrevivência.

Sobre este aspecto, as conhecidas “mulheres do *game*”, em muitos casos, actuam de forma secreta enquanto outras se expõem sem pudor e efectuam as trocas económico-sexuais nas principais zonas da cidade capital, Luanda como: Zango, Vila de Viana, Morro Bento, Talatona, Ilha de Luanda, Mutamba, Ex-Roque Santeiro, Mártires do Kifangondo, Cazenga, cidade do Kilamba, Benfica e outras. Para o efeito, segundo Araújo e Silva (2017), existem duas modalidades que são: a prostituição de rua e a prostituição de luxo.

Para os autores acima, a prostituta de rua exerce a actividade por uma necessidade de subsistência, geralmente não possui liberdade na escolha dos seus clientes. Ao passo que, a prostituta de luxo exerce a actividade por vontade própria e possui maior liberdade de escolha em relação aos clientes.

Assim sendo, é necessário realçar que, as duas modalidades têm evoluído a cada dia em Luanda, visto que as mulheres envolvidas com as trocas económico-sexuais se associam a alguns tipos específicos de empresas e empregos de fachadas como: no entretenimento (nas agências de acompanhantes, casas de massagem, discotecas, roulotes, bares, restaurantes, protocolos, lanchonetes e hospedarias), na moda (nas agências de moda), nas agências de emprego (como empregadas domésticas, babás, acompanhantes de viagens, dançarinas, atrizes e cantoras), nos vídeos (nas produtoras de vídeos); no telessexo (nas redes sociais, digital influencer e serviço de sexo virtual) e, por fim, no turismo (nas agências de viagens, hotéis, spas/resorts, empresas de táxi), (OIT, 2006).

Quanto a isto, convém salientar que em Angola, a prostituição não está tipificada como crime, embora seja considerada como atentado ao pudor. Dados apontam que, pelo menos 10,5% das trabalhadoras de sexo em Luanda, Benguela, Cabinda, Cunene e Bié são portadoras do HIV/SIDA, 2,6% deste grupo vive com sífilis activa. E, há ainda uma prevalência de 7,8% entre as mulheres, ou seja, são transsexuais e de 2,4% entre os homens que fazem sexo com outros homens. O município de Viana, em Luanda, é tido como o de maior índice de prostituição em Angola (cf. Jornal de Angola, 2020).

No entanto, em Luanda, o surgimento das “mulheres do *game*” deve-se a vários factores (sociais, políticos, culturais, económicos, biológicos e psicológicos). Entretanto, um dos aspectos que despertou a nossa atenção foi a redução das carências socioprofissionais das mulheres através das trocas económico-sexuais. Diante desta situação, centramos a nossa atenção na seguinte questão: *Em que medida as trocas económico-sexuais contribuem para a redução das carências socioprofissionais das*

Deste modo, o presente estudo tem como objectivo: explorar o sentido em que as trocas económico-sexuais se associam à redução das carências socioprofissionais das mulheres em Luanda; assim como: identificar possíveis estigmas, tipos de clientes e os lucros obtidos das trocas económico-sexuais.

Justifica-se a escolha deste estudo por dois motivos. Primeiro, por ser actual e preocupante em Angola e não só. Segundo, pelo facto de que, o número de “mulheres do game” ter aumentado em Luanda e agudizado a desestruturação de muitas famílias na sociedade angolana. Nestes termos, este estudo é importante porque despertará a atenção das instituições de controlo formal e informal sobre a problemática do elevado índice de prostituição em Angola, que a nosso ver, é um problema de carácter transversal, visto que carrega consigo outros males tais como: o consumo de drogas, bebidas alcoólicas, exclusão social e estigmatização do género feminino. No que toca à metodologia, utilizou-se, fundamentalmente a pesquisa qualitativa e a entrevista.

Métodos

Trata-se de um estudo exploratório de cariz qualitativo, desenvolvido nas Avenidas 21 de Janeiro e Pedro Castro Van-Duném Loy e nas vias de acesso aos bairros Morro Bento, Golf, Vila do Gamek, localizados em Luanda, o qual se justifica pela presença frequente de mulheres que efectuem trocas económico-sexuais.

A população deste estudo foi composta por mulheres que efectuem trocas económico-sexuais nos locais acima referidos. Assim sendo, os critérios levados em conta foram: ter entre 18 a 30 anos de idade, aceitar participar da pesquisa, ser “mulher do game” e residir em Luanda. A amostra para o estudo foi constituída por 5 jovens (apenas obtivemos duas entrevistas porque as outras 3 mulheres não compareceram nos locais combinados, nos dias e horas marcadas para as entrevistas mesmo depois de várias tentativas).

O instrumento utilizado para a colecta de dados foi a pesquisa bibliográfica e a entrevista como técnica padrão. Com a pesquisa bibliográfica, foi efectuada uma busca nas bases de dados da *Scielo* e *Google Académico*. Após esta etapa, foi realizada a leitura selectiva, analítica e exploratória dos artigos consultados. Os dados das entrevistas foram obtidos individualmente, foram gravadas no período da noite, na Avenida 21 de Janeiro, zona em que as participantes realizavam os seus serviços. As entrevistas foram realizadas entre os dias 26 e 30 de Julho de 2022, a participação das entrevistadas foi de forma consciente, foi reservada e protegida a privacidade das participantes na pesquisa, ou seja, usou-se o anonimato. Cada entrevista teve a duração aproximada de 35 minutos, as participantes responderam todas as questões, e, posteriormente, transcritas no programa Word. Daí que a transcrição dos textos que permitiu converter os áudios em formatos escritos, determinar a natureza dos relatos das participantes, leituras repetidas das transcrições para fazer convergir os temas e estabelecer redes de relações com os discursos das participantes baseadas nos padrões de linguagem.

Resultados

O presente estudo foi realizado em Luanda. Em relação ao perfil das participantes da pesquisa, foram adoptados nomes fictícios para as entrevistadas. As participantes encontravam-se com idades entre 23 a 24 anos de idade. Quanto à escolaridade, as jovens

abandonaram a escola entre 8^a a 11^a Classe, sem desejo de frequentar as aulas futuramente. No que se refere à maternidade, elas são mães solteiras e sem trabalho fixo. Quanto às residências, uma é moradora do Cassequel e outra do Kilamba Kiaxi, bairros periféricos de Luanda. No que toca aos motivos para as trocas económico-sexuais, elas descreveram: falta de trabalho, influência das amigas, falta de dinheiro, procura de meios para a satisfação das necessidades e curiosidades. Quanto ao tempo de trabalho, elas realizavam esta actividade, trocas económico-sexuais, há mais de 4 (quatro) anos.

O tratamento dos dados foi realizado de forma qualitativa, baseando-se nas transcrições das entrevistas das participantes. Os dados foram transcritos e codificados a fim de identificar as ideias-chaves, daí que, alguns cortes foram efectuados nos depoimentos das entrevistadas a fim de se ter um texto coeso e coerente, dito isto, apresenta-se neste tópico as discussões dos resultados com base na literatura pesquisada, como se pode ver abaixo:

Causas da evolução das "mulheres do game" em Luanda

A realidade das prostitutas angolanas não foge muito da dos outros países do mundo, todas elas são influenciadas inicialmente pelas condições socioeconómicas (pobreza, fracasso nas relações familiares, dificuldades em encontrar emprego, influência dos amigos, as necessidades de subir na vida e vivência difícil), condições psicológicas (curiosidade, vícios, frustração, carência afectiva), tal como se pode verificar nos comentários abaixo:

"Entrei porque não tenho um trabalho fixo e salário que me sustenta como pagar renda ou comprar algumas coisas para os meus filhos e algumas coisas pra mim. [...] Como tenho amigas que já tão nesse trabalho a mais de 6, 5 e 3 anos, no dia-a-dia ..., no nosso debate elas explicavam do jeito que elas trabalham e no sê que..., e aí também criei curiosidade, e aí falei, também quero ir, peguei e também me preparei e fui. No meu primeiro dia fiquei com receio, eu ficava bem irritada [...] mas depois fui me acostumando (Melita, 24 anos de idade, 8^a Classe)"

"Entrei na prostituição por causa de dinheiro, as minhas necessidades e as coisas que vem na minha cabeça (telefone, dinheiro, roupas, perfumes, etc.). [...] Porque me apercebi que ao se envolver com homens teria sempre tal dinheiro na mão, e sempre que via dinheiro na mão, então achei caminhar com a maldade e vender o meu corpo (Sónia, 23 anos, 11^a Classe)"

Diante das falas acima, constatou-se que as "mulheres do game" em Luanda são influenciadas por múltiplas causas, assim, de acordo com a perspectiva de Torres, *et al.*, 1999; Ceccarelli, 2008; Cintra, *et al.*, 2013; França, 2017 e Guimarães, 2019, as dificuldades económicas, a falta de qualificação profissional, a luta pela sobrevivência, a falta de emprego, o ambiente familiar e social desestruturado, a degeneração familiar, a ausência moral, a curiosidade, a influência dos amigos e grupos de referência, a vida fácil, o empoderamento feminino e as necessidades do luxo da vida moderna são factores que concorrem às trocas económico-sexuais. Por conta disto, um estudo realizado na província do Cunene (fronteira sul de Angola, com a República da Namíbia), demonstrou que, por causa de problemas de ordem infra-estrutural e políticas não satisfatórias, muitas mulheres e meninas têm se deslocado para a zona fronteiriça, a fim de adquirirem algum dinheiro a troco de favores sexuais (IPEC; CPLP, 2013). Embora não seja o caminho ideal para a sociedade, muitas mulheres continuam a recorrer às trocas económico-sexuais.

Pontos de encontros com a clientela

As “mulheres do game” não existem sem as suas carências e os seus clientes, e quando se trata de buscar ou atrair clientes, elas não poupam esforços e não têm locais fixos, pois, elas actuam em toda a extensão onde há homens dispostos a pagar pelo serviço. Este ponto de vista é confirmado pelas falas das participantes:

“Eu não paro só aqui no Morro Bento, olha pauso na Mutamba, Ilha de Luanda, Mártires, Zango, Porto Seco e aqui no Aeroporto (Melita, 24 anos, 8ª Classe)”.

“Eu fico em muitas placas «pausada, ponto de encontro, parada dos jovens» e tenho amigas em várias placas, sempre que na minha placa está gato, «fraco, sem clientes», eu vou na placa das minhas amigas como no Morro Bento, Cassenda, Zango, Gamek, Kikagil, na Sapú, Palanca ou Golf 2 (Sónia, 23 anos, 11ª Classe)”.

Nota-se que as “mulheres do game” podem ser encontradas em diversos pontos da cidade de Luanda e têm sido solicitadas por diversos homens independentemente da condição financeira ou estatuto social. Assim, ficou evidente que, a “mulher do game” não existe sem cliente. Entre elas há um movimento mútuo e complementar de oferta e procura (Ceccarelli, 2008). Assim, conforme as entrevistadas: *“nós aqui, recebemos clientes de todo tipo. Todo tipo de homem nos procura... (Melita, 24 anos, 8ª Classe) “; ...“Os clientes são passageiros só veem e vão”*. (Sónia, 23 anos, 11ª Classe). Quanto a isto, Ceccarelli (2008, p.10) defende ainda que é por existirem de ambos os lados (prostituta e cliente), desejos em busca de satisfação e promessa de satisfazê-los que a prostituição sempre existiu e continuará existindo, mesmo nos lugares em que sua prática seja oficialmente proibida.

Os lucros das trocas económico-sexuais

Na maior parte das situações, as mulheres que efectuam as trocas económico-sexuais se consideram como producto, e os homens que as procuram como simples consumidores, pois, não existe outro laço entre eles. Sendo assim, os comentários que se seguem explicam como têm obtido os lucros das trocas económico-sexuais:

“Ihora é dez mil kuanzas e ele vai pagar o sítio ou hospedaria, os clientes que não têm condições de pagar os sítios a rápida é 5 mil e nos envolvemos na cubata dos operativos seguranças ou no caro, depende do dia, as vezes quando tudo está bem consigo levar uns 35 mil kuanzas em casa por dia, ou quando tem show dá pra facturar, mas quanto tá fraco levo só um pouco. Rápida é 5 mil kuanzas. (Sónia, 23 anos, 11ª Classe)”.

“Sempre que os dias estão concorridos eu fazia 50, 60, 30 mil kuanzas, agora as coisas ficaram apertadas para todos os clientes e do jeito que as coisas tão bem apertadas, tá vê né?... tem que fazer desconto se não a pessoa fica sem nada e volta sem nada em casa. Quando os dias estão concorridos me envolvo com até 10 homens por noite, e há quem paga uma hora transa e conversa e outras coisas, e há quem mesmo é só rápida. Rápida é até ele esmirrar[ejacular] e depois dá mô dinheiro. Os lucros dependem dos dias, as vezes fica assim meio fraco, mas temos clientes das madrugadas, tem clientes da meia-noite, (Melita, 24 anos, 8ª Classe)”.

Apesar das críticas, as mulheres que efectuam as trocas económico-sexuais, se importam apenas com o dinheiro. Por isso, Russo (2007) afirma que elas fixam valores diferenciados, avaliam as condições do cliente e as suas. Elas consideram a concorrência e determinam os preços a partir do que consideram possível no momento. Neste sentido,

Torres, *et al.* (1999) efectuou uma pesquisa onde foi possível observar que além da busca do dinheiro necessário para o sustento, elas precisam investir na própria imagem, como condição indispensável para continuarem exercendo essa actividade.

Em vista disso, os lucros das trocas económico-sexuais contribuem para a redução das carências socioprofissionais das “mulheres do *game*” em Luanda, na medida em que muitas delas consideram tal prática como a única maneira viável de ganhar dinheiro rápido e gerar renda própria pelo facto de não possuírem outras oportunidades ou qualificações formais educativas ou laborais (Bonifácio e Tilio, 2016). Dito isto, nas palavras de Ceccarelli (2008) e Russo (2007) para muitas mulheres, as trocas económico-sexuais permanecem como a única possibilidade de sobrevivência. Assim, através do dinheiro que se ganha, as trocas económico-sexuais se tornam lucrativas, e, ao mesmo tempo, a mulher que exerce esta actividade é também valorizada. Portanto, ficou demonstrado que, no mundo da mercantilização do corpo nem todos os dias são favoráveis para render pelo que, quando está favorável pode circular milhões de kwanzas anualmente nas mãos dessas mulheres. Assim, o dinheiro obtido, ou seja, os lucros têm ajudado as praticantes a pagarem rendas, dar sustento aos filhos, e comprar algumas coisas necessárias para a satisfação das necessidades enfrentadas.

As “mulheres do game” e a aprovação social

No que tange à aprovação social, as mulheres que efectuam as trocas económico-sexuais, entendem que a prostituição não é uma ocupação digna e aprovada pela sociedade, diante disto, demonstrou-se que o primeiro acto de estigmatização advém delas devido aos rótulos que têm sido alvo, exemplo disso, lê-se nos depoimentos das entrevistadas:

“Esse trabalho não é digno, porque é uma coisa que Deus não gosta, é sujo mesmo, isso é coisa satânica. Os clientes não nos valorizam porque eles mentalizam que somos mulher da rua [...] Se bem que me ajuda, não espero que meus filhos cresçam e descubram que eu me prostituo para lhes sustentar, porque é mesmo feio é sujar a imagem da tua família, (Melita, 24 anos, 8ª Classe)”.

“Faço da prostituição como algo secreto da minha vida secreta, praticamente ninguém sabe que eu me prostituo, eu não gosto que alguém saiba ninguém sabe da minha vida pessoal, por isso eu vivo sozinha, essa hora to aqui porque vivo sozinha, quando minha família me liga, invento coisas, digo que passo o dia em casa e de noite digo que fui no show, fui pra uma amiga tchilar (beber, festejar). São muitas coisas para eu inventar (Sônia, 23 anos, 11ª Classe)”.

Percebe-se, nas declarações das participantes, que elas sofrem antecipadamente preconceitos na sociedade por este motivo, os familiares desconhecem o real trabalho que desempenham na sociedade. De acordo com a literatura Becker (1977); Goffman (2004); Oliveira, A. (2002); Carneiro, 2014; Sacramento e Ribeiro, (2014), ficou claro que a vivência da prostituição é feita com vários prejuízos emocionais e sociais na vida da mulher devido aos estigmas, pois muitas denominações chamam atenção pela evidente conotação pejorativa, que denigrem a mulher (sem valor, mulher à toa, mulher errada, mulher perdida e outros). O estigma não é uma característica inerente à mulher prostituta, mas sim, uma consequência da aplicação de rótulos por outras pessoas que lhe consideram como desviante. A estigmatização que muitas vezes proferidas sem pensar, reduzem efectivamente as chances de vida de muitas “mulheres do *game*”. Considerando que a prostituta é estigmatizada não por estar a cometer crime, mas pelo seu rompimento com os valores dominantes que regulam a sexualidade feminina e estabelecem uma ideia moral

de ordem social.

Portanto, as “mulheres do *game*” são estigmatizadas na maior parte das vezes porque na opinião de Bussolo e Barbosa (2016), elas vivem à margem dos padrões considerados normais (mãe, esposa, santa, virgem, fiel), e passam a ser encaradas como seres egoístas, infiéis e com ausência de castidade. Neste sentido, para Sawaia, *et. al.*, (2001) e Bonifácio e Tilio (2016), a desvalorização em decorrência dos rótulos priva a mulher dos direitos que dão sentido às relações sócio-familiares, sendo que muitas vezes, o envolvimento com a prostituição acaba sendo um tabu e as consequências são censuras, desgostos, preconceitos e violências físicas, pois, a “mulher do *game*”, muitas vezes, é tida como não mais pertencente ao grupo social ou familiar. Enfim, devido à desaprovação social e estigmatização que essa prática tem sido alvo, as entrevistadas estão conscientes que a prostituição é um trabalho que não dá dignidade à mulher por isso, elas praticam de forma secreta.

Prevenção no decurso das trocas económico-sexuais

Em relação aos perigos e prevenções, as entrevistadas relataram ter enfrentado vários perigos como: abuso sexual, exclusão, roubos e agressão por parte de seus clientes, agentes da polícia e dos ladrões que circulam nas imediações onde elas actuam:

“Para se prevenir das doenças é mesmo só camisinha «preservativo»... eu amo a minha vida, amo os filhos, amo minhas famílias... moço no quês meter camisinha? Vai com tô dinheiro. Os polícias não andam com preservativo, e nunca aceito me envolver com o polícia. ... Normalmente, por causa dos perigos, nós aqui quando estamos sem os operativos gostamos de andar com lâminas, facas e tesouras pra se defenderem de certos clientes homens (Melita, 24 anos, 8ª Classe)”.

“Uma vez fui na placa do Golf 2, ... estivemos numa roulotte «bar móvel» onde tinha muitos bandidos e só estavam a perturbar as prostitutas, pedi protecção num moço, mas o moço foi maldoso comigo, me levou nos autocarros que ficam estacionados aí e me violou durante à noite, ... saí daí bem aleijada, e me arrependi por toda vida (Sónia, 23 anos, 11ª Classe)”.

Para se prevenir das doenças sexualmente transmissíveis, as jovens recorrem somente ao uso do preservativo, e, nem sempre, os clientes colaboram, nesse caso, ou aceita a oferta (dinheiro) ou dispensa o cliente. Devido aos riscos que estão expostas por parte dos seus clientes e o fracasso no desempenho na actuação dos agentes da polícia, elas alegam que são obrigadas a andar com materiais perfurantes (lâminas, facas e tesouras) para se defender dos clientes violentos ou daqueles que oferecem resistência na hora de pagar. Quanto à actuação da polícia, a nossa entrevistada conta sua experiência enquanto efectuava as trocas económico-sexuais na via pública,

“...Quando comecei a me prostituir, `as vezes, transava no carro dos clientes ou mesmo na rua, um dia desses tive o azar de ser surpreendida pelo carro da patrulha da polícia, apareceu e nos levou os dois e tivemos que pagar mais o dinheiro lá nos policiais para nos soltarem. Acontece sempre, e ainda hoje aconteceu ... Se ele (agente da polícia) me encontra no local e quer uma falida «favor “sexual”» pra não me prender, eu prefiro eles prenderem, e sempre me prendem

quando isso acontece. Amanheço lá, fico mesmo lá um dia completo, arrumo faço todo trabalho da esquadra, quando eles se aborrecerem comigo vão me falar vai embora. Porque ta vê, dormindo com esses policiais, eles ficam a te gozar mais ainda, você vai trabalhar pra eles, e como uma das jovens aqui faz, trabalha pra os polícias (Melita, 24 anos, 8ª Classe)”.

Conforme o comentário acima, os agentes da polícia também são tidos como principais clientes das “mulheres do *game*”, infelizmente, alguns agentes da ordem e segurança usam das fardas para extorquir, abusar e se envolverem sexualmente com as jovens que efectuam as trocas económico-sexuais na via pública.

Nota-se que as “mulheres do *game*” estão expostas a vários perigos que vão desde a questão de saúde (doenças sexualmente transmissíveis, aborto e outros) a falta de segurança e aproveitamento dos agentes da ordem e dos operativos.

Portanto, o elevado índice de prostituição no país deve ser prevenido com a execução de políticas públicas concretas, melhoria das condições de vida dos cidadãos e a intervenção positiva das forças de ordem e segurança.

Conclusões

Este estudo permitiu concretizar o objectivo principal desta investigação, que se centralizou em explorar o sentido em que as trocas económico-sexuais se associam à redução das carências socioprofissionais das mulheres em Luanda; assim como identificar possíveis estigmas, tipos de clientes e os lucros obtidos das trocas económico-sexuais.

Importa frisar que, as políticas públicas têm contribuído pouco para a prevenção e redução das carências socioprofissionais das mulheres devido aos crescentes problemas de ordem sociocultural (casamentos e maternidades precoces, desvalorização da educação, desigualdade de género, a vulnerabilidade económica, diversas ocupações domésticas, rituais de iniciação femininos e masculinos, ambientes familiares desestruturados), problemas de ordem infra-estrutural e política (pobreza, falta de água, saneamento básico, dificuldade de acesso à escola, a má nutrição, baixa qualidade do ensino, dificuldade no acesso à energia eléctrica, a tecnologias de informação e comunicação (Teixeira, 2022). Portanto, o corpo lhes aparece como um único meio que lhes pode possibilitar a sobrevivência e empoderamento feminino (Russo, 2007).

Assim, faz-se necessário salientar que, o sentido em que as trocas económico-sexuais se associam a redução das carências socioprofissionais das mulheres em Luanda dá-se pelo facto dessa prática permitir que se ganhe muito dinheiro com rapidez, mais do que se ganharia em qualquer outra profissão (Corrêa e Holanda, 2012), razão pelo qual, feliz ou infelizmente, as “mulheres do *game*” em Luanda, no sentido de ganharem dinheiro com rapidez, elas escondem sua condição dos seus parceiros, pois, trata-se de uma actividade estigmatizada pela sociedade, como exposto pela nossa entrevistada: “*as que têm marido chegam nas placas mais cedo e por volta das 23h voltam em casa porque mentem que trabalham numa roulotte, num bar, ou como digital influencer* (Melita, 24 anos, 8ª Classe)”, este comentário é corroborado com o de Moura, *et. al* (2010) e Burbulhan, *et. al.* (2012) ao defenderem que a maioria das mulheres casadas ou comprometidas que se prostituem, elas escondem sua condição do seu marido ou companheiro, fazendo-se passar por outra profissional, como empregada doméstica, vendedora, dentre outras ocupações. Assim sendo, o que não é feito com os clientes, é efeito com os companheiros.

Ficou evidente que a vivência das “mulheres do *game*” é marcada por vários prejuízos emocionais e sociais na vida da mulher devido a estigmatização, pois muitas denominações chamam atenção pela evidente conotação pejorativa, que denigrem a mulher. Assim, a desvalorização em decorrência dos rótulos priva a “mulher do *game*” dos direitos que dão sentido às relações sócio-familiares, sendo que muitas vezes, o envolvimento com a prostituição acaba sendo um tabu e as consequências são trágicas.

Nesta pesquisa, uma das principais limitações, foi a dificuldade em manter contacto e convencer as jovens que efectuam as trocas económico-sexuais a participarem do estudo e gravar as respectivas entrevistas, e outra foi pelo facto de algumas mulheres não comparecerem nos locais combinados, nos dias e horas marcadas para as entrevistas mesmo depois de várias tentativas.

Finalmente, ficou evidente que, as “mulheres do *game*” em Luanda costumam a ser influenciadas pelos factores socioeconómicos (pobreza, desestruturação familiar, fracasso nas relações familiares, educação precária, falta de emprego, empoderamento feminino, influência dos amigos, necessidades de subir na vida e vivência difícil) e psicológicos (curiosidade, vícios, frustração, carência afectiva e outros), daí que muitas mulheres tiram proveito da situação de carência para efectuarem as trocas económico-sexuais e ganharem dinheiro fácil e rápido. Quanto a isto, importa frisar que, não é correcto afirmar categoricamente que estes factores por si só justifiquem o envolvimento das mulheres na prostituição. Neste sentido, pode se dizer que, as “mulheres do *game*” são resultantes da associação de múltiplos factores. Por fim, conclui-se que, as carências socioprofissionais podem influenciar as mulheres a efectuarem trocas económico-sexuais, mas não se constituem em factores determinantes para o envolvimento com a prática da prostituição.

Referências bibliográficas

- Araújo, L. B. e Silva, T. L. C. V. (2017). Sexo e afecto: Quais os limites do corpo das profissionais do sexo? *Ponto Urbe [Online]*, 21; <https://doi.org/10.4000/pontourbe.3573>
- Becker, H. S. (1977). *Uma teoria da acção colectiva*. Trad. Márcia Bandeira de Mello Leite. – (1ª Ed.) Jorge Zahar Ed.
- Bonifácio, D. P. D. e Tilio, R. D. (2016). Mulheres profissionais do sexo e o consumo excessivo de álcool. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, 19(1) 29-44. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-37172016000100003
- Burbulhan, F., Guimarães, R. M. e Bruns, M. A. T. (2012). Dinheiro, afecto, sexualidade: a relação de prostitutas com seus clientes. *Psicologia em Estudo*, 17(4) 669-677.
- Bussolo, K. C. e Barbosa, C. W. M. (2016). *Um estudo sobre a prostituição*. Centro Universitário UNIFACVEST. https://www.unifacvest.edu.br/assets/uploads/files/arquivos/709d9-karla-costa-bussolo--um-estudo-sobre-a-prostituicao...2016_1.pdf
- Carneiro, A. B. F. (2014). É possível ser prostituta e ser feliz? *Reverso*, 36(67) 25 – 34.
- Ceccarelli, P. R. (2008). Prostituição – Corpo como mercadoria. *Mente & Cérebro – Sexo*, 4, *Socianthrop*.
- Cintra, I. P. [et al.]. Prostituição: uma violência contra crianças e adolescentes. *Revista Científica FacMais*, 3(1):83-92.
- Corrêa, W. H. e Holanda, A. F. (2012). Prostituição e sentido de vida: relações de significado. *Psico-USF*, 17(3):427-435.
- França, M. (2017). Práticas e sentidos da aprendizagem na prostituição. *Horizontes Antropológicos*, 23(47):325-349.

Goffman, E. (2004). *Estigma – Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada*. Tradução: Mathias Lambert, 4.

Guimarães, R. S. (2019). Ramiro Ladeiro Monteiro e os museques de Luanda: a antropologia a serviço do colonialismo português”. *Revista Transversos* (17):243-264.

IPEC e CPLP. (2013). *Estudo sobre a aplicação das Convenções n.º 138 e n.º 182 da OIT e suas Recomendações na legislação nacional dos países da CPLP - Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste*. OIT; Programa Internacional para a Eliminação do Trabalho Infantil (IPEC); Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP).

Jornal de Angola. (2020). *Trabalhadoras de sexo tentam fazer negócio em meio ao estado de exceção*. <https://www.jornaldeangola.ao/ao/noticias/trabalhadoras-de-sexo-tentam-fazer-negocio-em-meio-ao-estado-de-excecao/>

Moura, A.D.A., Oliveira, R.M.S., Lima, G.G., Farias, L. M., e Feitoza, A. R. (2010). O comportamento de prostitutas em tempos de AIDS e outras doenças sexualmente transmissíveis: como estão se prevenindo? *Texto Contexto Enferm*, 19(3): 545-553. <https://www.scielo.br/j/tce/a/Jj8Hd5B3rk6mGJXS8GchkvL/?format=pdf&lang=pt>

OIT (2006). *Tráfico de pessoas para fins de exploração sexual*. Organização Internacional do Trabalho – OIT.

Oliveira, A. (2004). Prostituição, exclusão e violência: estudo empírico da vitimação sobre prostitutas de rua. In: *II congresso internacional de investigação e desenvolvimento sócio-cultural: actas*. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/13933/2/83382.pdf>

Russo, G. (2007). No labirinto da prostituição: o dinheiro e seus aspectos simbólicos. *Caderno CRH*, 20(51):497-514. <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/VKvB6jzkyzqZ3MbGcDQYxfc/?format=pdf&lang=pt>

Sacramento, O. e Ribeiro, M. (2014). Mulheres marcadas: prostituição, ordem e exclusão. *Cuadernos de Trabajo Social*, 27(1):197-209.

Sawaia, B., Wanderley, M. B., Vêras, M., Jodelet, D., Paugam, S., Carreteiro, T. C., Mello, S. L., e Guareschi, P. A. (2001). *As artimanhas da exclusão. Análise psicossocial e ética da desigualdade social*. (2ª Ed.) Editora Vozes.

Teixeira, M. (2022). *Relatório da Consulta Nacional - Cimeira Sobre a Transformação da Educação*. Governo de Angola/Nações Unidas em Angola.

Torres, G. V., Davim, R. M. B. e Costa, T. N. A. (1999). Prostituição: causas e perspectivas de futuro em um grupo de jovens. *Rev. latino-am. enfermagem*, 7(3):9-15 <https://www.scielo.br/j/rlae/a/rpSQQ3T56GdpWsBWDkBs5h/?format=html&lang=pt>

CAPÍTULO 2- A PSICOLOGIA NA VISÃO AFRICANA: UMA REFLEXÃO DA NECESSIDADE DE CONTEXTUALIZAR A PSICOLOGIA¹

 Mangani Fineza André Lopes²

Resumo. A presente pesquisa tem como objectivo: refletir sobre a necessidade de se contextualizar a Psicologia no contexto africano. O método é qualitativo e fez-se revisão bibliográfica. Resultados: existem estudos científicos sobre a Psicologia na perspectiva africana, cuja abordagem formal começou a emergir na década de 1960 com a fundação da “*Association Black Psychology*.” Ela reconhece e assume a pluralidade epistemológica do mundo, entretanto aponta a pertinência e a necessidade da “visão de mundo africana” para pesquisar e trabalhar com povos afrodescendentes tanto no continente como na diáspora com vista à promoção da libertação física, mental e espiritual. Grande parte dos estudos da Psicologia foram realizados numa visão epistemológica eurocêntrica e esta perspectiva não reconhece a pluralidade dos saberes fora do eurocentrismo. A Psicologia em Angola é muito recentemente, isto é, desde 2003, data em que se começou a formar os primeiros Psicólogos. Conclusões: a necessidade de se reflectir numa Psicologia com abordagem do contexto africano é notável. Há muitos anos que os fenómenos existenciais da humanidade, incluindo os fenómenos psicológicos da realidade de África são interpretados de acordo com as perspectivas psicológicas, métodos, técnicas e instrumentos cientificamente estabelecidos no ocidente e de acordo com aquela realidade.

Palavras-chave: Contextualização da Psicologia; Psicologia negra; Psicologia Africana e Psicologia em Angola.

Psychology from the African view: a reflection of the need to contextualize Psychology

Abstract. *This research aims to: reflect on the need to contextualize psychology in the African context. The method is qualitative and a literature review was carried out. Results: there are scientific studies on psychology from an African perspective, whose formal approach began to emerge in the 1960s with the founding of the “Association Black Psychology.” It recognizes and assumes the epistemological plurality of the world, however it points out the relevance and need for the “African worldview” to research and work with Afro-descendant peoples both on the continent and in the diaspora with a view to promoting physical, mental and spiritual liberation. Most psychology studies were carried out from a Eurocentric epistemological perspective and this perspective does not recognize the plurality of knowledge outside Eurocentrism. Psychology in Angola is very recent, that is, since 2003, when the first psychologists began to be trained. Conclusions The need to reflect on a psychology approach to the African context is notable. For many years, the existential phenomena of humanity, including the psychological phenomena of the reality of Africa, have been interpreted in accordance with the psychological perspectives, methods, techniques and instruments scientifically established in the West and in accordance with that reality.*

Keywords: Contextualization of Psychology; Black Psychology; African Psychology and Psychology in Angola.

¹ DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10832494>

² Universidade Católica de Angola (UCAN) mangani.lopes@ucan.edu

A presente pesquisa surge no âmbito da necessidade de se conhecer os estudos sobre a Psicologia que se faz em África e/ou para o contexto do continente. Nota-se uma ausência evidente no subsistema de ensino superior, conteúdos que abordam sobre a Psicologia na perspectiva africana. Infelizmente, essa é uma realidade na maioria das universidades e institutos superiores em Angola ou muito provavelmente em todas elas.

Pelo menos nos últimos anos fala-se sobre a necessidade de se contextualizar a ciência (neste caso concreto a Psicologia), mas parece que isso não passa de um mero discurso. A maioria dos que se formam em Psicologia em Angola adota e trabalha com a visão ocidental (ou euro-americana). Isto por causa do modelo de ensino das nossas instituições que, se limita em falar da história da Psicologia do ocidente, o mais concretamente da Grécia antiga, da Roma e depois se descortina um pouco para a América e fica-se por aí. Mas como dizem Koerich *et al.* (2009) “a função da universidade não pode restringir-se ao ensino técnico-científico formal, mas também em oferecer oportunidades para aplicar tais conhecimentos na prática”.

Chamizo & Izquierdo (2005, p.9) acrescentam que: “*Los conceptos científicos surgen de situaciones problemáticas y, por lo tanto, requieren una situación real a la que se aplican y en la que toman sentido*”.

Como Psicólogos, há toda uma necessidade de compreendermos a realidade em que estamos inseridos para sabermos actuar de acordo com a sua característica específica. Pois, parte-se do pressuposto de que, a cosmovisão difere de povo para povo e a África não foge da regra. Apesar da chamada globalização, existem ainda diferenças enraizadas nos seios dos diferentes povos do globo e estas diferenças devem ser identificadas e tidas em conta, sob pena de negarmos uns e valorizarmos mais outras e não é essa a intenção legítima da ciência. Obviamente que é perpétua a necessidade de intercâmbio de saberes da área entre os especialistas da mente com o intuito de crescimento dos mesmos num princípio de igualdade e colaboração.

Psicologia Africana

A Psicologia africana começou a ser pensada e estruturada como um campo de estudo contemporâneo a partir da criação da *Association Black Psychology (ABPsi)* ou Associação de Psicologia Negra, nos Estados Unidos na década de 1960, dentro do contexto dos movimentos pelos Direitos Cívicos e do Poder Negro (Black Power). Segundo Nobles (2015), um dos fundadores da ABPsi e da Psicologia Africana enquanto campo de estudo, esta associação era formada por Psicólogos negros e tinha como principais objectivos: 1º Organizar as suas competências e habilidades para influenciar mudanças necessárias e o 2º Abordar os problemas significantes que afectam a comunidade negra e outros segmentos da população cujas necessidades a sociedade não supria.

A ABPsi, dizem Nogueira e Guzzo (2016) surge como uma instituição independente da *American Psychology Association* ou Associação Americana de Psicologia (APA) que, na visão da ABPsi assumiu, na época, uma postura defensora pelo carácter branco racista da sociedade estadunidense e por fracassar no oferecimento de modelos e programas que visavam a resolução de problemas afro-americanos causado pelo racismo americano.

Além da ABPsi, os seus criadores viram-se na necessidade de criar uma disciplina denominada, “Psicologia Negra”. Muitos estudiosos ergueram-se para estudar

profundamente as ideias africanas para a construção da disciplina que se pretendia instituir. Entre os autores, alistam-se: King, Dixon e Nobles (1976); Akbar (1984, 1990); Azibo (1989); Hilliard (1986); Nobles (1972, 1986a, 1986b, 1997); Myers (1988); Kambon (1992), Wilson (1993); Grills e Rowe (1996). A prescrição da elaboração de uma disciplina afrocentrada concretizou-se através dos estudos levados a cabo sobre afrodescendentes e perspectivas da comunidade afrodescendente.

Segundo Karenga (1986), trata-se uma área do saber que se interessa pelo desenvolvimento de uma disciplina que não só estuda o comportamento de pessoas negras, mas buscam também transformá-las em agentes conscientes sobre si mesmo e sua própria libertação mental e política. Isto é alcançado através de três aspectos que devem ser levados em consideração, que são: 1- Uma crítica e rejeição severa à Psicologia branca, nos termos da sua metodologia, conclusões e premissas ideológicas nas quais se encontram assentes; 2- Provisões de modelos afrocentrados de estudo e terapia e 3- Intervenções autoconscientes nos esforços sociais para a promoção de um ambiente mais negro e humano.

Adopta uma postura de desenvolver intervenções sociais autoconscientes para a promoção de “um ambiente negro e humano” está mais relacionada com uma preocupação de reparar a consciência sobre a história e cultura africana que foi propositadamente desqualificada, silenciada e apagada nos últimos 400 anos, do que com uma postura segregacionista, conforme podemos notar na descrição do segundo objectivo da ABPsi (Nobles, 2015).

Mas, é importante que fique claro que, diferentemente da ideologia eurocêntrica que se posiciona como o único modelo de humanidade válido, a perspectiva voltada para a África reconhece e assume a pluralidade epistemológica do mundo, entretanto, aponta a pertinência e a necessidade da “visão de mundo africana” para pesquisar e trabalhar com povos afrodescendentes tanto no continente como na diáspora com vista à promoção da libertação física, mental e espiritual (Akbar, 2004; Karenga, 1986).

As décadas de 60 e 70 ficaram marcadas com o surgimento de pesquisadores africanos, isto é, do continente e da diáspora com a produção sistemática de uma ciência multi-intertransdisciplinar culturalmente consistente com a visão de mundo africana, ou seja, a forma de sentir, pensar e agir própria de um povo. Embora esse movimento científico tenha tomado forma e consistência nestas décadas, o seu início é muito anterior a esta data e aconteceu em diversas partes do continente e da diáspora africana (Silva & Silva, 2006).

Os Psicólogos indígenas incorporaram e desenvolveram teorias com vários conceitos nativos que colaboram para compreensão e resolução de problemas enfrentados pelos povos locais de uma maneira mais consistente e coerente com suas experiências e leituras do mundo cultural. É na perspectiva do relacionalismo metodológico que a Psicologia Africana pode e vem sendo desenvolvida. Um dos conceitos nativos a título de exemplo é: “Ubuntu” que significa “eu sou porque nós somos, e porque nós somos então eu sou” (Bono, 2015; Nogueira, 2013; Ramose, 2010; Akbar, 2004 citados por Nogueira & Guzzo, 2016).

Os Psicólogos afrodescendentes têm procurado estudar e incluir as populações e as realidades excluídas aos estudos científicos da Psicologia, isto porque a maior parte dos estudos deste campo foram realizados durante muito tempo com uma população quase que exclusivamente branca, das sociedades europeias e americanas. Como se não bastasse, a partir de tais estudos generalizavam e continuam até aos nossos dias, assumi-las como globais.

A Psicologia em Angola

A Psicologia em Angola conheceu três momentos que são:

Época colonial ou primeira época. Segundo Saveia, Bastos e Pixoto (2015), o resultado do seu estudo indicou que, em Angola, enquanto colónia a inserção da Psicologia baseou-se na adaptação do homem ao trabalho.

Época pós-colonial ou segunda época. Marcada a partir de 1975. Depois desta data, angolanos com formações em Psicologia com destaque na educação passaram a ocupar-se na docência com a criação do ISCED (Instituto Superior de Ciências da Educação), a maior actividade dos Psicólogos passou a ser a docência. Com a criação da ANGOPSI, a Psicologia conhece novos contornos, na medida em que passou a ser mais divulgadas, através dos debates promovidos até mesmo pela mídia. Viu-se a necessidade de actuação dos profissionais desta área para ajudar a mitigar as várias sequelas deixadas pela guerra ou conflitos armados, como a desestruturação das famílias (Saveia *et al.*, 2015).

Época pós-guerra civil ou terceira época. Importa referir que a Psicologia em Angola é muito recentemente. As primeiras turmas de estudantes do curso de Psicologia no país começaram por volta de 2003, através de algumas instituições de ensino superior privadas, tais como: Universidade Jean Piaget de Angola (UJPA) o Instituto Superior Privado de Angola (ISPRA) e Universidade Privada de Angola (UPRA). A primeira ofereceu o curso de Psicologia voltada à clínica e a segunda na área mais genérica. Com a conquista da paz, a actuação do Psicólogo é requerida devido a problemas causados durante a guerra como stress pós-traumáticos (Saveia *et al.*, 2015).

Apesar de já ter começado a surgir formados em Psicologia em Angola, o estudo de Saveia (2013) constatou a maioria destas pessoas dedicavam-se a docência e quase que não exerciam a profissão como tal. a percentagem dos Psicólogos que exercem a profissão é de 32,20%.

A necessidade de se contextualizar a Psicologia: Reflexão

Na perspectiva da natureza da pesquisa científica, não há verdades científicas absolutas, pois todo conhecimento científico é provisório e dependente do contexto histórico, no qual os fenômenos são observados e interpretados. Além disto, os próprios padrões de pesquisa estão sujeitos à mudança, à luz da prática, não havendo, portanto, uma metodologia científica universal e histórica (Engel, 2000).

Como é do nosso conhecimento, os principais estudos sobre a Psicologia têm antecedentes europeus, segundo nos faz saber as literaturas que encontramos actualmente na academia, mas segundo Nogueira e Guzzo (2016), tais estudos foram e/ou são realizadas numa visão epistemológica eurocêntrica e esta perspectiva não reconhece a pluralidade dos saberes cujas visões encontram-se fora do eurocentrismo. O que significa dizer que, desconsidera os saberes e as particularidades de outros povos considerados por eles como inferiores, entre os quais os africanos e os latino-americanos.

Para Santos (2010), o pluralismo epistemológico baseia-se em quatro princípios orientadores, que contém uma postura ético-política correspondente à uma lógica inclusiva: Todo o conhecimento científico-natural é científico-social; Todo o conhecimento é local e total; Todo o conhecimento é autoconhecimento e Todo o

conhecimento científico visa constituir-se em senso comum.

Loff, Ferreira e Caramelo (2015) trazem-nos à reflexão as razões legítimas que devem impelir os cientistas de todas as áreas, a pensarem, estudarem e pesquisarem a África, para compreenderem, criarem e aplicarem assertivamente os resultados. Pois, os países africanos vivem o paradoxo de serem na sua maioria ricos em recursos humanos e naturais, mas é arrasada pela pobreza injusta e inventada. Face aos dilemas que o continente enfrenta, os autores exortam que, já é a hora de se empreender investigações, estudos, projectos e programas que são realizados por investigadores africanos que contam com o apoio e financiamento adequados e sobre temas e problemáticas, que são realmente relevantes e de acordo com a demanda dos próprios povos e sociedades africanas. Estudos que devem contemplar medições estatísticas adequadas para permitir análises e avaliações de cada país e sua evolução. As investigações com bases qualitativas devem incluir suportes qualitativos, que permitem elaborar alguns indicadores e linhas de base que levam em conta a multidimensionalidade e multitemporalidade dos problemas locais de modo a permitir que se façam projeções futuras adequadas. O máximo que o ocidente e o norte global devem fazer a respeito disso, é não pôr mais obstáculos para realização das pesquisas nas sociedades há muitos anos subjugadas e menosprezadas.

Ao interpretar os fenómenos, precisamos contextualizar para não incorrerem os erros crassos e consequentemente cairmos nas graças da vergonha, ou seja, será como se estivéssemos a dar tiro no escuro. Isso deve ser levado a peito no caso concretamente dos Psicólogos, porque segundo Sabune (2010, p. 1), “há muitos anos que os fenómenos existenciais da humanidade, incluindo os fenómenos psicológicos da realidade de África são interpretados de acordo com as perspectivas psicológicas, com métodos, técnicas e instrumentos cientificamente estabelecidos no ocidente” e de acordo com aquela realidade. O autor aponta ainda que, esta ciência tem se mostrado ineficaz, durante muito tempo, em algumas situações, no que toca a resolução satisfatória dos problemas psicológicos dos africanos devido, não só às diferenças culturais, entre ambas as sociedades, na sua essência, mas também pelas leis humanas que regem o povo africano. Para este povo, o ser humano na sua essência, vai além do biológico, do psicológico e do social, transcende à dimensão espiritual (não necessariamente relacionada à religião) e as suas respectivas relações com o universo.

Facto que contradiz o pensamento ocidental, que sempre procurou manipular a identidade africana, colocando sempre o africano como um ser não pensante, alegando que o africano era primitivo, supersticioso, não civilizado, sem história e sem cultura. Os dados arqueológicos trazem-nos as evidências da história dos habitantes da África, os seus modos de vidas e suas práticas desde a era pré-histórica que contradizem tais afirmações. Sendo que uma das eras marcantes é a idade da pedra, uma época em que já existiam, no continente, indústrias de fabricos de utensílios para vários fins, como a caça e cortes (Ki-Zerbo, 2010).

É evidente que a Psicologia que se faz em Angola (como parcela do continente) precisa urgentemente de contextualização, porque ela foi desenvolvida pensando num contexto muito diferente da nossa realidade, angolana em particular e africano de modo geral. Sande (2011) diz que, as teorias psicológicas pré-elaboradas precisam ser contextualizadas e reelaboradas de acordo com o contexto em que forem aplicadas. Mphahlele é um dos defensores desta ideia, pois ele percebeu que o povo africano tem a sua especificidade na sua maneira ser e estar, na sua cultura e até mesmo na forma como tratam das questões religiosas.

Povo de Josina Machel (Moçambique): um exemplo da necessidade de se

contextualizar a Psicologia. Trata-se de um trabalho que alguns Psicólogos fizeram em Moçambique, no âmbito do projecto de estudo com o título: “*Reconstruindo a Esperança na Ilha Josina Machel: em Direcção a um Modelo de Intervenção Psicoterapêutica Culturalmente Mediado*” de Junior e Errante (s.d.). No intuito de fazer acompanhamento psicológico às crianças com traumas de guerra, o grupo de especialistas percebeu, em algumas circunstâncias, a necessidade de se actuar com uma abordagem que não se enquadra nos modelos tradicionais que foram criados nas realidades ocidentais, pois este último tem os seus limites quando se leva em conta a especificidade cultural de cada povo.

A narrativa que se apresenta aqui pode-se ver no texto de Bóia Efraime Junior e Antoinette Errante, intitulado “*Reconstruindo a Esperança na Ilha Josina Machel: em Direcção a um Modelo de Intervenção Psicoterapêutica Culturalmente Mediado*”.

A par de muitos estudiosos, Junior e Errante (s.d.) assumiram que emerge sim uma necessidade de se levar em conta as especificidades das culturas quando o assunto é actuação do Psicólogo em determinada cultura ou sociedade. Pois cada cultura tem a sua forma de explicar e compreender a fonte de seus traumas, como suas experiências são elaboradas e manifestas em distúrbios psicológicos e mesmo as soluções ou os mecanismos que as pessoas buscam para lidar com situações de extrema opressão.

Os especialistas constataram que o povo de Josina Machel já possuía recursos terapêuticos tais como xamãs e líderes religiosos que agregavam uma legitimidade e valor cuja existência é desde os tempos mais antigos. Ao fazerem aconselhamentos e apoio, perceberam que as ferramentas de diagnóstico e abordagens terapêuticas tinham apenas valor limitado. A psicotraumatologia convencional tende a ter como foco a experiência individual. Mesmo quando se trata da natureza do trauma colectivo. Tendemos a abordar este último como se fosse meramente o que emerge da soma total das respostas individuais a eventos traumáticos. Assim, os especialistas aprenderam que, o trauma se tinha insinuado na própria estrutura da vida comunitária; mas só poderiam alcançar o âmago desta dinâmica compreendendo o “mundo de significados” ou a cosmologia comunitária (Avruch *et al.*, 1991, p. 9). Esta cosmologia sublinhava a compreensão das pessoas do que significava estar saudável ou doente, e nossa primeira lição foi de que a doença não é universalmente concebida como um fenómeno individual.

Segundo os autores, levar em conta a dimensão cultural ajuda a compreender como podem ocorrer as confluências nas relações sociais pela maneira subjectiva na qual os indivíduos e as comunidades percebem, explicam, elaboram e tentam integrar suas experiências traumáticas. De acordo com a particularidade percebida no seio dos jovens pacientes de Josina Machel, os Psicólogos classificaram em termo individual, os distúrbios prevaletentes em cinco categorias: socialização, personalidade, capacidades cognitivas, respostas psicossomáticas e relacionadas com o corpo, e respostas contextuais específicas. As quatro primeiras categorias relacionavam-se aos sintomas que já são conhecidos pelos Psicólogos que trabalham com crianças traumatizadas. Enquanto que a última categoria abarcava os sintomas que estavam frequentemente presentes, mas não podiam ser melhores organizados em uma síndrome com os instrumentos diagnósticos ocidentais existentes.

Assim sendo, foram incluídos nesta categoria todos os sintomas que não são interpretáveis com o uso dos instrumentos clássicos de psicodiagnose. Isoladamente, não é possível agrupar estes sintomas em síndromes; facto que torna difícil estabelecer a relação entre eles e identificar o seu significado. Mas, as crianças e os jovens com quem trabalhavam expressavam certos comportamentos que são considerados anormais pelas pessoas que os cercavam. Visto que tais características não eram, pelo menos em dado

momento, clinicamente diagnosticáveis, sua prevalência deu-lhes a entender que estes sintomas provavelmente faziam parte dos aspectos da elaboração psíquica de conflitos típicos dentro das tradições culturais moçambicanas. Na perspectiva dos Psicólogos, isto envolvia trabalhar com as normas culturais e cosmologia locais, através das quais as crianças e os jovens compreendiam e atribuíam significados a suas experiências.

É interessante notar a reacção inicial do povo de Josina Machel face à presença dos Psicólogos. Os especialistas relatam: A resposta inicial deles foi que não estavam precisando de ajuda psicológica ou espiritual; na verdade, isso tradicionalmente fazia parte do domínio dos líderes com quem tínhamos falado e eles explicaram que haviam lidado com os problemas espirituais resultantes da guerra (p. 26).

“Ficou claro que a questão não era falta de recursos, mas um baixo nível de tolerância à frustração, uma fraca orientação para o futuro, e certo grau de desprezo pela produção agrícola tradicional” (p. 28).

Nesta conjuntura, a equipa de especialistas foi percebendo que intervenção psicoterapêutica se refere a qualquer coisa que ajuda a criança (de um modo geral, o indivíduo) a elaborar e dar sentido às suas experiências, e construir a ponte necessária à integração dessas experiências e em vez de impor símbolos e psicodiagnósticos ocidentais, aplicaram uma abordagem pragmática por começar a entender como os símbolos culturais e cosmologias locais davam significado a suas experiências.

Neste processo, foram envolvidos terapeutas, activistas, os curandeiros e outros líderes espirituais importantes para a criança e para sua família em discussões de casos. Facto que mostra que se reconhecia e honrava a cultura e as tradições locais. Depois de se identificar as especificidades da cultura e cosmologia daquele povo, o grupo achou por bem implementar a “psicoterapia imaginativa.”

Método

Nesta pesquisa utilizou-se a abordagem metodológica qualitativa, que se caracteriza pela interpretação dos fenómenos e atribuições dos significados. O pesquisador é o instrumento-chave e os dados são analisados indutivamente (Prodanov & Freitas, 2013). Segundo Gonsalves (2003 citado por Carvalho, 2019), permite ao pesquisador fazer abordagem hermenêutica dos objectos.

Quanto aos objectivos, trata-se de uma pesquisa exploratória “ajuda o pesquisador a compreender ou aprimorar o conhecimento sobre um determinado assunto, de modo que, após o seu término, seus resultados possam levar a outras pesquisas com novas abordagens” (Carvalho, 2019, p. 34).

Do ponto de vista do procedimento de colecta de dados, fez-se estudo bibliográfico. Refere-se ao levantamento de toda bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita que interessa ao tema (Zassala, 2013). Assim sendo, fez-se colecta de artigos científicos e livros nacionais e internacionais.

Resultados do estudo

Nota-se que, existem estudos científicos sobre a Psicologia na perspectiva africana, cuja abordagem formal começou a emergir na década de 1960 com a fundação da *Association Black Psychology (ABPsi)* ou Associação de Psicologia Negra, nos Estados

Unidos. Segundo Nobles (2015), esta associação surge com os seguintes objetivos: 1º Organizar as suas competências e habilidades para influenciar mudanças necessárias; e 2º Abordar os problemas significantes que afectam a comunidade negra e outros segmentos da população cujas necessidades a sociedade não supria.

Os interesses da “*Psicologia negra*” giram em torno do desenvolvimento de uma disciplina que além de estudar o comportamento de pessoas negras, busca também transformá-las em agentes conscientes sobre si mesmos e sua própria libertação mental e política (Karenga, 1986).

A perspectiva da Psicologia voltada para a África reconhece e assume a pluralidade epistemológica do mundo, entretanto, aponta a pertinência e a necessidade da “visão de mundo africana” para pesquisar e trabalhar com povos afrodescendentes tanto no continente como na diáspora com vista à promoção da libertação física, mental e espiritual (Akbar, 2004).

Que fique claro que, a questão central aqui não tem a ver com a cor da pele ou racial, mas com a falta de inclusão de pessoas e contextos de toda sorte nos estudos da Psicologia o que não se evidenciou de forma tão expressiva no percurso da história desta ciência e quando isso acontecesse era mais para se destacar aspectos pejorativos, como se observava na diferença com que os médicos psiquiatras tratavam as populações negras na África colonial, que pode ser deduzido na forma como estes eram tratados no seu cotidiano na colônia. Eram lhes negados os direitos civis, na África do Sul e na Rodésia do Sul, por exemplo, eram-lhes proibidos terem relações sexuais interracialis, eram-lhes negados de participar das actividades políticas e a mão de obra eram baratas compulsoriamente (McCulloch, 1995).

Não resta dúvida de que, a contextualização da Psicologia para a nossa realidade é um assunto que se deve ter em conta, pois segundo Engel, (2000), na essência da pesquisa científica, não há verdades científicas absolutas, pois todo conhecimento científico é provisório e dependente do contexto histórico, no qual os fenômenos são observados e interpretados. Além disto, os próprios padrões de pesquisa estão sujeitos à mudança, à luz da prática, não havendo, portanto, uma metodologia científica universal e histórica. É nesta ordem de ideias que a ciência que estuda o comportamento e os processos mentais exige a contextualização, obviamente que isso passa pelos estudos científicos empíricos e/ou pesquisa-acção nas localidades. De modos que a ciência exerça a sua real função, que é melhorar cada vez mais a qualidade de vida das pessoas de acordo com as suas particularidades.

A Psicologia em Angola é muito recentemente. As primeiras turmas de estudantes do curso de Psicologia no país começaram por volta de 2003, através de algumas instituições de ensino superior privadas (Saveia *et al.*, 2015). Isso subentende que existe ainda muito por se fazer para que possamos ter abordagens psicológicas que levam em conta as nossas especificidades culturais e sociais. Assim como se pode constatar no caso da população da aldeia Josina Marcel, em Moçambique, onde depois de os Psicólogos que foram tratar os traumas pós-guerra das crianças identificarem as especificidades da cultura e cosmologia daquele povo, o grupo de especialistas chegou a conclusão de que se deveria se implementar uma psicoterapia funcional para aquele contexto e esta é a “psicoterapia imaginativa”.

Reflectir sobre a contextualização da Psicologia em África não é um exercício fácil, na medida em que é uma realidade pouco estudada, no que esta área da ciência diz respeito, se for comparado com as outras paragens do mundo. Isto também tem muito a ver com a fraca atenção que muitas instituições africanas competentes dão à pesquisa científica em geral e na área da Psicologia em particular.

A necessidade de se reflectir numa Psicologia com abordagem do contexto africano é notável. Pois os principais estudos sobre a Psicologia têm antecedentes europeus, segundo nos faz saber as literaturas que encontramos actualmente na academia. Tais estudos foram localizados numa visão epistemológica eurocêntrica e esta perspectiva não reconhece a pluralidade dos saberes fora do eurocentrismo.

Nesta senda, outra razão que podemos apontar são os princípios do pluralismo epistemológico: má postura ético-política correspondente à uma lógica inclusiva: Todo o conhecimento científico-natural é científico social; Todo o conhecimento é local e total; Todo o conhecimento é autoconhecimento e Todo o conhecimento científico visa constituir-se em senso comum (Santos, 2010).

A fragilidade multidimensional do continente africano constitui outrossim, a necessidade de se contextualizar, neste caso a Psicologia, na medida em que, com base nas investigações se possa permitir elaborar alguns indicadores e linhas de base que levam em conta a multidimensionalidade e multitemporalidade dos problemas locais para que se façam projecções futuras adequadas (Loff *et al.*, 2015).

“Há muitos anos que os fenómenos existenciais da humanidade, incluindo os fenómenos psicológicos da realidade de África são interpretados de acordo com as perspectivas psicológicas, métodos, técnicas e instrumentos cientificamente estabelecidos no ocidente” e de acordo com aquela realidade (Sabune, 2010, p. 1). Portanto, assim como cada pessoa tem a sua subjectividade, que não é igual a de ninguém, cada sociedade também tem as suas próprias especificidades que a difere das outras.

Assim precisamos conhecer mais sobre a disciplina “Psicologia africana”, que é pouco conhecida entre nós, para que possamos encontrar linhas orientadoras tanto para as pesquisas bem como para actuação clínica.

Referências bibliográficas

Akbar, N. (2004). *Akbar Papers in African Psychology*. Tallahassee: Mind Productions & Associates. <https://pdfcoffee.com/qdownload/nax27im-akbar-akbar-papers-in-african-psychology-mind-productions-2004pdf-pdf-free.html>

Carvalho, L. O. R., Duarte, F. R., Menezes, A. H. N., Souza T. E. S. [*et al.*]. (2019). *Metodologia científica: teoria e aplicação na educação a distância*. Petrolina-PE: Universidade Federal do Vale do São Francisco. <https://portais.univasf.edu.br/dacc/noticias/livro-univasf/metodologia-cientifica-teoria-e-aplicacao-na-educacao-a-distancia.pdf>

Chamizo, J. A. & Izquierdo, M. (2005). Ciencia en contexto: una reflexión desde la filosofía. *Alambique Didáctica de las Ciencias Experimentales*, 46 (1), 9-17. https://www.researchgate.net/publication/39215674_Ciencia_en_contexto_Una_reflexion_desde_la_filosofia.

Engel, G. I. (2000). Pesquisa-ação. *Educar, Curitiba*, (16): 181-191.

https://www.researchgate.net/publication/237025093_Pesquisa-acao.

Junior, B. F & Errante, A. (s.d.). *Reconstruindo a Esperança na Ilha Josina Machel: em Direção a um Modelo de Intervenção Psicoterapêutica Culturalmente Mediado*. Tradução: Marinho, F e Loyo, K. Karenga, M. (1986). *Introduction to Black Studies*. Los Angeles: Sankore Press.

Ki-Zerbo, J. (ed.). (2010). *História geral da África – I: método e pré-história da África* (2ª ed.). Brasília: UNESCO. Acessado em <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000190249>

Loff, M., Ferreira, A. S. & Caramelo, J. (Coor.). (2015). *Da descolonização ao pós-colonialismo: perspectivas pluridisciplinares*. Universidade do Porto. https://up.pt/press/wp-content/uploads/2020/02/Da_descolonizacao_ao_pos-colonialismo.pdf

McCulloch, J. (1995). *Colonial psychiatry and the de African mind*” Cambridge University Press. <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/16865/1/1602.pdf>

Nobles, W. (2015) From Black Psychology to Sakhu Djaer: implication form the further development of a Pan African Black Psychology. In: *Journal of Black Psychology*. Vol. 41(5) 399-414.

Nogueira, S. G. & Guzzo, R. S. L. (2016). Psicologia Africana: diálogo com sul global. In: *Revista Brasileira de Estudos Africanos*, 1 (2): 197- 218, <https://Doi:10.22456/2448-392366828>

Prodanov, C. C. & Freita, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico* (2ª ed.). Novo Hamburgo: Feevale. <https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>.

Sabune, A. (2010). *Psicologia: perspectiva eurocêntrica e afrocêntrica. Afrocentricidade*, Wordpress. <https://afrocentricidade.wordpress.com/category/autoria/aniceto-sabune/>

Sande, E. R. (2011). *Reesaminando a Psicologia: uma perspectiva crítica e visão Africana*. <https://eliassantaylor85blogspot.com/2011/03reesaminando-Psicologia-uma-perspectiva.html?m=1>

Santos, B. S. (2010). *Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia dos saberes*. In Santos, B. S. & Meneses, M. P. *Epistemologias do Sul*. São Paulo: Cortez, 31-83.

Saveia, J. M. (2013). *Psicologia: Formação e exercício profissional em Angola*. (Pós- graduação em Psicologia) Universidade Federal da Bahia – instituto de Psicologia, Salvador-Bahia. Acessado em <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/14517/1/TESE>

Saveia, J. M., Bastos, A. V. B. e Pixoto, A. L. A. (2015). A profissionalização da Psicologia em Angola: um percurso em construção. *Rev. estudos e pesquisas em Psicologia*, Rio de Janeiro 15(3): 1096 – 1117. <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/19430>

Silva, L. A. & Silva, P. B. 2006. *O jogo das diferenças - multiculturalismo e seus sentidos*. Belo horizonte: Autêntica. <https://www.scielo.br/j/cp/a/TKmpb7srKNcK9HKjKBjxWmh/>

Zassala, C. (2023). *Iniciação à pesquisa científica* (2ª ed.). Luanda: Mayamba.

CAPÍTULO 3- CAUSAS DO STRESS NO DIA-A-DIA DA VENDA AMBULANTE DAS ZUNGUEIRAS DE LUANDA. UM ESTUDO QUALITATIVO¹

 Madalena Vanda Ramos ²

 Maria Luísa Soares Almeida Pedroso de Lima³

 Helena Cosma da Graça Fonseca Veloso⁴

Resumo: Durante a actividade de venda ambulante as zungueiras deparam-se com determinados eventos que desencadeiam stress e se for de forma prolongada tem efeitos negativos para a saúde. O presente artigo tem por finalidade identificar os factores de stress na actividade de venda ambulante particularmente para as zungueiras da cidade de Luanda-Angola. O método utilizado foi qualitativo, onde participaram as zungueiras com idades compreendidas dos 18 aos 60 anos, numa amostra de 32 mulheres zungueiras. Na obtenção dos dados usamos o guião de entrevistas individuais. As respostas foram transformadas em texto e organizadas em unidades de registo, agrupadas em temáticas, identificadas pela ferramenta software do Nvivo 12. Concluímos que no dia-a-dia do trabalho das zungueiras existem eventos que provocam diversas causas do stress entre os quais destacam-se as condições de trabalho, cansaço e doenças associadas ao tipo de trabalho que exercem no contexto da zunga. Deste modo, o stress desencadeia efeitos negativos na saúde física e mental das zungueiras. Sendo as mulheres gestoras do lar e face à vulnerabilidade das condições de vida precárias, e das condições de trabalho da venda ambulante, o estudo sugere a criação de um projecto de políticas públicas onde estas mulheres se revêm os seus problemas solucionados para uma boa qualidade de vida.

Palavras-chave: Eventos, Stress, Venda Ambulante, Zungueiras.

Cause of stress in the daily life of street selling zungueiras in Luanda. A Qualitative Study

Abstract: During street vending activities, zungueiras encounter certain events that trigger stress and, if prolonged, have negative effects on health. The purpose of this article is to identify the stress factors in street vending activities, particularly for zungueiras in the city of Luanda-Angola. The method used was qualitative, where zungueiras aged between 18 and 60 participated, in a sample of 32 zungueiras women. To obtain the data, we used the individual interview guide. The responses were transformed into text and organized into recording units, grouped into themes, identified by the Nvivo 12 software tool. We concluded that in the day- to-day work of zungueiras there are events that cause various causes of stress, among which the conditions of work, fatigue and illnesses associated with the type of work they perform in the da zunga context. In this way, stress triggers negative effects on the physical and mental health of zungueiras. As women manage the home and given the vulnerability of precarious living conditions and working conditions in street vending, the study suggests the creation of a public policy project where these women review their problems and solve them for a good quality of life.

Keywords: Events, Stress, Street Vending, Zungueiras.

¹ DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11474069>

² Doutoranda em Psicologia / Instituto Universitário de Lisboa – ISCTE. vandarms18@gmail.com

³ PhD, Professora Catedrática em Psicologia Social / Instituto Universitário de Lisboa – ISCTE. luisa.lima@iscte-iul.pt

⁴ Doutora em Psicologia / Universidade Católica de Angola – UCAN. helena.veloso@ucan.edu

A venda ambulante surge pelas quitandeiras no século XVII (Panzini, 2004), que praticavam a venda e compra de produtos na rua, feiras e mercados de Luanda. A mesma teve evolução de 1977 a 1978 (Lopes, 2014).

O termo zungueira surge em 1992 numa fase que Angola estava em guerra civil que teve fim 2002 (Lopes, 2014; Ríbas, 1997). Relativamente os estudos realizados sobre a adesão da venda ambulante, de realçar que segundo (Miranda & Serra, 2019) está na base as questões históricas, sociais, políticas e económicas (Salomão, 2016) salário baixo (Ernesto & Capilo, 2018; Telo, 2021) e outras razões.

Actualmente em Angola o nível de desemprego aumentou, face a esta situação os indivíduos têm como ocupação laboral a actividade de venda ambulante, como acontece o caso das zungueiras. Segundo INE, (2024) numa amostra do Inquérito de Emprego em Angola, frisou que a nível nacional, a maioria das pessoas empregadas encontram-se no emprego informal cerca de 80,5% das quais 72,2% entre homens e 88,5% entre as mulheres. Tal como afirmam, (Asiedu & Agyei-Mensah, 2008), a venda nas ruas é vista como uma das opções para ganhar a vida diante do aumento da pobreza.

Durante a venda ambulante as zungueiras deparam diversas situações que desencadeiam stress no seu dia-a-dia o que pode provocar danos nocivos ao organismo se não for atenuada rapidamente. O presente artigo tem por objectivo identificar os factores do stress na actividade de venda do comércio de rua, praticada pelas mulheres zungueiras da cidade de Luanda.

A escolha do público-alvo da pesquisa foi através da amostragem aleatória simples, sendo um método bastante utilizado por ser rápido, “caracteriza-se por cada elemento da população a ter a mesma probabilidade de ser seleccionada” (Reis *et al.*, 2022, p. 32). O artigo está dividido em duas partes. Na primeira apresentou-se o stress no trabalho e na segunda a pesquisa empírica.

Stress no trabalho

O stress é uma alteração psicofisiológica do organismo, que é possível observá-lo, a partir de sintomas físicos e psicológicos. Devido a toda essa alteração no organismo, diminui a qualidade de vida, seja através do stress, noite mal dormida, má alimentação e entre outras situações, (Silva & Salles, 2016).

Segundo Mascella *et al.*, (2014) o stress é entendido como um estado de desequilíbrio de funcionamento do organismo, por vezes desenvolvido por situações desafiadoras, que leva o organismo a utilizar seus recursos psicobiológicos para lidar com eventos ameaçadores exigindo assim uma acção mobilizadora. Na visão Saveca *et al.*, (2020) a presença de diversos factores de stress põe risco a saúde do indivíduo no trabalho e entre as exigências de trabalho, bem como na capacidade de resposta do indivíduo, influenciando na deterioração da saúde mental.

Trabalhar ao ar livre existem situações climáticas que pode ser prejudicial a saúde tais como: poluição atmosférica, sol, poeira, podem provocar, doenças respiratórias como a gripe. A gripe é entendida como sendo uma doença viral aguda da região respiratória nos humanos, caracterizada às vezes por sintomas como: febre, dor de cabeça, dor de garganta, calafrios, tosse, mal-estar e fadiga, (Campos, 2014; OMS, África, 2015). De acordo com (Santos & Mesquita, 2016), na investigação sobre camelôs, ou seja, dos vendedores ambulantes, afirmam que as condições de trabalho, desencadeiam factores de

stress, o que torna prejudicial à saúde, (Bernardino & Andrade, 2015; Juárez-García et al., 2020; Ko Ko et al., 2020; Paola et al., 2018; Santos & Mesquita, 2016; Sepadi & Nkosi, 2022).

De acordo com Silva & Salles, (2016) o stress no local de trabalho é manifestado por um conjunto de sintomas, por exemplo insônia, dores de cabeça, ansiedade, ataques de pânico, depressão, fadiga, raiva, agressão e violência no local de trabalho, Walinga, (2019). O stress no trabalho é o desequilíbrio entre o trabalho e o emocional do trabalhador, por causa do medo de fracassar, cansaço físico e emocional, falta de apoio por parte dos seus superiores, ambiente de trabalho altamente competitivo, jornada longa de trabalho, entre outros factores. Actualmente, as instituições empregadoras estão mais competitivas, o que faz com que os colaboradores busquem atingir metas mais desafiadoras, alavancando as vendas, o que prejudica a saúde do profissional e a vida pessoal, (Silva & Salles, 2016).

Ressalta-se ainda, no local do trabalho a temperatura se for alta, provoca stress o que influencia, no comportamento do trabalhador (por exemplo humor, fadiga, desidratação, desmotivação, absentismo), manifestando no organismo doenças crónicas, distúrbios do sono, cansaço e irritabilidade (Costa *et al.*, 2011). Importa referir de acordo com os autores acima mencionados, o stress tem impacto negativo, quando for por longo prazo, manifestando risco prejudicial a saúde como as doenças físicas e mentais. O artigo tem por finalidade identificar os determinantes que podem desencadear o stress no comércio de rua praticada pela zungueira.

Método

A realização da pesquisa foi a partir do método qualitativo. Para o estudo de campo constitui-se uma amostra de 32 zungueiras dos 18 aos 60 anos de idade que vivem na província de Luanda- Angola.

O método de amostragem foi a não probabilística intencional com critérios de inclusão todas as zungueiras que se encontravam a vender os seus produtos na mão, na bacia, às costas, com criança às costas, na rua e no passeio.

Instrumentos

Quanto aos instrumentos, usamos o guião de entrevista. A mesma foi semiestruturada, o que permitiu a obtenção das respostas das zungueiras, tendo em conta as variáveis sociodemográficas tais como: a idade, naturalidade, número de filhos, estado civil, nível de escolaridade e, por último, o tempo de zunga. Elaborou-se outras perguntas relacionadas às fontes de stress.

Procedimento da recolha de dados

Concernente a recolha de dados, foi efectuada em três bairros: Prenda, Cassenda e do Congolense, no mês de setembro e outubro do ano de 2019.

Relativamente ao procedimento de análise dos dados, efectuou-se a análise de conteúdo no sentido de interpretar as informações fornecidas pelas zungueiras, com auxílio do software aplicativo Nvivo 12, onde obteve-se a unidade de registo, identificação das categorias e as opiniões das participantes pelas mesmas em texto.

Quanto a distribuição das variáveis sociodemográficas das zungueiras entrevistadas, dizer que em média tem idade=30, 5 anos; todas têm nível de instrução que vai desde alfabetização até a 10ª classe. De realçar que as participantes são provenientes das províncias de Angola, e exercem a actividade de venda ambulante em média=5 anos e 4 meses. De referir que as zungueiras entrevistadas têm 4, 39 filhos, acerca do estado civil: 13 são solteiras, 9 casadas, 7 vivem maritalmente, 1 separada 1 viúva e 1 não aceitou responder a esta questão.

Resultados do estudo

O ponto que se segue mostra os resultados do estudo, apresentados por categorias e análise de conteúdo.

A categoria “doenças e sofrimento durante a zunga” tem a ver com as doenças que as zungueiras adquirem durante a actividade de venda ambulante, isto é, do ponto de vista das mesmas. A outra categoria identificada chama-se “o que causa o stress” no percurso da actividade de comércio ambulante (zunga), as zungueiras enfrentam muitos acontecimentos que desencadeiam o stress.

1. “Doenças e sofrimento durante a zunga”

1.1. Cansaço

As zungueiras no exercício do trabalho de venda ambulante, no contexto da zunga, as vendedoras encontram muitos obstáculos para venda dos seus negócios. Deste modo, tem desencadeado em termos de saúde e bem-estar, o cansaço físico e psicológico provocando stress durante e após as suas actividades. Entretanto, tal facto foi revelado durante as entrevistas com as participantes observadas nos textos abaixo:

Z4 de 26 anos de idade manifesta o seu cansaço físico quando diz “*Sinto cansaço*”. Igualmente Z5 “*É cansaço mesmo, cansaço e a corrida (...)*”. Assim como a Z12 de 36 anos de idade diz sente “*Eh cansaço, cansaço, o corpo todo cansaço (...)*”. A entrevistada Z8 de 34 anos de idade afirmou que a zunga provoca “*muito stress, cansaço, cansativo*”. Diz ainda Z11 pelo facto, de ser um trabalho de girar a pé, e sente o corpo todo dorido, que expressa por “*(...) girar Luanda por completo tem que sentir cansaço, às vezes o corpo dorido (...)*”.

Z27 de 29 anos de idade “*Epá a zunga traz cansaço no corpo (...)*” este trabalho não é fácil, porém “*se fosse só sentar não há cansaço, mas passamos todos os dias (...)*”. Outras entrevistadas também afirmaram a causa do cansaço que expressam no texto a título de exemplo: Z17 de 36 anos de idade “*É cansaço mesmo, cansaço e a corrida (...)*”, confirmou também a Z25 “*cansaço nós sentimos, porque nós corremos (...)*”. E outras sentem vontade de desistir como diz Z32 de 36 anos de idade “*(...) epá muito cansaço mesmo, muito cansaço, a vontade é desistir (...)*”.

As entrevistadas afirmaram que o trabalho de comércio de rua (zunga) provoca cansaço físico e stress por ser um trabalho de girar toda cidade andando a pé, por vezes enfrentam corridas, por causa do local de venda dos produtos, sendo que estes lugares não são autorizados pela administração local. De referir o cansaço que as mesmas sentem podem desencadear doenças físicas que tem impacto na saúde e bem-estar, como foi demonstrado nos auto-relatos das entrevistadas descritas no texto abaixo expressas em subcategorias eis os seguintes:

1.2. Doenças específicas

a) Gripe

As zungueiras exercem as suas actividades ao ar livre, onde a probabilidade de contrair ou manifestarem os sintomas de gripe é maior, pelo facto de estarem a maior parte do tempo expostas no ambiente, de muito vento, frio, sol, chuva e poeira, tal facto observado, foi relatado pelas zungueiras, a título de exemplo podemos ver nos textos abaixo: Z24 de 35 anos de idade disse que a “*gripe é uma doença que provoca a zunga (...)*”. Foi sublinhada por uma das entrevistadas que a zunga provoca gripe.

b) Tosse

De realçar que os sintomas da tosse afectam a saúde e bem-estar do indivíduo. Z20 de 35 anos de idade diz que “*(...) poeira provoca tosse, provoca muita doença*”. Uma das entrevistadas afirmam ter tosse fruto do trabalho delas de tanta exposição à poeira e fortes ventos.

c) Tuberculose

As entrevistadas disseram que o trabalho que exercem, por vezes provoca tuberculose, devido o peso que carregam quando estão a girar na cidade, como apontou a Z20 quando disse “*(...) que leva peso, provoca tuberculose, provoca dor do peito, (...)*”, a mesma ressalta ainda que “*(...) tuberculose, provoca dor do peito, (...) provoca tosse, (...)*”. Uma das participantes na entrevista disse que a tuberculose que sentem é causada pelo peso dos negócios que carregam diariamente. A tuberculose é uma doença de transmissão por via aérea, o que torna perigo para a saúde pública, numa realidade onde está população tem dificuldade de acesso aos serviços de saúde pública, dada à situação precária que possuem. E além do mais, pelo facto de trabalharem no ambiente externo onde o contacto que têm com os clientes é só de face a face, o perigo torna-se maior dada à transmissão da doença.

1.3. Dores

a) Dor das vistas

Durante a entrevista as participantes informaram que sentem dor das vistas tal como a Z25 disse “*(...) a zunga esta nos trazer muita dor, problemas de visão*”, “*(...) paludismo, dor de vista (...)*”. As entrevistadas relatam que sentem dores das vistas no seu trabalho de zunga.

b) Dor de cabeça

Quanto a subcategoria dor de cabeça foram auto relatadas, tal como disse Z22 “*(...) provoca dor de cabeça, causa mesmo stress*.” E a Z17 diz que “*(...) o sol dá dor de cabeça e provoca doença (...)*”. As zungueiras disseram a actividade de zunga, provoca dor de cabeça, devido a exposição ao sol por longas horas todos os dias.

c) Dor de coluna

A Z16 diz “*Sinto a coluna doí-me, (...)*”. A Z15 “*(...) tu vais sentar sentes a coluna dorida, às vezes os pés (...)*”. As zungueiras queixaram-se das dores de coluna que

têm sentido durante o comércio de rua.

d) *Dor do peito*

As vendedoras carregam muito peso dos produtos de venda diariamente, o que segundo as participantes tem originado dores no peito conforme consta nas citações em recortes dos textos onde a Z20 fala que o “(...) peso provoca tuberculose, provoca dor do peito, (...)”. A Z25 confirma que “(...) com peso, esta ver, provoca dor do peito, (...)”.

As entrevistadas frisam que a dor do peito que sentem é por causa do peso dos produtos que carregam na zunga. As zungueiras circulam todos os dias a pé na cidade de Luanda, no trânsito carregando o peso do negócio na cabeça, nas mãos, nas costas e às vezes também estão acompanhadas com o seu filho nas costas. Na actividade de comércio ambulante tem acontecido diferentes situações, vivenciadas pelas entrevistadas e que podem estar na base do stress. As zungueiras apontam na entrevista “o que causa do stress” no contexto da venda ambulante.

2. “O que causa stress”

As mulheres vendedoras deparam diversos acontecimentos no seu dia-a-dia no contexto da zunga que podem desencadear os determinantes do stress, sublinhadas em diferentes asserções de subcategorias tais como: condições de trabalho (carro, chuva, corridas, poeira, sol); negócio (perda de negócio, quando não vende); clientes; fiscais; polícias; e gatunos.

2.1. *Condições de trabalho*

a) *Carros*

Quanto à subcategoria carro referida pelas entrevistadas é que o carro na estrada tem sido muito perigoso no dia-a-dia do trabalho das mesmas, como se pode notar nas afirmações abaixo:

Na zunga, quando há corrida, as vendedoras não conseguem controlar se está a vir um carro conforme diz a Z18 “(...) quando você, esta correr o carro também está a vir você não sabe (...)”. Por vezes as zungueiras vendem os seus negócios no passeio, no trânsito o que constitui perigo, por causa dos movimentos dos carros, às vezes tem acontecido acidentes ou outras situações fruto do local de venda, é desta forma que encontram o escoamento rápido do produto e eficiente. A Z21 disse que “(...) onde passa bué de gente, carro, mota as vezes as pessoas pedem para sair (...)”.

b) *Chuva*

Concernente à subcategoria chuva as entrevistadas salientam que apanham chuva durante zunga. Estas afirmações estão exemplificadas abaixo:

Segundo Z20 “(...) aqui mesmo nós apanhamos (...) muita chuva, (...)” para Z25 “(...) em cima de ti às vezes chuva, não sei como fazer! Não tenho por onde tirar tem que zungar mesmo.” A Z19 disse “vender na chuva de baixo do sol, (...)” já Z22 sente que é “(...) obrigada a suportar chuva como não, (...), pois não tem emprego”. Durante a actividade do comércio de rua, muitas zungueiras, quando há chuva vendem na mesma, aproveitando da oportunidade de escoar o seu produto, pois nesta altura às vezes há mais

procura dos produtos pelos clientes.

c) *Corridas*

As corridas que as zungueiras enfrentam durante a zunga é um sofrimento, pois passam todo momento a correr, tal afirmação vides nos seguintes exemplos:

Segundo Z20 disse que são “*corridas por vender na rua*”. A Z23 diz que na zunga “*(...) vendemos, há momento, são essas corridas, aqui o nosso dia-a-dia (...)*.” Igualmente a Z31 lamentou que “*(...) chega aqui nem vendeste, corrida é aquele com os fiscais (...)*.” Ao passo que a Z18 afirmou que o “*(...) sofrimento da zunga é corrida*”.

d) *Poeira*

As zungueiras trabalham no ambiente onde está exposta diariamente a poeira. As entrevistadas citam que a poeira provoca tosse, como podemos ver a título de exemplo dos registos da codificação a baixo mencionado: Quando a Z20 confirma que durante a sua actividade de vendedora na rua observa “*(...) muita poeira provoca tosse, provoca muita doença (...)*”. Igualmente a Z24 diz que sabe que a “*(...) tosse é mesmo da poeira, estamos aqui na poeira, o que é nós vamos fazer?*”. A poeira provoca doenças tal como disse a Z26 “*(...) poeira provoca várias doenças (...)*”.

Dada à realidade da situação da poeira as zungueiras têm conhecimento que a poeira é prejudicial, se tivesse lugar de venda saíram da rua, como falou a Z29 “*(...) mesmo a sofrer aqui nessa poeira, não temos lugar no mercado (...)*”.

e) *Sol*

O sol foi referenciado nas entrevistas que não tem sido fácil. Podemos averiguar nas suas afirmações:

A Z25 exprime que sente bastante quando está na zunga de baixo do sol diz “*(...) sinto mal aquele sol, corridas, sol por cima de ti (...)*”. Diz Z23 que o sol provoca “*(...) stress, porque com esse todo sol, essas corridas, cansada, provoca mesmo (...)*”. Já Z32 diz “*(...) sente muito cansada com este sol que esta fazer esses dias (...)*”. As zungueiras quando levam os filhos nas costas, estes também apanham sol exceptos, quando elas compram algo para tapar a cabeça da criança, como diz a Z17 “*(...) mesmo de baixo do sol, a criança tens de comprar chapéu (...)*”. Outra participante Z15 diz que “*(...) andar de baixo do sol, o corpo todo em tido algumas doenças sim (...)* depois de baixo do sol todo dia (...)”. De facto, trabalhar ao ar livre como é o trabalho das zungueiras que estão diariamente de baixo sol ardente, se for de forma prolongada, provoca doenças desencadeadas pelos efeitos negativos do stress.

2.2. *Negócio*

a) *Perda de negócio*

Quanto à subcategoria perda de negócios referidos pelas entrevistadas em texto a seguir a Z3 manifesta o que os fiscais fazem quando estão na zunga a vender em locais não autorizados “*(...) aqui, na venda encontras o fiscal, leva todo negócio, por vezes, quando leva o negócio você tem de ir até lá (...)*”. Muitas zungueiras além dos negócios

serem levados, as vezes elas também são levadas, como disse Z18 “(...) *te leva o negócio e você própria também te levam, sim te leva (...)*”. As zungueiras salientam que perdem negócio quando os polícias e os fiscais recebem os seus negócios, por vezes agredidas fisicamente, psicologicamente pelos agentes, humilhadas, e proibidas de vender em locais não autorizados pelo estado, tais como: nos passeios, debaixo da ponte e no trânsito. Contudo, muitas quando não os obedecem são violentadas ou batidas com porrete, deixando o seu corpo com cicatrizes, por vezes também são presas.

b) “Quando não vende”

Quanto à subcategoria “quando não vende” elas expressam em texto abaixo:

A Z17 disse “(...) *vezes o negócio não está a andar, uh, uh, quando o negócio não está, andar provoca stress*”. As zungueiras afirmam o que sentem emocionalmente conforme diz: Z21 “*Me sinto mal. Sinto muito mal mesmo, então pior se você não vendeu nenhuma peça, (...) você (...) passa mesmo todo dia com a fome, até ainda bem que este negócio é meu, senão quando recebíamos o negócio da senhora! Às vezes você veio de manhã cedo, nem uma peça você vendeu tinha que voltar em casa a pé para chegar vinte e duas horas. As vezes também a patroa ela fica já aborrecida contigo. Ah! Você não vendeu?! Então você vai rir, mesmo, com cinco mil kwanza nas mãos, vai te falar você vai rir. A pensar que está a brincar contigo, ela vai pega e vai mesmo. Você tem que fazer como eu cheguei dezoito horas. Desde manhã não vendeu nenhuma peça. Desde manhã com fome, nem um saco de água eu bebi. Como fiquei já a espera da patroa, a pensar que ela vai destrocar o cinco mil kwanza, a final a patroa foi numa esquina ficou bem pausada a me controlar mesmo, quando tocou quase vinte horas, dezanove horas e tal não esta vir fui a pé. Cheguei em casa quase vinte e duas horas (...)*”.

O negócio quando não é da zungueira também pode causar stress. Por conseguinte, visto que as mesmas têm de apresentar todos os dias os valores de venda. O que não tem sido fácil para elas quando não vende, as patroas não acreditam, por vezes sofrem humilhações, medo e ameaças de receber o negócio pela patroa.

c) *Polícia*

A partir entrevistadas verificamos que polícia e os fiscais têm praticado comportamentos que provocam stress, conforme foram expressas nas citações dos textos seguintes: a Z6 mostra que já foi agredida com porrete quando afirma “(...) *há polícia rebelde quando te encontra porrete acaba mesmo em cima de te e na banheira, (...)*”. Quando prendem as zungueiras são levadas com o seu negócio, e quando soltas não devolvem os seus negócios. A mesma ressalta que “(...) *há polícia malandro ele quando vem levanta a banheira e vai com ele direito na esquadra móvel, você passa todo dia aí na esquadra (...) quando vão te dar a banheira já não tem nada*”.

A Z31 e Z5 mostram o seu sentimento emocional do que têm passado pelo facto de venderem na rua, o que notamos e vimos nas entrevistas quando disseram que “(...) *chefe mesmo, daqui dessa esquadra móvel já me aleijou no pé, me deu com porrete aquilo ficou inflamado até agora tem uma mancha bem grande na perna, aqui assim na área da nadica*”. A outra entrevistada disse, devido a estes comportamentos, elas enfrentam os polícias em defesa da sua autoproteção e respeito, estes constrangimentos têm criado conotações das zungueiras perante os polícias, “(...) *polícia às vezes têm (...) hábito de me mexer (...) querem maltratar as pessoas que estão a vender na zunga ou a zungar, está a ver, epá daquilo você as vezes quer se comportar bem com eles, mas eles não*

querem nos respeitar epá nós também se comportamos mal com eles". As algumas zungueiras no decorrer da zunga são agredidas pelos polícias com porrete por venderem em lugares não autorizados.

d) Fiscais

Quanto os fiscais eis o exemplo das citações expressas pelas zungueiras eis: Z6 disse *"eu já sofri muito mesmo na mão do polícia e fiscal"*. Z5 diz quem impedi o trabalho *"sim impede polícia, fiscal"*.

Z1 diz que todo *"(...) tempo acorrer de cima, abaixo, fiscal vem aqui leva o negócio, se encontram aqui, não pode vender aqui, porque é sítio proibido, (...) as vezes passamos mal com os fiscais, mas como não tem sítio por onde trabalhar, por isso nós continuamos aqui na zunga. O que me preocupa o meu trabalho como zungueira é a fiscalização, porque a fiscalização quando chega aqui, quer te bater, te maltrata, chama nome, é a fiscalização"*.

As entrevistadas demonstraram o que passam no seu dia-a-dia no contexto da zunga como trabalhadoras do comércio ambulante como diz a Z2: *"Epá a nossa actividade é essa dia bem, dia mal, estamos na zunga, mesmo com fiscal (...), mas estamos sempre a batalhar, mas o problema é este que nós procuramos o pão nosso de cada dia, isto de pagar as propinas, a comida, roupa, então você compra para os nossos filhos negócio na zunga, quando chega na zunga te dão corrida nos fiscais, as vezes te levam a banheira você tem filho para sustentar, a situação está mesmo complicada (...)"* diz a zungueira de 28 anos de idade. Z25 *"(...) aqui atrais do fiscal, o fiscal está atrais de nós, (...)"*.

As entrevistadas afirmaram que na zunga quem prejudica o trabalho são os fiscais, não as deixam vender na rua e levam os seus negócios, perdem o dinheiro e outras são detidas pela ilegalidade de vender em locais não autorizados.

e) Gatuno

A subcategoria gatuno foi referida pelas nossas entrevistadas como outra fonte da causa do stress, eis as afirmações apontadas pela Z26 quando saía de casa no decorrer do caminho a compra de negócio disse o que aconteceu ao deparar com os gatunos: *"(...) você se mete no caminho do Catinton. Não dá também para vir 5 horas por causa dos gatunos, porque quando você sai muito cedo, também os gatunos esta com vocês, também como zungueira pensa que levaste muito dinheiro, a final é mesmo aqueles três, quatro mil que levaste, tem que vir mais tarde não pode ir muito cedo na praça"*. Z25 falou que sente medo da *"Polícia e gatuno na rua"*.

f) Clientes

Quanto à subcategoria clientes foram salientados que alguns não reconhecem o trabalho das zungueiras, por vezes eles dão preços do negócio, na altura da compra manifestam sentimentos de revolta contra os clientes, e às vezes as deixam bastante irritadas. Eis alguns exemplos de citações das entrevistadas relatadas:

Z29 *"Há clientes que aborrecem, por exemplo, foi há dias atrás apareceu um cliente perguntou a cabeça de ananás, eu comprei a trezentos kwanzas ele vinha, quanto é a cabeça de ananás? Eu disse tira quatro cento, quatro centos? (Cliente) A cabeça de ananás que está cem kwanzas?! (Z) Eu disse então se está cem kwanzas, porque não foste*

lá no próprio parque? (Cliente): Ah dona não mim fala assim me deste resposta. (Z) o senhor é que me provocou, mas tarde o senhor me pediu desculpa (...)” disse Z9 de 41 anos, mãe de 6 filhos.”

O relacionamento entre zungueiras e alguns clientes não é fácil, alguns não valorizavam o trabalho da zunga, o que provoca stress deixando-as por vezes irritadíssimas e com raiva como foram demonstradas em relatos das entrevistadas em trechos as palavras emocionais (raiva e irritabilidade).

A Z20 afirma que na zunga *“nem todos os dias há clientes de bom humor, (...)”*. Z25 *“Epá sabendo que alguns clientes que dão quebra cabeça (...)”*. Assim sendo diz ainda a mesma que estes comportamentos: *“(...) provoca stress, (...), há clientes que vem na bancada sem maneira, você às vezes lhe atende bem e ele quer te mandar, quer te obrigar aquela coisa que você (...) não quer fazer, estais ver, aquilo aí provoca stress nas zungueiras, é por isso que eles dizem que as zungueiras são malandras, (...), mas não, se formos a ver não, há clientes mesmo que stressam, então as vezes você quer se dirigir bem a cliente e a cliente não quer se dirigir bem a vendedora é isso”*.

Concernente à subcategoria cliente se constatou que na actividade da zunga existem alguns clientes que aparecem com atitude comportamental que provoca stress e aborrecimentos para as participantes. Por conseguinte, os clientes dão os preços dos produtos como se fossem deles, faz pouco da sua apresentação, por vezes deixam as zungueiras stressadas, irritadas e nervosas criando brigas entre clientes e zungueiras, por outro lado estes preços cedidos pelos clientes é abaixo que não serve para o lucro.

É de referir que esta realidade a deixa aborrecida no final do dia, por vezes o dinheiro não chega para repor outro negócio, o que complica para retomar o mesmo negócio ou outro negócio, por isso que muitas recorrem ao *kixikila* para continuarem a exercer as suas actividades.

Muitas famílias dependem deste trabalho é a alternativa de trabalho justo que encontraram para não se prostituírem. É importante ser reflectido e referido aqui o comportamento que alguns clientes apresentam, atrais mencionado, não a praticam quando vão ao supermercado ou shopping, pois o preço encontrado na estante ou tablier é o mesmo preço a pagar na compra dos produtos do caixa do *shopping*.

Portanto, constatamos, a partir das participantes que no dia-a-dia das zungueiras enfrentam diversos desafios que podem ser a causa do stress tais como: as doenças e sofrimento durante a zunga, as condições de trabalho, os fiscais, polícias, gatunos, clientes e o negócio, de tal modo observado e mencionado em texto de recorte de registo da categorização da comunicação.

3. Discussão

O objectivo do estudo foi identificar os determinantes do stress no dia-a-dia da venda ambulante das zungueiras. O nosso grupo-alvo foram 32 zungueiras e para recolha de dados, a técnica utilizada foi a entrevista.

Para análise e interpretação dos dados de estudo do campo usamos o Nvivo 12, onde fizemos análise de conteúdo e deste modo notamos que: as “doenças e sofrimento durante zunga”; cansaço; doenças específicas (gripes, tosse e tuberculose); dores (das vistas, de cabeça, de coluna, do peito); as condições de trabalho (carro, chuva, corridas, poeira, sol); negócio (perda de negócio, quando não vende); clientes; fiscais; polícias; e gatunos são factores que desencadeiam o stress nas zungueiras no contexto do seu

trabalho.

De referir que no contexto da zunga estas mulheres, enfrentam diversos desafios onde por sinal é daí onde sai o sustento para as suas famílias. Durante a zunga uma das consequências que elas apresentam é o cansaço, devido ao excesso de carga horária e dos negócios que carregam nas mãos, cabeça e costas, sem férias, trabalham todos os dias.

O cansaço é uma fraqueza física que as pessoas sentem pelo trabalho excessivo que realizam, o que pode provocar sintomas físicos de stress, por outro lado o cansaço aparece por eventos stressantes da vida, (Moncrieff & Fletcher, 2007).

Nas doenças e sofrimento as zungueiras têm doenças como gripe. A *gripe* é entendida como sendo uma doença viral aguda da região respiratória nos humanos, caracterizada às vezes por sintomas comum tais como: febre, dor de cabeça, dor da garganta, calafrios, tosse, mal-estar e fadiga, (Campos, 2014; OMS, África, 2015). A *tosse* é entendida como sendo “um reflexo de defesa da via aérea em condições fisiológicas”, (Rodrigues & Galvão, 2017, p. 172). Segundo o mesmo autor o quadro clínico da tosse está acompanhado de várias doenças pulmonares, cardíacas e gastrintestinais. A *tuberculose* é uma doença endémica, onde em Angola a causa está associada à pobreza, falta de emprego, condição socioeconómica precária e entre outros factores, (Santos, 2019).

Um dos factores de stress das zungueiras é sol, pois as mesmas são diariamente expostas de forma prolongada ao sol. Os indivíduos que têm como fonte de trabalho ao ar livre tal como as zungueiras, estão expostos ao sol por muitas horas, por vezes pode causar lesões oculares, por causa da radiação ultravioleta. Por outro lado, o organismo pode manifestar envelhecimento precoce, catarata, problemas de câncer da pele nas pálpebras, perda de visão, dores de cabeça, fadiga ocular, vermelhidão, secura e irritação, (Buckley, 2021). Os vendedores ambulantes são considerados trabalhadores do sector informal e trabalham ao ar livre sem uma estrutura adequada e estão ao calor extremo o que torna perigo para a saúde, (Ngwenya, 2019).

De acordo com Cooper & Marshall, (1976), as fontes de stress contextualizadas no campo da zunga como as más condições de trabalho, vender em espaço público ao ar livre, debaixo de sol, poeira, chuva, sem estrutura sanitária, sem segurança de trabalho, sub-carga horária de trabalho relatada pelas entrevistadas, estes factores desencadeiam stress (Johnson *et al.*, 2005). Segundo Saleiro *et al.*, (2019) ainda que for doses baixas de contacto a poeira, mesmo assim, a saúde do indivíduo está em risco, devido aos sintomas de doenças respiratórios, tais como: asma, câncer de pulmão, pneumonia e outras doenças pulmonares.

Quanto aos clientes como factor de stress temos a realçar que se trata daqueles que não respeitam o trabalho das zungueiras, que criam conflitos de trabalho delas particularmente no momento da compra e venda do negócio. As relações entre clientes e vendedoras é uma interacção direta voz a voz, cara a cara, onde expressam as emoções que influenciam o comportamento da reciprocidade de procura e venda, e quando não acontece pode resultar violência, irritabilidade. Para Zapf (2002) as interacções cara a cara emitem aos clientes influencia de atitudes e comportamentos de outras pessoas.

Portanto, os factores de stress no contexto da zunga desencadeiam efeitos negativos de stress para as zungueiras comprometendo a saúde e bem-estar física e mental das mesmas. O stress quando é negativo faz mal a saúde mental e bem-estar do individuo, por isso é essencial identificar a causa de um determinado problema e de seguida criar estratégias para enfrentar e lidar com a situação em causa (Lipp, 2022).

O trabalho permite a integração social e a sobrevivência do indivíduo, entretanto na sua ausência, muitos procuram mecanismos alternativos para sobreviver. É assim que as zungueiras encontraram a forma para sobreviver praticando a actividade de venda ambulante.

Concluimos que o tema correspondente ao objectivo foi identificar os determinantes do stress das mulheres zungueiras dos mercados informais da cidade de Luanda, demonstrou a importância de investigação do tema e temos como resultado demonstrativo a existência de factores de stress das mulheres zungueiras dos mercados informais da cidade de Luanda, que são: as condições de trabalho (poeira, sol, carros, chuva); clientes; corridas; gatunos; polícias; fiscais; perda de negócio e por último quando não vende) estas afirmações foram encontradas, a partir de relatos das entrevistadas.

De facto, a rotina diária na zunga, os eventos de *stress* provocados pelos agentes e condições de trabalho podem desencadear situações que prejudicam a saúde física e mental das zungueiras. Embora o trabalho que as zungueiras exerçam seja a fonte de subsistência para muitas famílias, ressaltamos que o espaço vital da zunga, aponta como ambiente prejudicial a saúde para trabalhar e uma ameaça para saúde mental e física, pois as condições de trabalho não seguem a regra de segurança, higiene e protecção de trabalho.

Conforme vimos nos relatos de algumas entrevistadas, espaço de vital da zunga, tem sido fonte de doenças e sofrimentos provocados pela zunga como: cansaço, dores (de cabeça, das vistas, da coluna, do peito), gripes, tosse e a tuberculose, além do mais, estes espaços não tem saneamento do meio, sem sanitário público e nem lugar em condições para comer. Notamos que mesmo, com as dificuldades deparadas na actividade de venda ambulante, todavia muitas têm uma crença da existência de alguém maior de todos que é Deus elas evocam e recorrem todos os dias ao recurso de apoio do *coping* religioso, para a protecção o que as faz perder o medo e aceitarem os desafios da zunga.

Referências bibliográficas

Asiedu, A., & Agyei-Mensah, S. (2008). Traders on the run: Activities of street vendors in the Accra Metropolitan Area, Ghana. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, 62(3), 191–202. <https://doi.org/10.1080/00291950802335806>

Bernardino, D., & Andrade, M. (2015). Informal Work and the Implications for the Workers' Health: An Integrative Review. *Revista de Enfermagem Referência, IV Série* (7), 149–158. <https://doi.org/10.12707/RIV14049>

Buckley, H. (2021, junho 22). *Eye Safety—Working Outdoors | Brandon Hire Station*. <https://brandonhirestation.com/blog/eye-safety-working-outdoors>

Campos, H. S. (2014). A gripe sob diferentes perspectivas. *Um produto da Editora de Publicações Científicas Ltda.*, 102(5), 19–23

Cooper, C. L., & Marshall, J. (1976). Occupational sources of stress: A review of the literature relating to coronary heart disease and mental ill health. *Journal of Occupational Psychology*, 49(1), 11–28. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1976.tb00325.x>

Costa, E. R. Q. M. D., Baptista, J. S., & Diogo, M. T. (2011). *Adaptação climática, metabolismo e produtividade*. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/85208>

INE. (2024). *Indicadores de emprego e desemprego, inquérito ao emprego em Angola* (p. 16) [Instituto Nacional de Estatística].

Johnson, S., Cooper, C., Cartwright, S., Donald, I., Taylor, P., & Millet, C. (2005). The experience of work-related stress across occupations. *Journal of Managerial Psychology*, 20(2), 178–187. <https://doi.org/10.1108/02683940510579803>

Juárez-García, A., Flores-Jiménez, C.-A., & Pelcastre-Villafuerte, B.-E. (2020). Factores psicosociales del trabajo y efectos psicológicos en comerciantes informales en Morelos, México: Una

exploración mixta preliminar. *Revista de la Universidad Industrial de Santander. Salud*, 52(4), 402–413. <https://doi.org/10.18273/revsal.v52n4-2020007>

Ko Ko, T., Dickson-Gomez, J., Yasmeen, G., Han, W. W., Quinn, K., Beyer, K., & Glasman, L. (2020). Informal workplaces and their comparative effects on the health of street vendors and home-based garment workers in Yangon, Myanmar: A qualitative study. *BMC Public Health*, 20(1), 524. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-08624-6>

Lipp, M. E. N. (2022). *O Stress esta dentro de você* (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil; 2ª). Editora Contexto

Mascella, V., Vieira, N., Beda, L. C., & Lipp, M. E. N. (2014). Stress, sintomas de ansiedade e depressão em mulheres com dor de cabeça. *Boletim - Academia Paulista de Psicologia*, 34(87), 407–428. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1415-711X2014

Mesquita, A. A., & Santos, D. R. dos. (2016). Avaliação das condições de trabalho e sofrimento psíquico em camelôs. *Revista Psicologia e Saúde*, 8(2), 29–42. [https://doi.org/10.20435/2177-093X-2016-v8-n2\(03\)](https://doi.org/10.20435/2177-093X-2016-v8-n2(03))

Moncrieff, G., & Fletcher, J. (2007). Tiredness. *BMJ*, 334(7605), 1221–1221. <https://doi.org/10.1136/bmj.39182.615405.94>

Ngwenya, B. (2019). Heat exposure and adaptation strategies of outdoor informal sector workers in urban Bulawayo—Zimbabwe. *Edith Cowan University School of medical and Health Sciences*, 1–91.

OMS, África. (2015). *Protocolo para a vigilância sentinela nacional da gripe*. Organização Mundial da Saúde. Escritório Regional para a África. <https://iris.who.int/handle/10665/187143>

Paola, R. T. D., Ferney, R. D., & Julieth, T. T. A. (2018). Análisis comparativo de los niveles de ansiedad y estrés entre vendedores autorizados y no autorizados del Municipio de Mosquera. *Universidade de cundinamarca*, 89. <https://www.semanticscholar.org/paper/An%C3%A1lisis-comparativo-de-los-niveles-d>

Rodrigues, M. de S., & Galvão, I. M. (2017). Aspectos fisiopatológicos do reflexo da tosse: Uma revisão de literatura. *Revista de Medicina*, 96(3), 172–176. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.11606/issn.1679-9836.v96i>

Saleiro, S., Rocha, L., Bento, J., Antunes, L., & Costa, J. T. da. (2019). Exposição ocupacional a poeira: Um risco à saúde subestimado? *Jornal Brasileiro de Pneumologia*, 45(4). <https://www.scielo.br/j/jbpneu/a/7QpGwnDmFbZ95Dw7LSGnWgP/?lang=pt>

Santos, D. R. dos, & Mesquita, A. A. (2016). Avaliação das condições de trabalho

e sofrimento psíquico em camelôs. *Revista Psicologia e Saúde*, 8(2), 29–42. [https://doi.org/10.20435/2177-093X-2016-v8-n2\(03\)](https://doi.org/10.20435/2177-093X-2016-v8-n2(03))

Santos, E. M. dos. (2019). *Tuberculose na Província do Huambo—Angola* [Tese de Doutoramento em Saúde Pública, Universidade do Porto]. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/120579>

Saveca, P. T. A., Montero, F. P., & Tembe, V. A. (2020). O stress ocupacional como factor principal de risco psicossocial no ambiente de trabalho. *Portal de Psicologia*, 16.

Sepadi, M. M., & Nkosi, V. (2022). Environmental and occupational health exposures and outcomes of informal street food vendors in south africa: A quasi-systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1348. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031348>

Silva, L. C., & Salles, T. L. de A. (2016). O estresse ocupacional e as formas alternativas de tratamento. *Revista de Carreiras e Pessoas*, 6(2). <https://doi.org/10.20503/recape.v6i2.29361>

Walinga, J. (2019). *Health and Stress. In introduction to psychology*. University of Saskatchewan Open Press. <https://openpress.usask.ca/introductiontopsychology/chapter/health-and-stress/>

Zapf, D. (2002). Emotion work and psychological well-being: A review of the literature and some conceptual considerations. *Human Resource Management Review*, 12(2), 237–268. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(02\)00048-7](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(02)00048-7)

CAPÍTULO 4- DISTORÇÕES COGNITIVAS E TRANSTORNO DE PERSONALIDADE ANTI-SOCIAL: ESTUDO EXPLORATÓRIO COM DETIDOS E CONDENADOS POR DIVERSOS CRIMES EM LUANDA¹

Lukamba João Joaquim²

Resumo. A presente pesquisa teve como principal objectivo, compreender a componente cognitiva e o comportamento anti-social dos indivíduos detidos e condenados em Luanda. Baseada nas teorias evolucionista, psicanalítica e interpessoal, a pesquisa teve como suporte metodológico, a abordagem quantitativa. Participaram 137 indivíduos tendo sido excluído posteriormente desta amostra, 16 indivíduos por não terem respondido aos critérios da pesquisa fazendo com que a amostra ficasse reduzida à 121 indivíduos. As idades dos participantes variam entre 14 anos (idade mínima) e 58 anos (idade máxima). Quanto ao género, a amostra foi maioritariamente masculina. Para a colecta de dados, utilizou-se como instrumento, o questionário *HIT* – “*How I Think*” original do inglês que significa “*Como Eu Penso*” (CEP). Os resultados demonstraram que os indivíduos detidos e condenados por crimes contra a propriedade (furto, roubo, burlas) são os que mais apresentam distorções cognitivas e perturbação de comportamento.

Palavras-chave: Distorções cognitivas, Transtornos de Personalidade e Comportamento Anti-social.

Cognitive Distortions and Antisocial Personality Disorder: Exploratory study with detained and convicted of various crimes in Luanda

Abstract. The main objective of this research was to understand the cognitive component and anti-social behaviour of individuals detained and sentenced in Luanda. Based on evolutionary, psychoanalytic and interpersonal theories, the research was methodologically supported by a quantitative approach. 137 individuals participated and were subsequently excluded from this sample, 16 individuals for not having responded to the research criteria, reducing the sample to 121 individuals. Participants' ages range from 14 years old (minimum age) to 58 years old (maximum age). Regarding gender, the sample was mostly male. For data collection, the *HIT* questionnaire was used as an instrument – “*How I Think*”, originally from English, which means “*How I Think*” (CEP). The results demonstrated that individuals arrested and convicted of crimes against property (theft, robbery, fraud) are those who most present cognitive distortions and behavioural disturbances.

Keywords: Cognitive distortions, Personality Disorders and Antisocial Behaviour.

¹ DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10118365>

² Mestrando em Ciências Jurídico-Criminais pela Faculdade de Direito da U.A.N – Angola.

A conduta criminosa, desde os primórdios é explicada de várias maneiras por diversos teóricos. Causas como determinações genéticas, distúrbios neurofisiológicos e aspectos da dinâmica social têm sido apontadas com base em estudos aturados desenvolvidos por especialistas da Antropologia Criminal, Psiquiatria, Psicologia e da Sociologia Criminal.

Teorias como a do criminoso nato de Cesare Lombroso [1885-1909] e seus discípulos: Charles Goring «hereditariedade»; Ernest Hooton «inferioridade antropológica»; W. Sheldon «tipo constitucional»; H. Goddard e Kuhlman «debilidade mental», dominaram as discussões em torno da denominada escola positivista baseada nas premissas de Auguste Comte que propôs-se a ordenar as ciências experimentais, considerando-as o modelo por excelência do conhecimento humano, em detrimento das especulações metafísicas ou teológicas (Comte, 1973; Quintaneiro, et. al. 1995; Lombroso, 2007; Schmitt, 2006).

Não tardou para juntarem-se ao debate as “teses ecléticas” fundamentadas pelos Glueck que, no entender de Andrade e Dias (2013) era irrecusável que os indivíduos de predominância mesomórfica – com deficiência no desenvolvimento orgânico – exibissem um claro «potencial de delinquência». O que se compreende dada a sua energia e tendência para a acção, bem como o facto de serem exageradamente “frouxos” nos seus “mecanismos de inibição”.

Dada as discussões acesas entre estas duas escolas, juntaram-se também as teorias psicodinâmicas representadas pela psicanálise de Sigmund Freud passando então, para a psicologia criminal no sentido mais amplo, colocando na mesa o debate sobre a natureza *versus* educação, ou seja, a dualidade cunhada nos Estados Unidos como *Nature/Future*, posteriormente, surgem as teorias sociológicas particularmente a teoria da anomia sustentada por Émile Durkheim [1858- 1917], (Durkheim, 2007; Giddens, 2008).

Foi então, a partir destes cenários explicativos que levamos a cabo esta pesquisa sobre distorções cognitivas e transtorno de personalidade anti-social, com o principal objectivo de compreender como pensam os indivíduos em conflito com a lei, como são os seus esquemas cognitivos e se há uma influência directa com actos que violam as normas socialmente estabelecidas.

Distorções cognitivas

A prática de violação das normas socialmente estabelecidas, tem sido explicada por diversos factores tal como avançamos no tópico acima, porém, actualmente, as distorções cognitivas passam a ocupar um espaço central nas investigações em psicologia criminal e forense.

As distorções cognitivas, surgem de estruturas ou esquemas que podem ser conceituados como um corpo de conhecimento acumulado que interage com novas informações influenciando a atenção selectiva, a memória e o comportamento (Segal, *et. al.*, 1988).

Do ponto de vista do comportamento anti-social, as distorções cognitivas, com os seus equivalentes *esquemas cognitivos negativos* ou *disfuncionais*, pressupõem um conjunto de crenças desadaptativas, justificações, racionalizações e pensamentos implícitos (Veloso, 2013), que acabam por impulsionar o desvio às normas e a consequente adopção de comportamento criminal por parte de quem as possui.

Ou seja, as distorções cognitivas levantam a tese segundo a qual o comportamento anti-social é motivado pela maneira irracional como determinado indivíduo pensa. Contudo, entre o *pensar* e o *agir* contrário às normas, existem fases que o indivíduo atravessa e, essas fases, no entender de Pithers (1990), englobam quatro elementos dentro do que o autor chamou de modelo sequencial do processo de passagem ao acto: situação de alto risco; fantasias e tendências desviantes; distorções cognitivas propriamente ditas e por último, planificação consciente da infração futura, dando espaço ao facto criminal como fim último. O primeiro elemento tem a ver com a percepção por parte do indivíduo de que, é vulnerável e se não souber gerir essa situação de vulnerabilidade e de fracasso no plano pessoal, surgem as imagens desviantes que constituem o segundo elemento, apoiadas por pensamentos deformados e disfuncionais (terceiro elemento) ao passo que, o quarto elemento, acaba por ser caracterizado pela elaboração de futuros actos desviantes.

Embora o autor tenha criado este modelo explicativo especialmente para o abuso sexual incestuoso, acaba por ser transversal a outros comportamentos anti-sociais tais como: furto, roubo, crime de homicídio, burla, desacato, violência nos mais variados níveis etc. Por outro lado, as distorções cognitivas são apresentadas por determinadas tipologias a depender de cada autor. Aaron Beck (1963), Sykes e Matza (1957), introduzem categorias com destaque para as seguintes: catastrofizar, sobre-generalizar, personalizar, abstracção seletiva por um lado e, negação da responsabilidade, negação da culpa, negação da vítima, condenação dos condenadores e apelo à lealdade (Veloso, 2013).

O primeiro grupo destas categorizações é baseado nas pesquisas sobre depressão realizadas por Beck (1963) ao passo que, o segundo grupo pertence à Sykes e Matza (1957). Em linhas gerais, o que estas categorias demonstram é que, por um lado, o indivíduo com pensamentos distorcidos tende a antecipar de forma negativa uma experiência, descrevendo-a como catastrófica; assume que os resultados obtidos até a data dos factos serão os mesmos para actos futuros; responsabiliza-se pelos resultados negativos de cada acto e, tende a olhar apenas para os aspectos negativos de cada evento (no caso da depressão, Beck, 1963).

Por outro lado, as outras categorias explicam-se pela tendência do indivíduo a valorizar apenas as suas opiniões, atitudes e necessidades, deixando de parte os outros; atribuir culpa dos seus actos aos outros; minimizar ou desvalorizar as consequências dos seus actos fazendo com que os outros aceitem as suas acções contrárias às normas e, assumir o pior passando a ideia de que os actos praticados por si foram inevitáveis (Veloso 2013).

Transtorno de personalidade anti-social: contribuições de Hervey Cleckley

A paternidade dos estudos sobre o Transtorno de Personalidade Anti-social foi atribuída ao psiquiatra norte-americano Hervey Millton Cleckley em função das várias pesquisas que realizou acerca desta temática durante muitos anos e também por conta da abrangência e dos destaques das suas pesquisas (Cleckley, 1988). A sua obra-prima sobre esta temática foi lançada em 1941 e tinha como título em inglês “*The Mask of Sanity*” (A Máscara da Sanidade).

Do ponto de vista clínico, o transtorno de personalidade anti-social é descrito como um transtorno evidenciado por aquelas pessoas com estilo de vida refletidamente anormal, com condutas delitivas desde a tenra idade manifestando um nível reduzido de

tolerância às situações frustrantes, uso constante de estupefacientes, uma vida exploradora acompanhada de ataques impulsivos (Cleckley, 1988; Caballo 2004). Cleckley (1988), nas suas contribuições bastante válidas e inspiradoras sobre o transtorno de personalidade anti-social, teve o cuidado de esclarecer semelhanças com a psicopatia, uma expressão mais jurídica, diferente da clínica-descritiva.

Porém a descrição da psicopatia como personalidade anti-social vigora até nossos dias, como o atestam as nosografias psiquiátricas contemporâneas (Henriques, 2009). Cleckley (1988) foi mais exaustivo ao descrever o transtorno de personalidade anti-social, na sua forma clínica e não analítica, facto que deixa algumas lacunas na sua abordagem do ponto de vista jurídico já que, o transtorno de personalidade anti-social tem sido visto, não como uma patologia mental, propriamente dita.

Uma das inquietações relacionadas aos contributos de Cleckley (1988) é a de saber até que ponto o transtorno de personalidade anti-social deve ser considerado como uma patologia, visto que, nas abordagens do autor, fala-se em tratamento difícil para as pessoas acometidas por este transtorno. A outra tem que ver com a diferença entre transtorno de personalidade anti-social e conduta anti-social. Até porque, interessa-nos, uma vez que pode ajudar a identificar as condutas anti-sociais e o transtorno.

Percebe-se que existe uma separação fundamental entre as condutas anti-sociais e o TPAS, visto que, nem todo indivíduo que desrespeita as normas de forma separada é portador de TPAS, mas o indivíduo com TPAS acarreta sempre traços condutais à margem das normas (Vasconcelos e Gauer, 2004).

Finalmente, apesar do aspecto negativo antes avançado, há outro aspecto a reter nas contribuições de Cleckley (1988), prende-se com o facto de as abordagens desse autor poderem ser vistas como um tratado geral sobre o transtorno de personalidade anti-social pela sua profundidade, assim, facilitará a aplicabilidade no contexto angolano. E o autor esclarece também a dimensão do TPAS. Neste sentido, é importante destacar que qualquer pessoa pode apresentar características do TPAS, não é necessário que cometa um delito para que faça parte do grupo das condutas anti-sociais.

Por outras palavras, torna-se importante sublinhar que um indivíduo qualquer pode demonstrar traços do TPAS sem, no entanto, cometer um acto delictivo para que seja integrado entre os anti-sociais.

Método

O estudo tem o carácter descritivo, com abordagem quantitativa, tendo como referenciais teóricos as perspectivas evolucionista, psicanalítica e interpessoal, estabelecendo a relação entre distorções cognitivas e transtorno de personalidade anti-social ou criminal.

Participantes e sua caracterização

Para a colecta de dados, utilizou-se a amostragem probabilística na sua versão estratificada. Adoptou-se este procedimento para que todos os elementos da população em estudo tivessem a mesma probabilidade de participar do mesmo. Assim, seleccionou-se três grupos de indivíduos detidos e condenados por diversos crimes, com destaque para o furto, roubo, violação, desacato, vandalismo, uso e tráfico de drogas, burla e homicídio qualificado.

O primeiro grupo composto por 40 indivíduos, foi extraído da esquadra do bairro

Cassequel do Lourenço, o segundo grupo composto por 70 indivíduos condenados, foi extraído do Estabelecimento Prisional de Calomboloca e o terceiro grupo, composto por 27 indivíduos, foi extraído do Comando Municipal do Kilamba Kiaxi, situado na Urbanização Nova-Vida, perfazendo assim, um total de 137 participantes ao estudo tendo sido excluído posteriormente desta amostra, 16 indivíduos por não terem respondido aos critérios da pesquisa fazendo com que a amostra ficasse reduzida à 121 indivíduos. Relativamente às variáveis sócio-demográficas, em particular as idades dos inqueridos, encontram-se distribuídas da seguinte maneira: Idade Mínima 14 anos, Idade Máxima 58 anos, Média 27,95, ao passo que o Desvio Padrão é de 8,37. Abaixo, segue-se a tabela com a distribuição de outras variáveis relevantes.

Tabela 1 – outras variáveis sócio-demográficas

Sexo	Estado civil	Tipo de crime	Escolaridade
Masculino – 118 Feminino - 3	Solteiro – 120 Casado – 1	Crime contra pessoas – 38 Crime contra a propriedade – 79 Tráfico de drogas – 4	T. base – 50 T. médio – 57 T. superior - 14
121	121	121	121

Em síntese, a tabela acima demonstra que o sexo masculino foi o mais representado na amostra, a maior parte dos inqueridos são solteiros, os crimes contra a propriedade, apresenta-se em maior escala, seguidos dos crimes contra as pessoas e tráfico de drogas e, finalmente, em termos de escolaridade, regista-se uma distribuição relativamente equitativa se considerar-se as duas categorias principais (técnico de base 50 e técnico médio 57) ao passo que, 14 indivíduos encontram-se entre os que têm uma certificação superior ou estejam em frequência.

Instrumentos e procedimentos

A pesquisa foi feita dentro das celas com o auxílio dos oficiais em serviço. Embora o ambiente, a situação de encarcerado e a farda possam ter influenciado nas respostas dos indivíduos ao inquérito, pode-se dizer que estes factores que pesam pela negativa, foram minimizados com a apresentação do Termo de Consentimento Livre onde vinha salvaguardado o direito de todos aderirem à pesquisa e abandonarem quando entendessem que a mesma estivesse a causar-lhes prejuízos.

Para a colecta de dados, utilizou-se como instrumento, o questionário HIT – “*How I Think*” original do inglês que significa “*Como Eu Penso*” (CEP). A versão final do CEP consiste numa estrutura 4X4 (Barriga e Gibbs, 1996), isto é, 4 categorias das distorções cognitivas de auto-serviço e 4 das categorias do comportamento anti-social derivado das Perturbação de Comportamento (PC) e Perturbação de Oposição (PO) do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders – DSM*) (Ramos, 2011).

Por ter esse carácter duplo (medir as distorções cognitivas e ao mesmo tempo buscar aspectos do comportamento anti-social) este questionário revelou-se como o ideal para o estudo aqui apresentado. Outrossim, a necessidade de testar a eficácia do mesmo instrumento ao contexto angolano e puder servir como base para futuras pesquisas sobre comportamento criminal constituiu também, outro motivo não menos importante.

Tal como foi referenciado, as 8 categorias repartidas em dois grupos tendo cada grupo, 4 elementos, fazem parte do total de 54 itens. Assim, o primeiro grupo comporta as seguintes categorias com os respectivos itens: a) *Auto-centrada* (itens: 3, 7, 10, 22,

28, 37, 42, 52, 54); b) *Culpar os outros* (itens: 6, 11, 21, 25, 26, 36, 39, 44, 46, 50); c) *Minimizar ou Rotular Mal* (itens: 5, 12, 14, 17, 19, 30, 33, 40, 47); d) *Assumir o Pior* (itens: 2, 8, 15, 18, 23, 29, 32, 35, 43, 49, 53).

No sentido oposto, o comportamento anti-social avaliado a partir da Perturbação de comportamento e Perturbação de Oposição do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM-IV) mede: a) *Desrespeito por regras*, leis ou autoridades, é medido através dos itens 2, 6, 12, 18, 29, 37, 40, 42, 46, 54; b) *Agressão Física* com os itens 5, 10, 15, 19, 23, 28, 32, 36, 44, 50; c) *Mentir que engloba* os itens 3, 8, 14, 21, 26, 33, 49, 52; d) e, por fim, *Furtar que inclui* os itens 7, 11, 17, 22, 25, 30, 35, 39, 43, 47 e 53 (Barriga *et al*, 2001; Ramos, 2011).

Percebe-se que a estrutura do permite que determinados itens tenham dupla função. Dito de outro modo, servem para medir as distorções cognitivas e também para o transtorno comportamental no outro eixo. Há também entre os 54 itens, 8 itens denominados *itens de controlo* que têm como objectivo, controlar a sinceridade dos participantes ao inquérito (4, 13, 20, 27, 31, 38, 45 e 51). Estes por sua vez, são excluídos do processo de tratamento dos resultados.

Por se tratar de 54 afirmações com modelo de resposta baseado na escala de Likert, após ser entregue o questionário ao participante, lhe era solicitado que manifestasse o seu nível de concordância numa ordem de 1 a 6, sendo o número mais baixo (1) a expressar discordância total e, o mais alto (6), a expressar concordância total. Para este exercício, cada participante dispunha de uma esferográfica ou lápis e noutros casos, o questionário era lido pelo auxiliar da pesquisa diante do participante e o mesmo, expressava o seu nível de concordância e era assinalado. Esses casos em particular, foram os das esquadras do Cassequel e Urbanização Nova-Vida, pelo facto dos espaços serem reduzidos e não permitir que o pesquisador se fizesse às celas.

Os inquéritos tiveram a duração mínima de 15 minutos e após o término de todos, os resultados foram recolhidos e, posteriormente inseridos no *Software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)* – “Pacote Estatístico para as Ciências Sociais”, que terá permitido o cálculo das médias agrupadas por categorias.

Resultados do estudo

Os resultados da pesquisa foram inicialmente inseridos no Software SPSS (versão 22) a fim de se calcular as médias das categorias constantes no inventário de distorções cognitivas “*How I Think – Questionnaire*” elaborado por Barriga, Gibbs, Potter & Liau, 2001; traduzido e adaptado por Veloso, Costa & Soeiro, 2013. Após o cálculo das médias, os resultados finais foram representados em tabelas e gráficos destacando os mais importantes para melhor compreensão tal como verifica-se abaixo.

Distorções Cognitivas

Tabela 2 – Distribuição dos inqueridos de acordo a categoria de distorção Auto-centrada

Auto-centrada	Porcentagem	Frequência
Muito Desacentuada	65	53,7
Desacentuada	22	18,2
Acentuada	26	21,5
Muito Acentuada	8	6,6
Total	121	100,0

Os dados acima representam os resultados da primeira categoria das distorções cognitivas. Observa-se que dos 121 inqueridos, 34 que correspondem a 28% apresentam uma tendência acentuada para um discurso Auto-centrado. Ou seja, existe entre esses 34 indivíduos, a tendência para direcionar os seus discursos para eles próprios, supervalorizando as suas necessidades, desejos, expectativas e sentimentos, desvalorizando assim, tudo à sua volta incluindo as normas socialmente estabelecidas. No cálculo de referência cruzada verificou-se que os que apresentam maiores indícios para o discurso Auto-centrado são os que cometeram crimes contra a propriedade (23 indivíduos) ao passo que, o grupo dos que terão cometido crimes contra as pessoas encontra-se 11 com esta tendência.

Tabela 3 – Distribuição dos inqueridos de acordo a categoria de distorção, *culpar os outros*

Culpar os outros	Frequência	Porcentagem
Muito Desacentuada	58	47,9
Desacentuada	21	17,4
Acentuada	32	26,4
Muito Acentuada	10	8,3
Total	121	100,0

A segunda categoria das distorções cognitivas aqui representada está relacionada ao acto de *culpar os outros*. A distribuição na tabela e gráfico acima demonstra que, dos 121 inqueridos, 42 que correspondem a 34,7% têm a tendência de culpar terceiros pelos actos de desrespeito às normas que terão praticado e, comparativamente ao tipo de crimes, 15 indivíduos cometeram crimes contra as pessoas e 27 cometeram crimes contra a propriedade. O seja, a tendência de culpar os outros pelos actos que cometeram verifica-se mais no grupo de indivíduos que cometeram crimes contra a propriedade.

Tabela 4 – Distribuição dos inqueridos de acordo a categoria de distorção, *Minimiza/Rotular mal*

Minimizar/Rotular mal	Frequência	Porcentagem
Muito Desacentuada	58	47,9
Desacentuada	22	18,2
Acentuada	32	26,4
Muito Acentuada	9	7,4
Total	121	100,0

Fonte: Resultados da pesquisa

Minimizar/Rotular mal é a terceira categoria das distorções cognitivas e a distribuição dos resultados mostra que, dos 121 inqueridos, 41 que correspondem a 33,8% tendem à minimizar os danos causados pelos seus actos ou então atribuem a culpa às vítimas dizendo que elas tiveram um comportamento que lhes levou a agir de forma errada ou que o ambiente desfavorável em que se encontravam propiciou a sua conduta. Se se fizer uma comparação das três categorias de crimes, verifica-se que, 25 dos que têm tendências acentuadas a minimizar ou culpar cometeram crimes contra a propriedade, 15 cometeram crimes contra as pessoas sendo o tráfico de drogas representado apenas por 1 indivíduo.

Tabela 5 – Distribuição dos inqueridos de acordo a categoria de distorção, *Assumir o pior*

Assumir o pior	Frequência	Porcentagem
Muito Desacentuada	58	47,9
Desacentuada	17	14,0
Acentuada	35	28,9
Muito Acentuada	11	9,1
Total	121	100,0

A quarta e última categoria das distorções cognitivas (assumir o pior), “conduz à atribuição de intenções hostis a outros ou à construção do pior cenário possível numa situação social, como se algo fosse inevitável”, noutras situações, parte-se do princípio que é impossível uma melhoria no comportamento do próprio ou dos outros”. Verifica-se a partir dos dados acima que, dos 121 inqueridos, 46 que correspondem a 38% apresentam esta tendência e, dentre os quais, 31 terão cometido crimes contra a propriedade, 14 encontram-se implicados em crimes contra as pessoas ao passo que 1 envolveu-se no consumo e tráfico de drogas.

Perturbação de Comportamento

Tabela 6 – Distribuição dos inqueridos de acordo a categoria Perturbação de Oposição

Perturbação de oposição	Frequência	Porcentagem
Sem Indícios	38	31,4
Indícios Fracos	23	19,0
Indícios Consideráveis	43	35,5
Fortes Indícios	17	14,0
Total	121	100,0

Na tabela acima encontram-se os dados relacionados à *perturbação de oposição*. Dos 121 inqueridos, 43 que correspondem a 35,5% apresentam indícios consideráveis de perturbação de oposição, 17 que correspondem a 14% apresentam indícios fortes. Se considerar-se o tipo de crime, deste total de 60 indivíduos com indícios consideráveis e fortes, 42 cometeram crimes contra a propriedade, 17 cometeram crimes contra as pessoas ao passo que 1 encontra-se implicado no crime de uso e tráfico de drogas.

Portanto, para esta categoria, a amostra reparte-se ao meio demonstrando que a metade possui esta queda para a perturbação de oposição.

Tabela 7 – Distribuição dos inqueridos de acordo a categoria *Agressão Física*

Agressão Física	Frequência	Porcentagem
Sem Indicadores	49	40,5
Indicadores Fracos	21	17,4
Indicadores Consideráveis	42	34,7
Fortes Indicadores	9	7,4
Total	121	100,0

A segunda categoria da perturbação de comportamento é a *tendência à agressão*. Observando os dados, constata-se que 42 que correspondem a 35% da amostra

apresentam indícios consideráveis e 9 que correspondem a 7% da amostra apresentam indícios fortes e, na relação com os crimes, 32 estão implicados em crimes contra a propriedade, 16 estão implicados em crimes contra as pessoas ao passo que 1 está implicado no crime de consumo e tráfico de drogas.

Tabela 8 – Distribuição dos inqueridos de acordo a categoria *Mentir*

Mentir	Frequência	Percentagem
Sem Indícios	43	35,5
Indícios Fracos	27	22,3
Indícios consideráveis	33	27,3
Indícios Fortes	18	14,9
Total	121	100,0

A tabela acima ilustra a tendência dos inqueridos à mentira compulsiva e, pela distribuição, verifica-se que dos 121 inqueridos, 33 que correspondem a 27% apresentam indícios consideráveis ao passo que, 18 que correspondem a 15% apresentam fortes tendências para a mentira patológica.

Tabela 9 – Distribuição dos inqueridos de acordo a categoria *Furtar*

Furtar	Frequência	Percentagem
Sem Tendências	82	67,8
Fraca Tendência	9	7,4
Tendências Acentuadas	23	19,0
Fortes Tendências	7	5,8
Total	121	100,0

Por sua vez, a última tabela retrata a tendência ao furto e, por sinal, é a categoria com os índices mais baixos se comparada com as outras categorias visto que, dos 121 inqueridos, apenas 23 que correspondem a 19% apresentam tendências acentuadas ao furto e 7 que correspondem a 6% apresentam fortes tendências. Ou seja, o total de inqueridos que apresentam tendências consideráveis ao furto não atinge os 50% do total de inqueridos o que parece um paradoxo visto que, relativamente aos crimes, os crimes contra a propriedade (roubos e furtos particularmente) são os mais representativos com 65% apesar de não se ter levado em consideração o aspecto da reincidência.

Conclusões

Associar as distorções cognitivas ao transtorno de personalidade anti-social é, actualmente, uma das tentativas de compreender a natureza criminosa tendo em conta os diversos factores. Para a presente pesquisa, o foco foram os factores psicológicos directamente relacionados a influência do pensamento no comportamento criminoso. Embora exista um longo percurso entre o *pensar* e o *agir*, as crenças disfuncionais e os pensamentos distorcidos chegam a *funcionar* como guias das acções humanas e, para as acções anti-sociais a relação é cada vez mais acentuada.

Em outros estudos sobre abuso sexual e criminalidade violenta, verifica-se que os implicados apresentam, para além da falta de *empatia* e das *fantasias sexuais desviantes*, um nível elevado de *distorções cognitivas* quer antes, durante e depois da consumação do

acto e, inclusive, essas distorções podem servir para a preparação de novos actos criminosos. Uma das características dessas distorções é, por exemplo, o criminoso pensar e dizer que abusou da vítima porque *ela pediu para ser abusada* ou então, porque *terá gostado da experiência ao ser abusada sexualmente*. Aqui estamos a falar de pesquisas realizadas por Huss (2011) nos E.U.A ou antes por Le Blanc (2003) e colaboradores no Canadá.

Para a nossa pesquisa, os resultados começam por apresentar-se relativamente consideráveis variando de categoria. Na primeira das oito categorias de distorções cognitivas, denominada distorção *Auto-centrada*, verificou-se uma incidência em 28% da amostra, com tendência para direccionar os seus discursos à eles próprios, supervalorizando as suas necessidades, desejos, expectativas e sentimentos, desvalorizando assim, tudo à sua volta incluindo as normas socialmente estabelecidas. Ou seja, para esses indivíduos, “às vezes tem de mentir para conseguir o que se quer” (item 3); “sempre que vir alguma coisa de que gosta, deve tirá-la e ficar com ela” (item 7) ou “se realmente quer algo, não importa como se consegue” (item 22).

Esse pensamento *auto-centrado* está ligado ao egocentrismo e, embora a *tendência egocêntrica constitui com efeito uma distorção cognitiva natural na criança pequena*, a constância desta distorção egocêntrica na adolescência coloca o indivíduo em alto risco no sentido do comportamento anti-social, dado o tamanho, força, independência, impulsos sexuais e capacidades do ego dos adolescentes” (Ramos, 2011). Ao contrário da primeira categoria de *internalização*, segue-se a segunda que se dá por um processo de atribuição externa “*culpar os outros*”. Quanto a esta categoria, os resultados da pesquisa demonstram que, dos 121 inqueridos, 42 que correspondem a 34% têm a tendência de *culpar os outros* pelos actos de desrespeito às normas.

Este esquema de pensamento faz com que o indivíduo atribua a culpa à fontes externas, principalmente a outras pessoas, grupos ou a um estado alterado, como, por exemplo, estar sob o efeito de substâncias ou em estados transitórios de humor. Noutros casos, atribui-se a culpa quer à tendência de *vitimação* de algumas pessoas, quer ao seu azar, (Ramos, 2011). Ou seja, o indivíduo pode pensar que, “Se eu cometer um erro foi porque me juntei com as pessoas erradas” (item 6); “Se alguém deixa o carro destrancado está a pedir que lho roubem” (item 11) ou então, “Não há problema em mentir se o outro é parvo o suficiente para acreditar” (item 21).

Relativamente à terceira categoria, “*Minimizar/rotular mal*” verificou-se que 33,8% da amostra, tendem à minimizar os danos causados pelos seus actos ou então atribuem a culpa às vítimas dizendo que elas tiveram um comportamento que levou-lhes a agir de forma errada ou que o ambiente desfavorável em que se encontravam propiciou a sua conduta.

Nesta categoria, os pensamentos do indivíduo estruturam-se da seguinte maneira: “Tens de ajustar contas com as pessoas que não te respeitam” (item 12); “Toda a gente mente, não é nada de especial” (item 14); “Só um parvo não roubaria se soubesse que não ia ser apanhado” (item 17); ou “As lojas fazem muito dinheiro por isso não há problema em tirares as coisas de que precisas”. Estes pensamentos fazem parte das chamadas *técnicas de neutralização* que correspondem, portanto, a formas de minimizar o conflito interno entre o auto-conceito dos delinquentes e o seu comportamento criminal (Barriga, et. al. 1996).

A quarta e última categoria das distorções cognitivas (*assumir o pior*), “*conduz à atribuição de intenções hostis a outros ou à construção do pior cenário possível numa situação social, como se algo fosse inevitável*”, noutras situações, *parte-se do princípio*

que é impossível uma melhoria no comportamento do próprio ou dos outros”. Verifica-se a partir dos dados acima que, correspondem a 38% apresentam esta tendência. Aqui, os pensamentos e justificações típicas para esta categoria passam por verbalizações como estas: “Muitas vezes não consigo evitar perder a cabeça” (item 2); “Não vale a pena tentar ficar fora de discussões/lutas” (item 15); “Por mais que me esforce não consigo deixar de me meter em problemas” (item 18); “Deves magoar os outros antes que eles te magoem a ti” (item 32); “Podes muito bem roubar. Se não fores tu, há-de ser outro qualquer” (item 35).

Por outro lado, encontra-se o segundo grupo das distorções cognitivas que espelham as 4 categorias de *Perturbação de Comportamento*. *Perturbação de Oposição*, *Agressão Física*, *Mentir*, *Furtar*, são as quatro componentes do segundo grupo das distorções cognitivas aqui mencionado e, têm suas descrições no Manual de Diagnóstico Estatístico das Perturbações Mentais DSM-IV (APA).

Os resultados da pesquisa demonstraram que as perturbações mais acentuadas entre os inqueridos são: *Perturbação de Oposição* (49% da amostra); *Agressão Física* (42% da amostra) e *Mentir* (42% da amostra) ao passo que a tendência ao furto apresentase com menor registo (24% da amostra). Em termos práticos quer dizer que, os inqueridos, considerando os valores percentuais, apresentam fortes indícios para oporem-se às normas socialmente estabelecidas, tendências para colocarem-se em brigas constantes, bem como, usar a mentira de forma compulsiva para satisfazer as suas necessidades. Por outro lado, e a tendência ao furto apesar de ter um valor percentual baixo, fruto também dos dispositivos de controlo.

Em suma, a pesquisa cumpre assim com o seu principal objectivo que foi o de compreender a estrutura cognitiva dos indivíduos em conflito com a lei e se essa estrutura tem relação com o comportamento anti-social. As conclusões, embora sejam apenas baseadas em categorias psicométricas, demonstram alguns caminhos, quer para a compreensão do perfil psicológico desses indivíduos e para a possível intervenção quando se estiver no processo de reeducação, servindo-se assim de uma das técnicas psicoterapêuticas, em particular a *Terapia Cognitiva Comportamental*, a fim de se corrigirem esses *Esquemas Cognitivos Disfuncionais* que alimentam o comportamento criminal.

Referências bibliográficas

- Andrade, M. D. C. e Dias, J. F. (2013). *Criminologia: o homem delinquente e a sociedade criminógena*.
- Barriga A., Gibbs J., Potter G., Liau A. (2001). How I Think (HIT) Questionnaire Manual. *Research Press*, (800) 519-2707.
- Barriga, A. Q., & Gibbs, J. C. (1996). Measuring cognitive distortion in antisocial youth: Development and preliminary validation of the “How I Think” questionnaire. *Aggressive Behavior*, 22, 333–343.
- Beck, A. T. (1963). Thinking and depression: Idiosyncratic content and cognitive distortions. *Arch gen Psychiatry*, 9(4), 324-333.
- Caballo, V. E. (2004). *Manual de transtornos da personalidade: descrição, evolução e tratamento*. Síntesis.
- Cleckley, H. M. [1903-1984] *The Mask of Sanity: An Attempt to Clarify Some Issues About the So-Called Psychopathic Personality*. Fifth Edition, Emily S. Cleckley,

1988, p.485 p. [Scanned facsimile].

Comte, A. (1973). *Curso de Filosofia positiva – Discurso sobre o espírito positivo; Catecismo positivista*. Abril Cultural.

DSM-5 (2014). *Manual diagnóstico e estatístico de doença mental*. Artmed.

Durkheim, É. [1858-1917]. (2007). *As regras do método sociológico*. Trad. Paulo Neves. 3 Ed. Martins Fontes.

Freud, S. (1914-1916). *A história do movimento psicanalítico, artigos sobre metapsicologia e outros trabalhos*. Volume XIV.

Giddens, A. (2008) *Sociologia*. 6ª Ed. Fundação Calouste Gulbenkian

Henriques, R. P. (2009). De Hervey ao DSM-IV-TR: a evolução do conceito de psicopatia rumo à medicalização da delinquência. *Rev. Latino-americana de Psicopatia*.

Huss, M. T. (2011). *Psicologia Forense: Pesquisa, Prática Clínica e Aplicações*. Artmed.

Le Blanc, M. (2003). Trajetórias de delinquência comum, transitória e persistente: uma estratégia de prevenção diferencial. IN I. Alberto (org.) *Comportamento Antissocial: Escola e Família* (p. 31-80). Centro de Psicopedagogia da Universidade de Coimbra.

Lombroso, C. [1885-1909]. (2007). *O Homem Delinquente*. Trad. Sebastião José Roque. Ícone.

Pithers, W. D. (1990). Relapse prevention with sexual aggressors: A method for maintaining therapeutic gain and enhancing external supervision. In W. L. Marshall, D. R. Laws, & H. E. Barbaree (Eds.), *Handbook of sexual assault: Issues, theories, and treatment of the offender* (pp. 343–361). Plenum Press.

Quintaneiro, T., Barbosa, MLO., Oliveira, MG. (1995). *Um toque de clássicos: Durkheim, Marx e Weber*. Editora UFMG.

Ramos, A. (2011). Adaptação do Questionário Como Eu Penso. [Dissertação] Instituto Superior de Ciências da Saúde-Norte (ISCS-N).

Schmitt, C. (2006). *Teologia Política*. Editora del Rey.

Segal KR, Van Loan M, Fitzgerald, PI, Hodgdon, JA, Van Itallie, TB. (1988). Lean body mass estimation by bioelectrical impedance analysis: a four-site cross-validation study. *Am J Clin Nutr*. 47(1):7-14.

Sykes, G. M., & Matza, D. (1957). Techniques of neutralization: A theory of delinquency [Versão digital]. *American Sociological Review*, 22(6), 664-670.

Vasconcellos, S. J. L. & Gauer, G. J. C. A abordagem evolucionista do transtorno de personalidade anti-social. *Rev. psiquiatr. Rio Gd. Sul [online]*. 2004, vol.26, n.1, pp. 78-85.

Veloso, A. (2013). Validação do How I Think - Questionnaire para a população adulta portuguesa. [Dissertação] Instituto Superior de Ciências da Saúde Egaz Moniz.

CAPÍTULO 5- IMPACTO DA QUALIDADE NA SATISFAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES¹

 Bruno A.P. Dala²

Resumo. Este artigo tem como objetivo analisar o impacto da qualidade do serviço na satisfação e fidelização dos clientes do serviço Zap/Fibra em Luanda. A abordagem da pesquisa foi quantitativa e exploratório-descritiva, com uma amostra de 100 participantes. Para coleta de dados, foi utilizado um questionário com 30 questões, baseado na Escala SERVPERF de Cronin e Taylor (1991), no Modelo de Oliver (1997) e Costa (2014), que foi adaptado de acordo com a nossa realidade. Os dados foram processados nos softwares SPSS v.26 e RStudio v.4.2.2. “Os principais resultados mostraram que existem correlações significativas entre a qualidade do serviço, a satisfação e lealdade do cliente, mostrando que os fatores de qualidade que mais impactam a satisfação são “confiabilidade”, segurança”, empatia, enquanto os fatores de qualidade que mais influenciam a lealdade são a segurança, confiabilidade e satisfação. Em relação às variáveis sociodemográficas, não há diferenças entre qualidade, satisfação e lealdade quanto ao sexo, variando quanto ao tempo de uso do serviço, grau de escolaridade e idade. A pesquisa concluiu que a maioria dos clientes reconhecem a qualidade da Zap /Fibra, sentem-se satisfeitos com o serviço e demonstram alta tendência de recomendação ao serviço, porém não negligenciam a possibilidade de comprar ou experimentar o serviço da concorrência, apresentando baixo índice de comunicação com o público externo que resulta em baixa empatia e baixa percepção dos interesses dos clientes.

Palavras-chave: Qualidade, Satisfação, Lealdade.

Impact of quality on customer satisfaction and loyalty

Abstract. This article aims to analyze the impact of service quality on the satisfaction and loyalty of Zap/Fibra service customers in Luanda. The research approach was quantitative and exploratory-descriptive, with a sample of 100 participants. For data collection, a questionnaire with 30 questions was used, based on the SERVPERF Scale by Cronin and Taylor (1991), in the Model by Oliver (1997) and Costa (2014), which was adapted according to our reality. Data were processed using SPSS v.26 and RStudio v.4.2.2 software. The main results showed that there are significant correlations between service quality and customer satisfaction and loyalty, showing that the quality factors that most impact satisfaction are "reliability", security", empathy, while the quality factors that most influence loyalty are safety, reliability and satisfaction. Regarding sociodemographic variables, there are no differences between quality, satisfaction and loyalty in terms of gender, varying in terms of time using the service, level of education and age. The research concluded that the majority of customers recognize the quality of Zap / Fibra, feel satisfied with the service and demonstrate a high tendency to recommend the service, but do not neglect the possibility of buying or trying the service of the competition, presenting a low level of communication with the external public that results in low empathy and low perception of the customers' interests.

Keywords: Quality, Satisfaction, Loyalty.

¹DOI: 10.5281/zenodo.8172552

²Licenciado em Psicologia Social. Mestre em Marketing e Publicidade, Luanda-Angola.
Email: bruno.apolinario.pintobruno.apolinario.pinto@gmail.com

A qualidade do serviço é um processo intangível que envolve no mínimo um vendedor e um cliente que acrescenta valor a esse serviço e tem como objetivo principal satisfazer e fidelizar o cliente (Nobrega, 1997; Paulo & Martins, 2013; Bernardo, 2009; Kotler e Armstrong, 2015).

A concepção de qualidade ocorreu em quatro eras: da inspeção, do controlo estatístico da qualidade, da garantia da qualidade e do gerenciamento estratégico da qualidade.

Apesar da qualidade ser um processo complexo, realizado ao longo da história do homem, propriamente aquele que praticava o artesanato, teve a sua expansão nos EUA com o surgimento da Teoria de Taylor, numa época de guerra. Todavia, a qualidade como conhecemos hoje teve o seu apogeu com os Japoneses, a "busca da qualidade Total" (Frota, 2008).

O Marketing se foca na qualidade percebida pelo cliente, acredita-se que o mais importa é a qualidade vista na óptica do cliente. Assim, a qualidade pode variar de acordo com a percepção de cada cliente ou grupo. Quanto à qualidade do serviço prestado, deve estar entre o mínimo exigido e o serviço desejado pelo cliente, se exceder o serviço desejado pelo cliente melhor será para a organização. Se o serviço ofertado não atingir a expectativa do sujeito é um risco para a empresa.

Quando as características do produto estão de acordo com as características solicitadas pelo cliente surge a satisfação que é o sentimento positivo do cliente em relação à oferta, isto é, resultado ou resposta de prazer com base nas características ou comparações de um serviço com as expectativas e experiências vividas. A satisfação desperta um compromisso por parte do cliente em manter o relacionamento com a marca ou com a empresa de forma contínua que é chamado de fidelidade. A qualidade de um serviço ou produto só pode ser alcançada com o bom planeamento de marketing que leva em conta o comportamento do consumidor, pois, quando assim é feito, cria productos de qualidade, clientes satisfeitos e fidelizados.

Ter clientes fiéis é bastante lucrativo para qualquer empresa, pois clientes fiéis tendem a comprar mais na empresa do que novos clientes. Todavia, a fidelização por ser mais importante numa empresa também se torna mais difícil de alcançá-lo, ou seja, é mais fácil conseguir clientes novos. Para compreender melhor o assunto, elaborou-se este trabalho com o objectivo de estabelecer uma relação entre qualidade do serviço, satisfação e fidelização demonstrada pelos clientes dos serviços da Zap/fibra.

A nossa pesquisa incide sobre a empresa Zap/fibra que actualmente tem o melhor serviço de internet (1.000.000 de usuários) é tida como a empresa com um atendimento diferenciado, porém não está isenta de críticas quanto à morosidade em apresentar soluções para os problemas demonstrados pelos seus clientes. Sendo assim, nos propusemos a analisar o impacto que a qualidade do serviço na satisfação e fidelização dos clientes do serviço da Zap/Fibra em Luanda.

Principais percursos da qualidade

Os principais percursos do estudo sobre a qualidade foram: Walter Shewhart, Edwards Deming, Joseph Juran, Armand Feigenbaum, Philip Crosby, Kaoru Ishikawa, Genichi Taguchi e David Garvin (Silva & Machado, 2011; Anzanello, 2011).

Walter A. Shewhart, engenheiro americano, doutor em física, os seus principais contributos na qualidade, basearam-se no "ambiente empresarial", contribuições que fez com que obtivesse o título de pai da qualidade.

Outro precursor da qualidade foi William Edwards Deming, que nasceu nos Estados Unidos da América em 1900, graduado em engenharia elétrica, mestre e doutorado em física e Matemática. Foi enviado para o Japão pelo governo dos EUA em 1951. "Considerado o pai do controle da qualidade no Japão". William Edwards Deming defendia que a "qualidade e a produtividade aumentavam à medida que a variabilidade diminuía". Utilizou a estatística para medir e controlar estas variabilidades. Suas contribuições fizeram com que o Japão fosse reconhecido como um país que fabrica "productos de alta qualidade" (Silva & Machado, 2011; Anzanello, 2011).

Joseph M. Juran foi um Romeno, nascido em 1904, formado em Engenharia e Direito. Foi para os Estados Unidos em 1912. Segundo Juran (1966), as empresas devem procurar padronizar as actividades de acordo com o plano pré-estabelecido, procurando antecipar falhas e surpresas não agradáveis. Juran no seu livro intitulado "Quality control handbook", (Manual de controle da qualidade) defende que a gestão objectiva "alcança um melhor desempenho" e, por isso, as organizações devem fazer um planeamento de qualidade. Enfatiza ainda a formação do pessoal e o acompanhamento de todas as fases de concepção do producto. Juran acreditava que o processo de planeamento da qualidade ocorre em três etapas: "planeamento, controle e melhoria".

Temos ainda Philip B. Crosby, que de acordo com Silva e Machado (2011) e Anzanello (2011), nasceu em 1962, formou-se em engenharia e, em 1957, publica o "programa zero defeito". Defende que "qualidade não é passível de comparações e não existe nem alta nem baixa qualidade". Para ele, um producto pode ter um bom desenho, ser aparentemente bom, mas não ir de acordo com as expectativas do cliente.

Enquanto isso, Armand Feigenbaum, foi o primeiro autor a estudar sistematicamente a qualidade, por isso considerado o pai do controlo pela Qualidade Total. Feigenbaum defende no seu livro "Total Quality Control" que a Qualidade deve preocupar todos os colaboradores e estar presente em todos os processos da organização.

Já no Japão, Genichi Taguchi, nascido em 1924, formou-se em engenharia e estatística. Estudo a qualidade no ponto de vista social, acreditava que "a qualidade de um producto corresponde ao mínimo de perda que o producto confere à sociedade". Ainda no Japão, Kaoru Ishikawa, químico de formação, iniciou o movimento CQWC – Company Wide Quality Control (Controle Total da Qualidade para Toda Empresa) e elaborou alguns instrumentos de controlo da qualidade, nomeadamente: os histogramas, folhas de controlo, diagramas de causa efeito, etc (Silva & Machado, 2011; Anzanello, 2011).

Actualmente, o pesquisador mais proeminente na questão de qualidade é David A. Garvin, por trazer em seu livro "Managing Quality" (Gerenciando a Qualidade) contribuições significativas para o desenvolvimento e consolidação da dimensão estratégica da qualidade.

Teorias

Neste tópico, falaremos sobre três principais teorias sobre a qualidade. A primeira teoria é a Teoria da Qualidade Percebida de Grönroos. Ela é comportamental e baseia os seus estudos no modo como o cliente percebe um serviço disponibilizado. Nesta teoria, o

que importa é a qualidade na óptica do cliente, pois a qualidade pode variar de acordo com a percepção de cada cliente.

Grönroos sugere uma teoria que se foca não apenas no producto ou serviço em si, mas no cliente, na forma como ele percebe este producto ou serviço. Para este autor, a "qualidade percebida" é o resultado entre qualidade suposta e a qualidade "desfrutada", sendo este conceito de qualidade funcional e não estática (Grönroos, 2006; Grönroos, 1984).

Esta teoria defende que a qualidade esperada, ou seja, as expectativas do consumidor são alimentadas por diversos factores como: a quantidade de vendas, os desejos e necessidades do consumidor, as campanhas de marketing, o boca-boca positivo e a imagem da organização (Faria, 2017). Ela procura analisar e responder as seguintes questões: 1ª (How?) Como um determinado serviço prestado é "percebido" pelo cliente? 2ª (What?) O que ou quais variáveis afectam estes serviços prestados?

A seguir temos a escala SERVQUAL que é um instrumento de medição da qualidade percebida pelo cliente do serviço prestado e foi desenvolvida pelos pesquisadores americanos Parasuraman, Zeithami e Berry no ano de 1988. Também é denominado como Modelo de 5 Gaps ou

lacunas. Segundo este modelo, o cliente julga um determinado serviço ou producto, com base em cinco dimensões da qualidade que são: 1-Confiabilidade; 2-Presteza; 3-Segurança; 4-Empatia; 5- Aspectos Tangíveis.

A GAP1 está na expectativa real do consumidor e na concepção que a gerência tem dessa expectativa; A Gap2 diz respeito à dificuldade que há entre a tradução da expectativa do cliente em normas e as orientações por parte da gerência; A Gap3 é a lacuna que existe entre as normas e especificações e o serviço prestado; a Gap4 encontra-se entre o serviço prestado e a comunicação fornecida e, por último, e, mais importante, é a Gap5 é a lacuna que há entre o serviço prestado e o recebido (Faria, 2017).

Uma das críticas dirigida para este modelo é pelo facto de exigir a medição de "dois momentos na recolha de dados", tornando-o mais demoroso e "dispendioso" e, ainda, por avaliar a qualidade de acordo com a escala de "valores" podendo gerar problemas no que respeita à "fiabilidade e validade" (Faria, 2017; Oliveira, 2021).

Procurando melhorar o modelo SERVQUAL, Cronin e Taylor, em 1992, desenvolveram um modelo denominado SERVPERF, mais simples e mais objectivo que a SERVQUAL. O modelo SERVPERF é baseado exclusivamente na valorização das percepções do cliente em relação ao serviço excluindo às expectativas.

Segundo Junior (2010), o modelo SERVPERF relacionam "qualidade e satisfação" com tendências de compras, pois a qualidade faz surgir a satisfação no cliente e, por conseguinte, a satisfação influencia as "intenções de compras". Comparando com a SERVQUAL uma das vantagens da escala SERVPERF é que ela leva menos tempo para ser administrado, devido a quantidade de questões que dela fazem parte, e, também a interpretação e análise são mais fáceis de serem feitas.

O modelo SERVPERF contém 22 indicadores apresentados sobre uma escala de Likert e nela é medida a variação de cada valor médio, variando do índice 1 "discordo totalmente" até 5 "concordo totalmente" (Faria, 2017). Ela tem também cinco dimensões (tangíveis, confiabilidade, presteza, segurança e empatia). A escala SERVPERF também foi passível de críticas, uma delas surge a partir do conceito de expectativa que chega a ser ambígua. Outra crítica é que ela não mede a qualidade do serviço dentro da

organização, medindo apenas a partir do ponto de vista do cliente (Faria, 2017).

Satisfação e fidelização

A satisfação é definida como uma sensação, sentimento, resultado ou resposta de prazer, desapontamento ou desilusão de acordo com o desempenho, características ou comparação de um produto ou serviço com as expectativas e experiências vividas pelo cliente. Enquanto isso, o seu oposto é a insatisfação. A insatisfação é manifestada em três modos: 1-Arrependimento, 2-pesar, 3-desgosto (Couto & Couto, 2014; Souza, 2014; Oliveira, 2021).

Para medir a satisfação, a empresa deve, em primeiro lugar, buscar informações sobre o cliente, suas necessidades e desejos. Assim sendo, é importante fazer as seguintes questões: o que querem? O que buscam? E o que esperam? E, em seguida, a empresa deve supervisionar se as "características do produto" vão de acordo com as solicitadas pelo cliente. Absorver o máximo de informação possível do cliente para ver onde está a lacuna e se a expectativa sofreu alteração é muito importante (Souza, 2014).

A escala de Oliver é uma escala que mede a satisfação, fundamentado na escala tipo de Likert, uma escala que envolve 5 (cinco) alternativas tais como: discordo totalmente, discordo parcialmente, indiferente, concordo parcialmente e concordo totalmente (Couto & Couto, 2014). A escala de Oliver foi elaborada, a princípio, para as concessionárias de automóveis, mas a mesma pode ser adaptada para o estudo de compra de diversos produtos ou prestações de diversos serviços. Para medir também a satisfação dos clientes, as empresas podem recorrer às pesquisas de satisfação, trabalhar com grupos e incluir grupos de consulta na sua lista estratégica.

Fidelização

A palavra Lealdade vem do inglês "*loyalty*", definida como o compromisso, disposição do cliente em manter as compras ou o relacionamento com a marca, loja ou fornecedor de forma consistente, regular ou contínua (Oliveira, 2021; Souza, 2014).

A fidelização de clientes é a capacidade que a empresa tem de reter os clientes, mantendo um relacionamento duradouro, fazendo com que esses comprem continuamente na empresa. Ou seja, podemos ser clientes e não sermos fiéis, pois consumidores fiéis são defensores da marca e indicam-na aos terceiros. Somente clientes muito satisfeitos apresentam alto índice de recompra e propensão à boca-a-boca positivo da empresa.

Segundo Oliver (1999), a formação da lealdade dá-se em quatro fases: cognitiva, afectiva, conativa e de acção (Citado por Souza, 2014). Assim, para medir a lealdade de um cliente, os estudos devem basear-se em aspectos atitudinais e comportamentais do cliente. Nessa ordem de ideias, Kotler e Keller (2006), acrescentam que "a lealdade não pode ser avaliada pela repetição da compra, mas pela atitude do consumidor em relação ao produto, serviço ou à empresa que os oferece" (Citado por Souza, 2014).

Um das questões frequentes ao medir a lealdade de um cliente é a disposição de recomendar o serviço: "Você recomendaria este produto ou serviço a um amigo?". Mas essa recomendação por parte do cliente só é possível se ele for bem atendido e se as outras áreas contribuírem para a boa experiência de compra.

Tabela 1: Estudos sobre qualidade, satisfação e fidelização.

<i>Autor-País</i>	<i>Tema</i>	<i>Objectivo</i>	<i>Conclusão</i>
Souza (2014) Brasil	A relação entre a satisfação e a lealdade do cliente nos serviços da assistência técnica de uma concessionária de automóveis	Analisar relação entre a satisfação e a lealdade dos clientes	Um atendimento que corresponda à satisfação do cliente implica em uma identificação da lealdade do cliente. Por outro lado, a lealdade ajuda na escolha dos serviços e na percepção da satisfação, independentemente do tipo de cliente.
Freitas (2015) Portugal	A qualidade de serviço na satisfação e fidelização de clientes: o caso de uma microempresa	Avaliar o impacto da qualidade de serviço para a satisfação dos clientes, e os seus contributos para a sua fidelização.	A satisfação dos clientes não é o único fidelizador dos clientes naquele sector, onde a empresa se insere e que a empresa de acordo com o modelo SERVQUAL não apresenta um serviço plenamente satisfatório, porém manifesta um nível elevado de fidelização dos clientes.
Faria (2017) Portugal	Qualidade no Atendimento ao Cliente: Impacto na Satisfação	Analisar em que medida a qualidade do atendimento afeta a satisfação.	Para melhorar o atendimento e, por conseguinte, a satisfação, a TAP deve procurar gerir melhor as reclamações e cumprir o horário de embarque e decolagem.
Matacano e Flores (2019) Angola	Modelos para avaliar a qualidade dos serviços. Uso do modelo SERVQUAL no operador Unitel, Huambo	Analisar a qualidade dos serviços da operadora de telefonia Unitel na província Huambo.	A empresa de telefonia móvel celular UNITEL, tem uma avaliação "positiva" dos seus serviços por parte dos seus clientes e executivos, mas para que essa qualidade afecta significativamente a satisfação dos clientes deve existir "manutenção da liderança" e "reforço no posicionamento".

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Métodos

O presente estudo utilizou a pesquisa quantitativa que segundo Prodanov e Freitas (2013), consideram que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números, opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Quanto aos objectivos, a presente pesquisa é exploratória e descritiva, que de acordo com Prodanov e Freitas (2013) ressaltam que “as pesquisas descritivas são, juntamente com as pesquisas exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a actuação prática” como é o caso.

Para a recolha de dados, elaboramos um inquérito de questionário com perguntas fechadas e de múltipla escolha que foi convertido em formato digital (*Microsoft Forms*) e distribuído por meio de um *link* via *internet*. O questionário foi aplicado para a obtenção de dados relacionados à qualidade do serviço, satisfação e fidelização, bem como as variáveis sociodemográficas.

Os dados, uma vez recolhidos, foram codificados e, posteriormente, transformados em tabelas e gráficos, o que permitiu a uma análise quantitativa através

dos programas IBM SPSS Statistic (*Statistical Package for Social Sciences* - Pacote Estatístico para as Ciências Sociais) versão 26 para realizar as correlações, Software RStudio v.4.2.2 para apresentação exploratória em forma de gráficos resumidos e a plataforma *Microsoft Forms*, para a elaboração do formulário digital.

Resultados e discussão Caracterização da amostra

A nossa amostra foi composta por 100 indivíduos, teve variáveis sociodemográficas, idade, o género, o nível de escolaridade e o tempo de uso de internet.

Quadro 1: Distribuição da amostra pelas Variáveis sociodemográficas.

Variáveis sociodemográficas	Frequência	Porcentagem
Género	Masculino	55
	Feminino	45
Total		100
Idade	18-20 Anos	29
	21-30 Anos	17
	31-40 Anos	44
	41-55 Anos	10
	+55 Anos	0
Total		100
Nível de escolaridade	Primário	2
	Secundário	32
	Licenciatura	56
	Mestrado	10
	Doutoramento	0
Total		100
Tempo de uso do serviço	0 mês a 3 Mês	9
	3 meses a 6 Meses	2
	6 meses a 1 Ano	15
	Acima de 1 Ano	74
Total		100

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Como se pode verificar na Tabela 5, os inquiridos foram maioritariamente do género masculino correspondendo a 55% do total, sendo que, o género feminino contou com 45% de respondentes. A maior parte dos respondentes, isto é, 44%, estão na faixa dos 31 a 40 anos de idade, seguido por 29% que estão na faixa etária de 18 a 20 anos de idade, 17% na faixa etária dos 21 a 30 anos e, somente, 10% dos inquiridos têm a idade entre 41 a 55 anos de idade.

Quanto ao grau de ensino, verifica-se que a maioria parte dos respondentes, isto é, 56% possuem a licenciatura e 32% o ensino médio ou secundário. De acordo ao tempo de utilização do serviço de internet, 74% utilizam o serviço há mais de um ano, 15% há seis meses. Vê-se que pelo seu nível académico e tempo de uso dos serviços, a amostra consegue perceber as questões a que foram submetidos.

Resultados

Tabela 2: Resultado do Alfa de Cronbach.

Estatísticas de confiabilidade

Dimensões	Alfa de Cronbach	N de itens
Qualidade	0,900	13
Satisfação	0,782	8
Fidelização	0,678	4
Escala (Total)	,918	25

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O Alfa de Cronbach de medir consistência ou coerência de uma determinada escala, serve para medir o quão confiável é uma escala, “testes psicométricos” diante de um conjunto de “respondentes” (Sousa, 2017). De acordo com a Tabela 6, o Alfa de Cronbach foi de 0,9 para os 25 itens, decidiu-se também analisar cada dimensão da escala sendo 0,9 para qualidade (13 itens), 0,8 para satisfação (8 itens) e 0,7 para fidelização (4 itens), sendo assim, a escala passou no teste e mostrou ter consistência.

Factores que influenciam a qualidade, a satisfação e a fidelização

Quadro 2: Teste de KMO e Bartlett.

Teste de KMO e Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,886
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	1726,308
	gl	300
	Sig.	,000

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Segundo Matos e Rodrigues (2019), a análise factorial (AF) é utilizada para investigar os padrões ou relações latentes para um número grande de variáveis e determinar se a informação pode ser resumida a um conjunto menor de factores. O Quadro 2, mostra o valor de KMO (Kaiser- Meyer- Olkin), que mede a adequação da amostra da pesquisa, sendo este igual a 0,88. É um bom valor de p-value do teste de esfericidade de Bartlett, que mede as correlações entre os itens, é inferior a 0,05. Com estes valores, pode-se dizer que há correlação entre os itens, portanto, podemos continuar com a análise factorial exploratória.

Variância total explicada

Quadro 3: Variância total explicada.

Componente	Autovalores iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somadas de rotação de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	0,883	43,531	43,531	10,883	43,531	43,531	,881	27,523	27,523
2	,475	9,901	53,432	2,475	9,901	53,432	,841	15,365	42,888
3	,388	5,552	58,984	1,388	5,552	58,984	,759	11,038	53,926
4	,283	5,133	64,117	1,283	5,133	64,117	,733	6,931	60,857
5	,038	4,153	68,270	1,038	4,153	68,270	,578	6,312	67,169
6	,002	4,009	72,279	1,002	4,009	72,279	,278	5,110	72,279
7	808	3,232	75,511						
8	655	2,620	78,131						
9	625	2,500	80,631						
10	587	2,346	82,978						

Método de Extração: análise de Componente Principal.

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Para determinar o número de fatores possíveis a reter, recorreu-se ao critério de Kaiser, onde é suposto assumir que factores com *Eigenvalues* valores superiores a 1, são os que explicam melhor o construtor. De acordo com a Tabela 9, os itens da escala traduzida, podem ser agrupados em 6 dimensões, entretanto, estes 6 factores explicam cerca de 72,2 % da variabilidade dos dados.

Quadro 4: Matriz dos 6 componentes principais.

Matriz de componente rotativa^a

	Componentes					
	1	2	3	4	5	6
1) Os aparelhos da zap são visualmente atractivos?					,660	
2) Os aparelhos da zap fibra parecem resistentes e duradouros?					,835	
3) Quando há um problema, a zap/fibra mostra interesse sincero em solucionar?		,667				
4) A zap/fibra realiza o serviço no tempo prometido?		,778				
5) A zap/fibra esforça-se para não prestar um serviço com erros?			,568			
6) A zap/fibra informa-lhe, oportunamente, sobre os serviços prestados?		,658			,437	
7) A zap/fibra mostra-se sempre disposta a ajudá-lo?		,544	,529			
8) Os funcionários da zap/fibra transmitem-te segurança?			,805			
9) Você se sente seguro ao pagar um serviço da zap/fibra?	,455	,532				
10) A zap/fibra dá-lhe uma atenção especial?			,610			
11) A zap/fibra está preocupada com os seus interesses?				,670		
12) A zap/fibra tem atendido da melhor forma possível?		,601	,480			
13) Os funcionários da zap/fibra estão sempre disponíveis para atendê-lo?		,635	,471			
14) Este serviço de internet é melhor que já tive.	,770					
15) O serviço de internet da Zap/fibra era o que eu necessitava.	,776					
17) Estou satisfeito com a decisão de ter adquirido o serviço da zap/fibra.	,777					

19) Minha escolha de ter adquirido o serviço de internet da zap/fibra foi a mais acertada.	,831					
20) Se eu pudesse, compraria em outra empresa os serviço de internet.	,673					
21) Eu realmente gostei desse serviço de internet.	,887					
24) Ter comprado o serviço de internet da zap/fibra foi uma ótima escolha.	,765					
25) Estou seguro por ter feito uma boa escolha, ao ter comprado o serviço de internet da zap/fibra.	,816					
27) A internet da zap/fibra, oferece-me mais benefícios do que outras.	,727					
28) No futuro, pretendo continuar a utilizar os serviços da zap/fibra.	,675					
29) Utilizo, e gostaria de utilizar somente a internet da zap/fibra.				,708		
30) Eu recomendo a internet da zap/fibra.						828

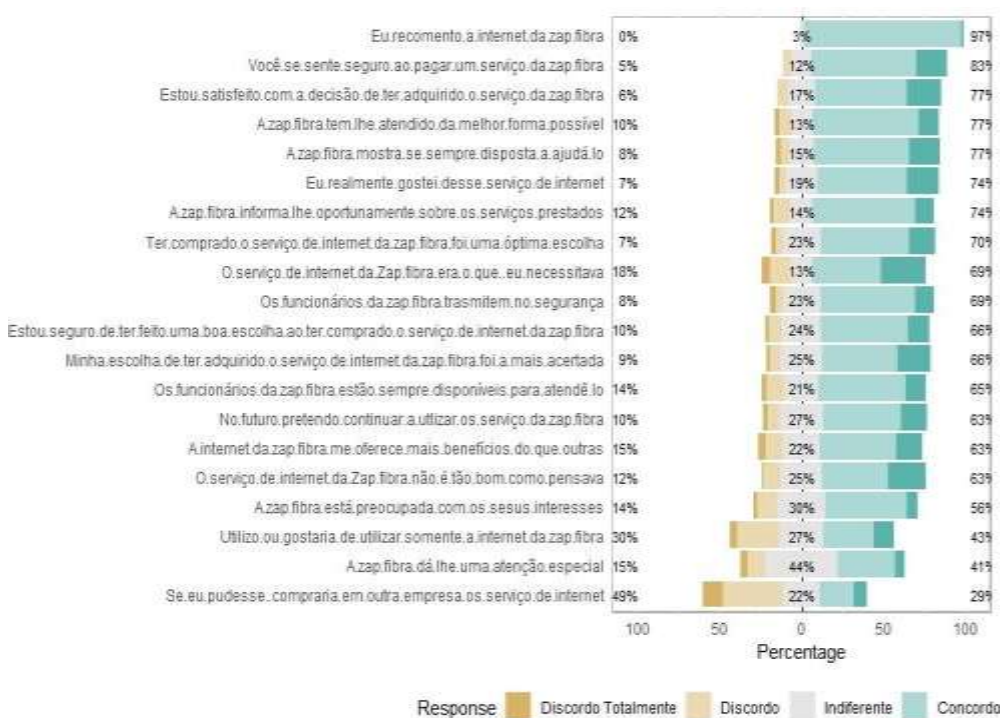
Método de Extração: análise de Componente Principal. Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.
a. Rotação convergida em 10 iterações.

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Depois de observar a variância total explicada, é necessário excluir os itens que pouco ou quase nada contribuem para a escala esperado, no caso das questões 16; 18; 22; 23; 26. Segundo Sousa (2017), esses dados são obtidos quando, a matriz dos coeficientes de correlação entre as variáveis observadas e os factores extraídos apresenta um resultado, onde cada variável tem somente um coeficiente de correlação significativo com algum factor e cada factor tem, pelo menos, uma variável com um coeficiente significativo. Na Tabela 11, temos os itens obtidos e os restantes, com valores abaixo de 0,5 foram eliminados. Depois de excluir os factores abaixo do esperado (questões 16, 18, 22, 23, 26), e, em seguida, nomeou - se as dimensões e agrupou - se cada factor com a dimensão na qual obteve maior valor.

Análise exploratória dos dados

Para extrair os gráficos apresentados abaixo, do nosso questionário, baseado na escala Likert (Discordo totalmente, Discordo, Indiferente, Concordo, Concordo Totalmente), recorreremos ao software RStudio v.4.2.2 que é um programa desenvolvido para executar comando da linguagem de Programação R, linguagem específica para executar gráficos e cálculos estatísticos.

Gráfico 1: Análise exploratória dos dados.

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O gráfico nos mostra que há uma tendência crescente em recomendar os serviços da zap/fibra em 97%, existe um sentimento de segurança quanto ao processo de pagamento dos serviços de 83%, em contrapartida, quase a metade da amostra não concorda que a Zap/Fibra forneça uma atenção diferenciada aos seus clientes, isto é, 41% (concordo e concordo totalmente) e 44% (indiferente), muitos clientes não acreditam que a Zap/Fibra está preocupada com os interesses dos clientes, isto é, 30% (indiferente) 30% (indiferente). Diante disso, também, quase a metade demonstra arrependimento ao uso dos serviços.

Impacto da qualidade, satisfação e fidelização

O teste de correlação de Spearman é um teste não paramétrico (distribuição não normal) que permite verificar a relação linear de duas variáveis categóricas, isto é, como estas variam simultaneamente (Field, 2009). De acordo com a tabela abaixo, onde constam os dados obtidos das correlações entre as diferentes variáveis: qualidade, satisfação e fidelização, notou-se que, em todas as correlações são superiores a 0,01, ou seja, todas as correlações são significativas, sendo a correlação entre a satisfação e a fidelização mais significativas Sig=0,72.

Quadro 5: Teste de Correlação de Spearman.

		Correlações		
		Qualidade	Satisfação	Fidelização
Coeficiente de Spearman	Qualidade	1	,552*	,557**
	Satisfação	,552*	1	,728**
	Fidelização	,557*	,728*	1

** . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Existe correlação não significativa quanto à fiabilidade e a recomendação do serviço, dando a entender que a fidelização dos clientes está mais relacionada com a capacidade de resposta, segurança e empatia, enquanto que relacionando a qualidade com a satisfação, verifica-se que todas as variáveis da qualidade impactam a satisfação.

Diferença de percepção entre qualidade, satisfação e fidelização relativamente às variáveis sócio-demográficas.

Quadro 6:

 Género como variável independente.

Teste U de Mann-Whitney			
	Género	U de Mann-Whitney	P-valor
Qualidade	Masculino	1157,000	,576
	Feminino		
Satisfação	Masculino	1134,000	,471
	Feminino		
Fidelização	Masculino	1025,500	,138
	Feminino		

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O teste não paramétrico de Mann-Whitney mostrou que a satisfação e a fidelização são iguais para ambos os géneros, masculino e feminino, todavia, a hipótese que foi rejeitada é a questão de que afirma que “A internet da zap/fibra oferece mais benefícios do que outras” ser igual para ambos os géneros.

Tabela 7: Idade como variável independente.

Teste H de Kruskal-Wallis				
	Idade	Qui- quadrado	<i>Gl</i>	<i>P-valor</i>
Qualidade	18 a 20 anos	110,149	3	,578
	21 a 30 anos			
	31 a 40 anos			
	41 a 55 anos			
Satisfação	18 a 20 anos	77,592	3	,171
	21 a 30 anos			
	31 a 40 anos			
	41 a 55 anos			
Fidelização	18 a 20 anos	30,210	3	,691
	21 a 30 anos			
	31 a 40 anos			
	41 a 55 anos			

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

De acordo com a tabela 20, existem correlações significativas entre as variáveis: qualidade, satisfação e fidelização e a idade (dos 1). No caso, quando aumenta a idade, aumenta a percepção da qualidade, o nível de satisfação e de fidelização. Contudo, a variável zap/fibra dá-lhe uma atenção especial igual, ou seja, não é influenciada pela idade.

Tabela 08: Nível de escolaridade como variável independente.

Teste H de Kruskal-Wallis				
	Nível de Escolaridade	Qui-quadrado	<i>Gl</i>	<i>P-valor</i>
Qualidade	Primário	88,385	3	,540
	Secundário			
	Licenciatura			
	Mestrado			
Satisfação	Primário	70,499	3	,132
	Secundário			
	Licenciatura			
	Mestrado			
Fidelização	Primário	28,436	3	,051
	Secundário			
	Licenciatura			
	Mestrado			

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Há relação significativa em quase todas as variáveis com o nível acadêmico. Todavia, questões como: a zap/fibra realiza o serviço no tempo prometido? Você se sente seguro ao pagar um serviço da zap/fibra? E "estou seguro de ter feito uma boa escolha ao ter comprado o serviço de internet da zap/fibra" não mostraram correlações significativas.

Tabela 9: Tempo de uso de internet como variável independente.

Teste H de Kruskal-Wallis				
	Tempo de uso de internet	Qui-quadrado	gl	P-valor
Qualidade	0 a 3 meses	68,569	3	,587
	3 meses a 6 meses			
	6 meses a 1 ano			
	+ 1 ano			
Satisfação	0 a 3 meses	109,856	3	,472
	3 meses a 6 meses			
	6 meses a 1 ano			
	+ 1 ano			
Fidelização	0 a 3 meses	53,782	3	,174
	3 meses a 6 meses			
	6 meses a 1 ano			
	+ 1 ano			

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O teste não paramétrico de Kruskal-Wallis para mais de duas amostras independentes, mostrou que a qualidade, a satisfação e a fidelização são iguais para o tempo de uso de internet, ou seja, quanto maior é o tempo de serviço, maior é a percepção da qualidade, mais os clientes ficam satisfeitos e, por conseguinte, maior é a fidelização. Todavia, a afirmação sobre “Utilizo, ou gostaria de utilizar somente a internet da zap/fibra é igual nas categorias de Tempo de uso de Internet” teve uma significância baixa 0,05.

Discussão

A pesquisa nos mostrou que os factores da qualidade que mais impactam a satisfação são: fiabilidade, segurança e empatia. Sendo a segurança o critério mais destacado na nossa amostra. Enquanto que os determinantes da qualidade que influenciam fidelização foram a segurança, fiabilidade e a satisfação, isto é, enfatizando os critérios como: afectividade positiva, atribuição do sucesso, satisfação, avaliação do desempenho da qualidade como verificado por Silero-Silero e Zabalegui (2019).

Com estes dados, podemos enquadrar a qualidade dos serviços da Zap/Fibra em nível do desempenho da resposta que este serviço fornece ao cliente, mas não alcançando a preferência do serviço oferecido ao cliente, isto por causa da concorrência e da ausência de arrependimento por parte do cliente. Caso se tratasse de um producto, o arrependimento levaria a devolução, mas no caso de serviço, a troca e devolução são praticamente impossíveis, como afirma Souza (2014). Neste caso, o arrependimento torna-se um problema para o provedor do serviço e para a marca.

Sendo assim, as dimensões da qualidade mais valorizadas pelos clientes é a segurança e a menos valorizada é a empatia, fazendo com que os clientes se sintam satisfeitos com os serviços da Zap/Fibra, mas, de outro modo, demonstram a possibilidade

de comprarem ou experimentarem o serviço da concorrência, em contrapartida, há uma tendência acima da média em recomendar os serviços. Diante disto, a Zap/Fibra deve trabalhar a empatia, mostrar mais interesse diante das preocupações dos clientes e dos seus anseios. A lealdade nos informa sobre a probabilidade de o cliente trocar ou não de marca. (Santos, 2013).

No presente estudo, não houve correlações significativas entre os aspectos da qualidade e a recomendação do serviço como defende Souza (2014), afirmando que a acção do cliente ou do consumidor é que determina a fidelidade e não a recompra ou a reutilização de um producto ou serviço da empresa. Neste aspecto, um bom plano de comunicação externa e investimento em plataformas de CRM ajudariam muito, pois, iria aperfeiçoar a comunicação com o cliente, tornando-a assertiva e personalizada, fornecendo benefícios não apenas para a empresa como também para os clientes (Zonene,2007; Rodrigues, 2020)

Assim, os clientes mostram-se satisfeitos com alta tendência, e recomendam os serviços, mas com alguma razão para mudar ainda, por causa do medo dos custos de mudanças (Santos, 2013). Neste ambiente, a concorrência que fornece productos de qualidade com um custo mais baixo, demonstra mais interesse ao cliente. Demonstrando empatia aos clientes, a Zap/Fibra poderá reter os clientes.

Verificou - se uma correlação não significativa quanto à fiabilidade e a recomendação do serviço, dando a entender que, a fidelização dos clientes está mais relacionada com a capacidade de resposta, segurança e empatia, aspecto confirmado a partir do estudo de Pereira e Bastos (2009) e de Sousa (2017), pois, segundo os resultados dos estudos desses autores, a satisfação e fidelização estão mais relacionadas com a confiança que a empresa transmite ao cliente.

A idade mostrou uma significância baixa em relação à satisfação $p=0,171$, isto é, quando comparado com a idade e com a qualidade $p=0,578$ e quando comparado com a fidelização $p=0,691$. Principalmente, nas idades compreendidas dos 21 aos 30 anos de idade, jovens, indivíduos que estão constantemente à procura de novas experiências, por isso, acreditam que a Zap/Fibra deve procurar interagir constantemente com o cliente, ouvir o cliente, principalmente, os mais jovens.

Criar cartões de fidelização, ou descontos para clientes que utilizam o serviço durante muito tempo, caso seja possível, personalizar os serviços de acordo com as críticas pode ajudar a empresa a ter bons resultados.

De acordo ao tempo de utilização do serviço de internet, 74% utilizam o serviço há mais de um ano, todavia, pela maior parte dos clientes terem mais de 1 ano de utilização do serviço, as questões sobre satisfação e fidelização foram respondidas como previsto. Quando aumenta a idade, aumenta a percepção da qualidade, o nível de satisfação e de fidelização.

O teste mostrou que a satisfação e a fidelização são iguais para ambos os géneros, masculino e feminino, todavia, a hipótese que foi rejeitada é a questão que afirma que “A internet da zap/fibra oferece mais benefícios do que outras” ser igual para ambos os

gêneros, no caso, os gêneros tiveram opiniões diferentes. Como esperado, a maior parte dos clientes da Zap/Fibra mostraram-se mais satisfeitos do que fiéis igual ao estudo de Faria (2017).

Viu-se ainda, que, quanto maior é o tempo de utilização do serviço, maior é a percepção da qualidade, mais os clientes ficam satisfeitos e, por conseguinte, maior é a fidelização.

Conclusões

A nossa pesquisa nos fez compreender como a qualidade de um serviço de internet impacta a satisfação e a fidelização do cliente, e, que, aspectos chegam a ser mais impactantes na satisfação e na fidelização dos clientes desse mercado. Todos os aspectos da qualidade influenciaram a satisfação, mas não houve influência de alguns aspectos da qualidade como aspectos tangíveis, na fiabilidade, empatia e na fidelização.

Ao analisar as dimensões, verificou-se que alguns itens da qualidade (designer, fiabilidade, empatia) não influenciavam a fidelização. Os dois gêneros, masculino e feminino, percebiam da mesma forma a qualidade, o mesmo ocorria quanto ao tempo de uso do serviço. Portanto, alguns aspectos da fiabilidade e segurança variavam segundo o nível acadêmico dos participantes da pesquisa.

A percepção foi a mesma quanto ao tempo de uso do serviço e quanto à idade, mas enquanto que a fidelização variava segundo o gênero, a satisfação variava segundo o nível de escolaridade.

O instrumento adaptado por nós, no presente estudo, permite e possibilita com que os diferentes profissionais de áreas diversas possam utilizá-lo para avaliar a qualidade dos seus serviços, e verificar que impacto têm na satisfação e na fidelização dos seus clientes, facto que implicará a mudança no seu plano de marketing estratégico, racionalizando o investimento em aspectos mais valorizados pelos clientes com vista a aumentar o leque de clientes no uso do serviço, satisfazê-los e idealizar os seus anseios.

Como vimos, o nosso estudo é pioneiro em analisar como funciona o processo de fidelização, da qualidade e da satisfação envolvida, e como as empresas dos mais variados ramos devem se beneficiar deste conhecimento. Entretanto, é necessário que mais pesquisadores estudem a qualidade e suas interações com a satisfação e a fidelização dos clientes. É necessário que use amostras maiores e significativamente probabilísticas para o efeito.

É importante ter informações sobre a diversificação da população, de acordo com a localidade, tempo de utilização do serviço, nível socioeconómico, zona em que reside, renda mensal, para melhor classificar os tipos de clientes e que variáveis da qualidade, satisfação e fidelização os caracteriza.

Outros aspectos a levar em conta em estudos posteriores, são os tipos de pessoas envolvidas, quer sejam pessoas físicas ou jurídicas.

Referências bibliográficas

Anzanello, C.T. (2011). *Qualidade no Atendimento da Loja Nina Calçados de Toledo* – PR (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual Do Oeste Do Paraná, Campus De Toledo.

https://www.academia.edu/33158895/UNIVERSIDADE_ESTADUAL_DO_OESTE_DO_PARAN%C3%81_CAMPUS_DE_TOLEDO_CRISTIANE_TATIANE_ANZANELLO_QUALIDADE_NO_ATENDIMENTO_DA_LOJA_NINA_CAL%C3%87ADOS_DE_TOLEDO_PR_TOLEDO_2011

71

Bernardo, A.P. (2009). *Percepção da Qualidade de Serviços sob a Ótica do Cliente Interno: Estudo de caso da DCC/SUPLAN*. João Pessoa, Brasil. https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjA68WdzpOAAxUJTDABHUN0Bi8QFnoECAkQAQ&url=https://3A%2F%2Fspace.doctum.edu.br%2Fbitstream%2F123456789%2F1242%2F1%2FTCC%2520APROVADO%2520%25281%2529.pdf&usg=AOvVaw2y_io4ScIKt9F8bgyCimXI&opi=89978449

Couto, F. F. & Couto, P. F. F. (2014). *A Identificação de Fatores de Consumo em Relação às Operadoras de Telefonia Móvel na Cidade de Montes Claros/MG a partir da Aplicação da Pesquisa de Satisfação do Consumidor Segundo a Escala de Satisfação de Oliver*. https://www.researchgate.net/profile/Felipe-Couto3/publication/328410902_A_Identificacao_de_Fatores_de_Consumo_em_Relacao_as_Operadoras_de_Telefonia_Movel_na_Cidade_de_Montes_ClarosMG/links/5bcbb7b1458515f7d9ce30d0/A-Identificacao-de-Fatores-de-Consumo-em-Relacao-as-Operadoras-de-Telefonia-Movel-na-Cidade-de-Montes-Claros-MG.pdf

Faria, J. (2017). *Qualidade no Atendimento ao Cliente: Impacto na Satisfação* (Dissertação de Mestrado). Instituto Politécnico de Lisboa, Lisboa, Portugal.

Field, A. (2009). *Descobrendo a Estatística Usando o SPSS*. (2ªed.). Porto Alegre: Artmed.

Frota, Cláudio Dantas. (2008). *Gestão da Qualidade Aplicada às Empresas Prestadoras do Serviço de Transporte Hidroviário de Passageiros na Amazônia Ocidental: Uma Proposta Prática*. (Tese de Doutorado). UFRJ/COPPE.

Oliveira, C. (1984), "A Service Quality Model and its Marketing Implications", *European Journal of Marketing*, 18(4), pp. 36-44. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>

Grönroos, Christian. (2006). *Um modelo de qualidade de serviço e suas implicações para o marketing*. RAE-Revista de Administração de Empresas, (46)4. <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/37245>

Kotler, P. e Armstrong, G. (2015). *Princípios de marketing*. (ed.15). São Paulo: Pearson. Matos, D.A.S. e Rodrigues, E.C. (2019). *Análise fatorial*. Brasília: Enap.

Nobrega, K.C. (1997). *Gestão da Qualidade em Serviços*. (Tese de Doutorado). Escola Politécnica da Universidade de São Paulo.

Oliveira, P.A.P. (2021). *Qualidade de Serviço, Satisfação e Comportamento do Cliente de Hotéis de Luxo*. (Dissertação de Mestrado). Universidade técnica de Lisboa.

Paulo, E. & Martins, F. (2013). *Qualidade dos serviços: Caso do Setor Bancário Português*. Porto: Vida económica.

Pereira, P.F.P. & Bastos, F.C. (2009). Um estudo sobre a fidelização de clientes a partir de estratégias de marketing de relacionamento no segmento de farmácias e drogarias. *SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*.

Prodanov, C.C. & Freitas, E.C. (2013). *Metodologia do trabalho científico*:

métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. (2ªed.). Novo Hamburgo: Feevale.

Santos, S.C.J.F. (2013). *Decisão de Compra do Automóvel Para a Família: Influência dos Membros do Casal e Impacto das Características Sociodemográficas do Elemento Feminino*. (Dissertação de Mestrado), School of Economics & Management.

Silva, J. P. C. & Machado, F. O. (2011). A Qualidade como estratégia empresarial: um estudo conceitual. *INGEPRO – Inovação, Gestão e Produção*. Outubro de 2011, 03 (10), 1984- 6193. <https://silo.tips/downloadFile/a-qualidade-como-estrategia-empresarial-um-estudo-conceitual-quality-as-corporat>

Sousa, P.C.C. (2017). *Fatores que Influenciam a Satisfação e Fidelização dos Consumidores nas Compras Realizadas online*, (Dissertação de Mestrado), Universidade Fernando Pessoa.

Tani, Z. R. (2018). *Atendimento ao público*. São Paulo: Editora Saraiva.

Zanini, E. (2016). *Melhorando a Qualidade de Atendimento e Prestação de Serviços*. São Paulo: Biblioteca24horas.

CAPÍTULO 6- A IMPORTÂNCIA DA CRIAÇÃO DO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO (CD) PARA A OPTIMIZAÇÃO DOS PROCESSOS LOGÍSTICOS NA CADEIA DE ABASTECIMENTO DA MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE MBANZA KONGO, ZAIRE¹

 Mambueni Diakiese²

Resumo: Este estudo tem como objectivo propor a criação de um Centro de Distribuição para a optimização dos processos da Cadeia de fornecimento da mandioca no Município de Mbanza Kongo. Para tal, recorreu-se à pesquisa exploratória e descritiva, com o enfoque qualitativo e quantitativo. Além disso, utilizou-se o método hipotético – dedutivo e estatístico. Para a recolha de dados, recorreu-se à técnica documental, bibliográfica, questionário, observação não estruturada e participativa. Portanto, os resultados demonstram que a criação do Centro de Distribuição da mandioca na terra do património da Humanidade pode melhorar a agilidade na colheita e na expedição-aviamento, e pode reduzir os custos de distribuição na cadeia de suprimentos e nos seus canais até ao consumidor, agregando valores em cada fase. Em termos de originalidade, é um trabalho novo, e de realçar que poucas pesquisas analisam profundamente a criação de CD da mandioca, portanto, este artigo apresenta a proposta de criação de um CD na cadeia de abastecimento da mandioca, traz consigo plano estratégico de processos logísticos que responda a preocupação da colheita e de transporte do produto, orienta a distribuição de forma eficiente, flexível e dinâmica, capaz de responder rapidamente à demanda do cliente, tornando a cadeia da mandioca rentável.

Palavras-chave: Centro de Distribuição, Processos logísticos, Cadeia de abastecimento.

The importance of creating a distribution center (dc) for optimizing logistical processes in the cassava supply chain in the municipality of mbanza kongo, zaire

Abstract. The objective of this study is to propose the creation of a Distribution Center for the optimization of processes in the cassava supply chain in the Municipality of Mbanza Kongo. To this end, exploratory and descriptive research was used, with a qualitative and quantitative focus. In addition, the hypothetical – deductive and statistical method was used. For data collection, documentary, bibliographical, questionnaire, unstructured and participatory observation techniques were used. Therefore, the results demonstrate that the creation of a Cassava Distribution Center in the World Heritage Land can improve agility in harvesting and shipping, and can reduce distribution costs in the supply chain and its channels up to the consumer, adding value at each stage. In terms of originality, this is a new work, and it should be noted that little research has deeply analyzed the creation of a cassava DC, therefore, this article presents the proposal for the creation of a DC in the cassava supply chain, brings with it a strategic plan of logistical processes that respond to the concern of harvesting and transporting the product, guides the distribution in an efficient, flexible and dynamic way, capable of quickly responding to customer demand, making the cassava chain profitable.

Keywords: Distribution Center, Logistic processes, Supply chain.

¹DOI: [10.5281/zenodo.8187237](https://doi.org/10.5281/zenodo.8187237)

²Mestre em Gestão Comercial pela Universidade Gregório Semedo - Angola

Introdução

Desde o tempo colonial até aos nossos dias, Angola continua sendo considerada terra agrícola e fértil para a produção de café, massambala, algodão, arroz, massango, banana e mandioca com predominância na região norte, onde o seu cultivo casa-se perfeitamente com o clima tropical húmido e com ajudada bacia do Congo.

De acordo com o Relatório do Instituto de Desenvolvimento Agrário (IDA, 2019), actualmente, a produção anual de Angola está estimada em 11 milhões de toneladas, volume que posiciona o país em terceira posição no continente africano, depois da Nigéria e dos Camarões, e no Top 15 dos maiores produtores a nível mundial. Igualmente, o Programa Nacional de Desenvolvimento (PND, 2018-2022), coloca a agricultura como um dos principais motores do crescimento económico do país, o Governo prevê atingir 25 milhões de toneladas nos próximos cinco anos, com a introdução de novas culturas de mandioca.

Assim, desde os tempos remotos, a mandioca constitui um dos alimentos básicos do povo com mais receitas de culinárias na terra de Mbanza Kongo “Património da Humanidade”, pois, através de seus derivados como: bombó fritomandioca fervida, o funje de bombó e a farinha musseque. Ela é cultivada em todas as zonas agro-ecológicas da região, desde as regiões de Kalambata, Kalua, Kiende, Luvu e Madimba.

Apesar da sua potencialidade agrícola, a sua produção permanece baixa em relação ao potencial ecológico, humano e demográfico. Portanto, a cultura da mandioca no município em destaque é destinada, fundamentalmente para auto-alimentação e abastecimento dos mercados informais. Por falta de um Centro de Distribuição (CD) e de retenção da mandioca no Município de Mbanza Kongo. Assim sendo, a região enfrenta alguns problemas tais como:

- A Inexistência das actividades destinadas para acrescentar o valor da cadeia de mandioca. A cadeia abrange apenas a produção e o consumo, a distribuição não é considerada como actividade que poderia definir o tempo de entrega dos produtos;
- Problemas logísticos de conservação da colheita e meios inapropriados de escoamento da produção desde o campo, por consequência. Há custos elevados na cadeia de fornecimento.

Nesta conformidade, foram levantadas duas perguntas, a primeira funciona como ponto de partida e a segunda como complementar. Relativamente a primeira questão, questionou-se, de seguinte modo: De que forma a criação de um Centro de Distribuição poderá contribuir para a optimização dos processos da Cadeia de fornecimento da mandioca no Município de Mbanza Kongo? Quanto à segunda, procurou-se saber até que ponto a criação de um CD pode contribuir para a optimização dos processos da cadeia de fornecimento da mandioca no Município de Mbanza-Kongo.

O objectivo deste artigo é de propor a criação de um Centro de Distribuição para a optimização dos processos da Cadeia de fornecimento da mandioca no Município de Mbanza Kongo e, o mesmo delimitou-se em colectar as informações e a diagnosticar os Canais de comercialização da Mandioca e suas implicações na cadeia de produção, com a finalidade de desenhar um Modelo de distribuição da mandioca através da criação de um Centro de Distribuição (CD) da mandioca.

Centro de distribuição

Com o surgimento de vários produtos no mercado de consumo, uma das vantagens

competitivas para disponibilizar os produtos desejados e ao *just-in-time*, é operar através de Centros de Distribuição (Santos, 2006).

Para Meireles (2015), os CDs são grandes superfícies preparadas para receber variadíssimos produtos de produtores (fornecedores) e, posteriormente, efectuar a distribuição física. Na óptica de Rodrigues e Pizzolato (2013), o CD é um armazém de uma região que recebe as cargas consolidadas provenientes de fornecedores e depois essas cargas são divididas correctamente em pequenas quantidades de acordo a solicitação de consumidor e enviadas nos diferentes pontos a serem comercializados. O Centro de Distribuição (CD) é o elemento central da cadeia de abastecimento de um produto.

A finalidade do CD é de responder às necessidades dos clientes que se encontram numa situação geográfica bem determinada e disponibilizar estoques suficientes para que não haja ruptura na cadeia de abastecimento (Lacerda, 2000; Calazans, 2001). Através dessa finalidade, hoje em dia, os CDs tornaram-se numa peça incontornável na cadeia de abastecimento.

Meireles (2015) e Santos (2006), apresentam os factores que fazem com que os produtores levem os produtos aos CDs e os consumidores aderem a esses serviços, nomeadamente: a redução do tempo das entregas dos produtos ao cliente (*lead time*), o desempenho nas entregas, a localização geográfica, a melhoria no nível de serviço, o aumento do *market share* e a boa gestão de espaço físico, nas lojas. Os CDs desempenham as seguintes actividades são:

- **Recebimento:** sendo a primeira actividade no CD, é processo de depósito e verificação de produtos, e, posteriormente, serão registados, armazenados ou expedidos (Rodrigues & Pizzolato, 2013);
- **Movimentação:** essa actividade encarrega-se de transportar os produtos até onde será armazenado (Meireles, 2015);
- **Armazenagem:** é o processo de colocação dos produtos no local de protecção ou de guarda, esperando a sua saída (Meireles, 2015);
- **Seleção de Pedidos:** é a actividade de atender as necessidades do consumidor de acordo com as quantidades solicitadas (Meireles, 2015);
- **Expedição:** é a última etapa realizada dentro de um CD, trata-se, de verificação e conferência dos itens solicitados e o seu envio aos seus destinatários (Bortolli *et al*, 2018).

A Revista Ademe (2004), afirma que a instalação de um CD cria um intermediário adicional na cadeia que conecta o remetente ao destinatário, o seu funcionamento envolve custos. Segundo os Autores Meireles (2015) e Santos (2006), os custos de manutenção e inventário são aqueles que afectam muitos os CDs. Na mesma perspectiva, Silva (2014), reforça dizendo que os custos de distribuição rondam os 12% a 40% dos custos totais duma empresa.

De acordo com Steenkamp e Ter Hofstede (2002), os custos de distribuição são pilares muito importantes nas decisões e orientações. Se os locais de consumo pretendidos estiverem amplamente dispersos, os custos de distribuição podem ser elevados. No entanto, (Krauth *et al*, 2005), afirmam que o custo de distribuição, nomeadamente: custos de transporte, armazenamento, custos de estoque e custos de embalagem associados, têm tido um papel importante nos últimos anos no preço de venda dos productos. A redução destes custos, também denominados "custos logísticos", é uma das alavancas de competitividade que assegura a sobrevivência das empresas num mercado caracterizado por uma concorrência acirrada em termos de custos e também perante clientes cada vez mais exigentes em suas necessidades.

Figura nº1: Centro de Distribuição (visão geral).



Fonte: Meireles (2015, p.24)

Cadeia de abastecimento

Segundo Souza *et al.* (2006), a Cadeia de abastecimento ou de suprimento é o conjunto de todos operadores intervenientes nomeadamente: fornecedores, produtores, distribuidores e retalhistas que estão interligados para oferecer ao mercado de consumo de diferentes produtos e suas informações necessárias. A cadeia de suprimento na visão de Barbosa *et al.* (2013), é a execução das actividades empresariais que têm por missão oferecer produtos que satisfaçam as necessidades do consumidor.

A empresa, face às exigências do mercado tão competitivo, o autor Bertaglia (2020) leva-nos a compreender que a essência da cadeia de abastecimento é de colocar o cliente no centro de suas acções, reduzindo significativamente o tempo na entrega dos produtos e às necessidades do mercado (*time to market*).

A gestão de uma cadeia de abastecimento baseia-se em planear a movimentação dos produtos de modo a assegurar que as demandas de cada armazém ou CD sejam atendidas em quantidades suficientes e desejadas. Para Bertaglia (2020), a vantagem competitiva das organizações passa pelo entendimento da cadeia de abastecimento, para satisfazer as necessidades dos clientes.

Processos logísticos

Os processos logísticos são definidos de diversos aspectos e pelos diferentes autores. Para Moura (2006), o processo logístico tem o seu início quando uma pessoa necessita de um produto ou serviço que uma empresa pretende disponibilizar, para depois ser comercializado e, finalmente, culmina apenas quando o produto ou serviço atinge o consumidor. Para Rosa (2014), o processo logístico é o conjunto de todos os integrantes e de todas as etapas que compõem a logística de um produto de uma organização. A logística torna-se uma ferramenta incontornável de agregar valores para as empresas através de uso dos processos logísticos (Ballou, 2006). Actualmente, a perspectiva das empresas é o uso intensivo da tecnologia com objectivo de automatizar os processos logísticos no intuito de criar valor (Ferreira *et al.*, 2016).

Os processos logísticos são resumidos em dois grupos: o da Distribuição Física e o da Administração de Materiais. Administração de materiais é o conjunto de todas as etapas que envolvem a movimentação e de armazenagem de materiais com objectivo de assegurar os produtos colocados em armazéns, para que possam ser vendidos e dar lucro à empresa. E, a Distribuição física compõe todas as tarefas que visam disponibilizar os

produtos aos clientes a partir do armazém ou instalações da empresa, nos canais de distribuição até chegar ao ponto de entrega.

Métodos

No desenrolar do presente ponto, abordou-se, a metodologia utilizada para o alcance das metas preconizadas. O enfoque deste estudo é qualitativo e quantitativo ou misto. Quanto aos objectivos, a nossa investigação, em primeiramente instância, usou-se a investigação exploratória baseando na perspectiva de Cervo e Bervian (2002), a abordagem da temática sobre o CD na área agrícola é pouco falado e não há grandes informações em Angola. Em seguida, é a investigação descritiva, referenciando as teorias de Ghiglione e Matalon (1992), que sustentam que o pesquisador deve descrever as variáveis da pesquisa. A nossa abordagem é justificável para compreender as correlações entre variáveis (CD, Cadeia de abastecimento, Processos logísticos).

Na elaboração desta produção científica, recorremos aos seguintes métodos de investigação hipotéticos: a dedução e o estático. O primeiro foi importante na formulação das hipóteses e chegar à construção de teorias e leis (Andrade, 2017). E, o segundo, destaca os procedimentos estatísticos que permitiram a exploração, a descrição e a inferência dos fenómenos sociais sob forma quantitativa (Tamo, 2012).

As técnicas de recolha de dados permitem ao investigador ir a busca das informações que serão posteriormente tratados. Para o efeito, com o seu auxílio, a Pesquisa documental foi possível consultar relatórios relacionados com actividade agrícola. A pesquisa bibliográfica permitiu-nos a conceptualizar a pesquisa. Igualmente, fez-se recurso à Observação não estruturada durante as visitas no campo (lavras), sem, portanto, elaborar um guia formal (Alvarenga, 2010). Mais além, foi utilizada uma das técnicas mais recorrente e usado para o efeito, o questionário. Para Tuckman (2000), a particularidade deste instrumento é que o Investigado fornece as suas opiniões de forma escrita e na presença ou não do investigador. Quanto à forma, o nosso inquérito por questionário é composto por dez (10) questões fechadas, de escala de *Likert* e cinco (5) de escolha múltipla.

Antes da aplicação efectiva do questionário, realizou-se dois pré-testes do instrumento às 15 pessoas e foi calculado o coeficiente Alfa de Cronbach, para medir a consistência interna de uma escala, ou seja, para avaliar a magnitude em que os itens de um instrumento estão correlacionados (Cortina, 1993).

Tabela nº 1: Resultado do Alfa de Cronbach.

Estatísticas de confiabilidade		
Dimensões	Alfa de Cronbach	N de itens
Centro de distribuição e Processos logísticos	0,977	10

Fonte: Elaboração própria, 2022.

De acordo ao resultado obtido do Alpha de Cronbach (97,7 %), podemos afirmar que a Consistência interna do questionário é excelente. O que significa que os Respondentes eram favoráveis em responder o Questionário e não se verificou dificuldade que poderia pôr em causa a sua aplicação.

Relativamente às hipóteses da pesquisa, identificamos as seguintes variáveis: a) *Variável independente:* Centro de Distribuição (CD); e b) *Variáveis dependentes:*

Processos logísticos (PL) e Cadeia de abastecimentos (CA).

Para ir ao encontro do objectivo proposto para este estudo, procedeu-se à verificação das relações entre as variáveis correspondentes através da formulação das seguintes hipóteses:

- **H0:** A criação de um centro de distribuição (CD) poderá proporcionar a cadeia de fornecimento da mandioca maior agilidade na colheita, expedição/aviamento de produto de forma eficiente e económica;
- **H1:** A criação de um CD poderá não proporcionar a cadeia de fornecimento da mandioca maior agilidade na colheita, expedição/aviamento de produto de forma eficiente e económica;
- **H2:** A Criação de CD pode reduzir os custos de distribuição na cadeia de suprimentos;
- **H3:** A Criação de CD pode não reduzir os custos de distribuição na cadeia de suprimentos.

Para verificar as hipóteses da pesquisa, foram utilizadas as seguintes técnicas estatísticas: Teste de normalidade; Frequência absoluta (n), relativa (%), média e Desvio padrão; Teste de *Spearman* Análise factorial (Teste de KMO e Bartlett).

O caso em análise, Mbanza Kongo, é um dos municípios da capital da Província do Zaire. Designado historicamente como "São Salvador do Kongo", capital do antigo e poderoso Reino do Kongo, em 2017, o seu centro histórico foi declarado, como Património da Humanidade pela UNESCO (Unesco, 2017). Actualmente, Mbanza Kongo é um Centro comercial indispensável da província e não só do país também, devido ao ponto fronteiriço do Luvu, das terras agrícolas e pelo seu clima tropical húmido (Bortolami, 2016).

Figura n°2: Monumento histórico Kulumbimbi / Mbanza Kongo.



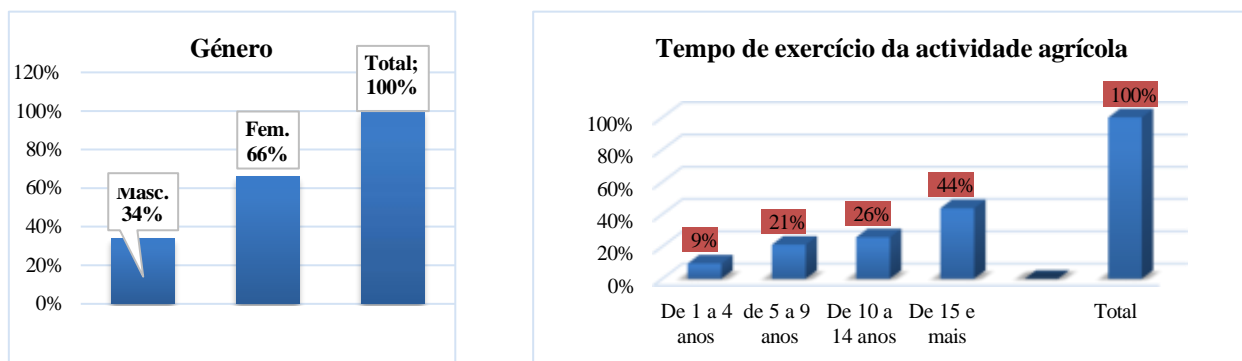
Resultados

Nesta secção, fez-se referência à apresentação dos dados recolhidos a partir do inquérito, prosseguiu-se o lançamento de dados no Aplicativo *Microsoft Office Excel*® 2019 e *Software IBM SPSS*® 28, onde foram extraídos os gráficos e quadros. Em seguida, o tratamento da informação, usando o recurso à estatística descritiva estatística (frequências absolutas, média e desvio padrão), finalmente, fez-se recurso aos testes paramétricos evocados na secção precedente, considerando o nível de confiança de 95% de dados para todos os testes (a significância associada ao teste superior a 0,05) e o tamanho da amostra é de 350 indivíduos.

Apresentação dos dados

A população da presente pesquisa é composta por mais de 2091 e a amostra é a probabilística aleatória, simples e composta de 350 pessoas e está composta pelas seguintes características sócio- demográficas: género e tempo de exercício da actividade agrícola.

Gráfico nº 1 – Género.



Fonte: Elaboração própria, 2022

Observa-se que a predominância do género feminino é de 66 % e a participação do género masculino é de 34 %, perfazendo um total de 100 % da população da nossa amostra. Quanto ao Tempo de exercício da actividade agrícola, percebe-se que os respondentes têm mais de 15 anos de tempo na actividade agrícola.

Tratamento dos dados

Conforme foi referenciado na Metodologia, o tratamento dos dados foi feito através dos modelos estatísticos:

Distribuição da amostra (Tese de Normalidade)

Em estatística usa-se o teste de normalidade com objectivo de determinar se a escala ou amostra é bem modelada por uma distribuição normal ou por uma distribuição não normal (Sousa, 2017). Portanto, para que os dados da amostra tenham uma distribuição normal, o valor do p (p-value) tem de ser maior a 0, 05 ($p > 0,05$). Em contraste, para que se considere que determinada amostra não possui uma distribuição normal dos dados, o valor do p (p-value) tem de ser inferior ou igual a 0,05 ($p \leq 0,05$) (Pedrosa e Gama, 2014).

Tabela nº2: Teste de Normalidade dos dados.

Variável	Sub Variável (Itens)	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estatística	gl	Sig.	Estatística	Gl	Sig.
CD	Objectivo de CD	,425	350	<,001	,596	350	<,001
	Escoamento da mandioca	,403	350	<,001	,658	350	<,001
	Elemento motor	,393	350	<,001	,664	350	<,001
	Custo de distribuição	,417	350	<,001	,628	350	<,001
	Capacidade de respostas	,429	350	<,001	,598	350	<,001

PL	Actividade de produção	,434	350	<,001	,574	350	<,001
	Fornecimento de produtos	,435	350	<,001	,601	350	<,001
	Aproveitamento óptimo	,434	350	<,001	,570	350	<,001
	Utilização da tecnologia	,394	350	<,001	,667	350	<,001
	Garantia de insumos	,410	350	<,001	,582	350	<,001
CA	Percurso	,530	350	<,001	,303	350	<,001
	Meios de transportes	,321	350	<,001	,713	350	<,001
	Destinos da colheita excedente	,283	350	<,001	,792	350	<,001
	Preservação dos produtos	,405	350	<,001	,617	350	<,001
	Dificuldades das actividades	,412	350	<,001	,693	350	<,001

a. Correlação de Significância de Lilliefors

Fonte: Elaboração própria, 2022.

Assim sendo, para o teste de normalidade dos dados levantamos as seguintes hipóteses: *H0: A distribuição da amostra é normal e H1: A distribuição da amostra não é normal.*

Relativamente às significâncias da tabela acima referenciada, nota-se, que o valor de p é menor que 0,05 todos estes itens formam a variável "Centro de distribuição (CD)", tanto os itens de "Processos Logísticos (PL)" e os de "Cadeia de Abastecimento (CA)".

No entanto, percebem-se que a amostra tem uma distribuição não normal, entretanto, doravante, os testes a que serão submetidos serão os testes não paramétricos, o que implica dizer que a hipóteses H1 (alternativa) foi confirmada.

Análise das distribuições das respostas

Depois de ter realizado a verificação da Fiabilidade e viabilidade da amostra, passámos a Análise das distribuições das respostas do questionário através das frequências absolutas, média e desvio-padrão em função da percepção dos inquiridos:

Percepção dos sujeitos inquiridos relativamente ao “Centro de Distribuição”

Tabela n°3: Percepção dos sujeitos inquiridos relativamente ao “Centro de Distribuição”

Perguntas	Discordo Totalmente		Discordo		Não concordo, nem discordo		Concordo		Concordo totalmente		Total	
	Efect	%	Efect	%	Efect	%	Efect	%	Efect	%	Efect	%
1. Centro de Distribuição é um armazém que tem por objectivo realizar a gestão dos produtos na distribuição física, receber cargas para depois serem vendidas.	0	0%	8	2%	16	5%	76	22%	250	71%	350	100%
2. A existência de um Centro de Distribuição poderá facilitar o escoamento da mandioca maior agilidade na colheita, expedição/aviamento do produto de forma eficiente e económica;	0	0%	6	2%	37	11%	74	21%	233	67%	350	100%

3. O Centro de distribuição é o elemento motor no esquema de distribuição e permite armazenar produtos a serem distribuídos nos pontos de vendas	0	0%	9	3%	32	9%	79	23%	230	66%	350	100%
4. A Criação de um Centro de Distribuição poderá reduzir os custos de distribuição na cadeia de abastecimento da mandioca, sobretudo, os custos de armazenamento e transporte.	0	0%	6	2%	27	8%	73	21%	244	70%	350	100%
5. A criação de um Centro de Distribuição poderá conferir aos agricultores capacidade de resposta para poderem atender às necessidades de clientes no tempo certo e na hora certa.	0	0%	11	3%	27	8%	60	17%	252	72%	350	100%

Fonte: Elaboração própria, 2022.

A tabela acima fez o resumo da Percepção dos sujeitos inqueridos relativamente ao “Centro de Distribuição”, apresentando as cinco perguntas e suas respectivas respostas.

Percepção dos sujeitos inqueridos relativamente aos “Processos logísticos”

Tabela nº 4: Percepção dos sujeitos inqueridos relativamente aos “Processos logísticos”

Perguntas	Discordo Totalmente		Discordo		Não concordo, nem discordo		Concordo		Concordo totalmente		Total	
	Efect	%	Efect	%	Efect	%	Efect	%	Efect	%	Efect	%
6. Todas as actividades executadas de forma contínua que permitem a produção da mandioca do campo até a entrega aos clientes são importantes.	3	1%	0	0%	24	7%	67	19%	256	73%	350	100%
7. As actividades devem ser executadas de forma interligada para se evitar quaisquer atrasos no fornecimento do produto aos clientes.	1	0%	0	0%	31	9%	66	19%	252	72%	350	100%
8. As actividades devem ser muito bem organizadas para se evitar desperdícios de tempo, de produtos e de custos.	3	1%	1	0%	22	6%	67	19%	257	73%	350	100%
9. O uso da tecnologia poderá ajudar a melhorar as actividades de produção, colheita e distribuição da mandioca e pode deixar os clientes satisfeitos	1	0%	12	3%	42	12%	65	19%	230	66%	350	100%

10. A Falta de sementes e utensílios de trabalho pode dificultar a execução das actividades de produção, colheita e distribuição da mandioca	12	3%	8	2%	23	7%	58	17%	248	71%	349	100%
--	----	----	---	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	------

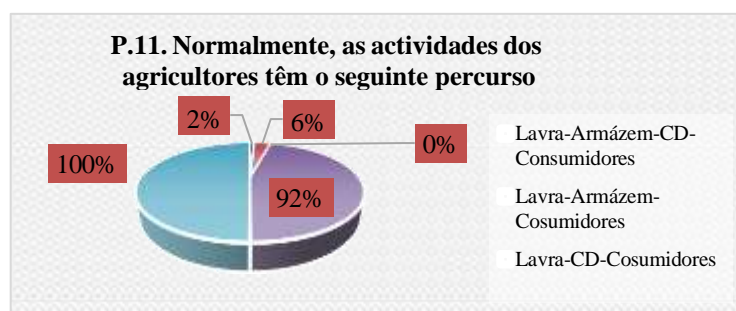
Fonte: Elaboração própria, 2022.

A tabela acima fez o resumo da Percepção dos sujeitos inqueridos relativamente aos “Processos logísticos”, apresentando as cinco perguntas e suas respectivas respostas.

Percepção dos sujeitos inqueridos relativamente a “Cadeia de abastecimento da mandioca”.

A terceira secção destaca cinco (5) perguntas de Escolha múltipla e respostas que foram apresentadas através de gráficos:

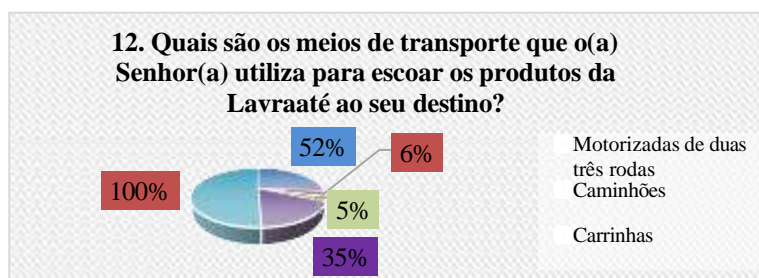
Gráfico nº3: Normalmente, as actividades dos agricultores têm o seguinte percurso



Fonte: Elaboração própria, 2022.

Relativamente a pergunta colocada, observa-se que, 92% concordam que, o percurso habitualmente após colheita, é da Lavra directamente ao Consumidores, sem usando outro canal de distribuição.

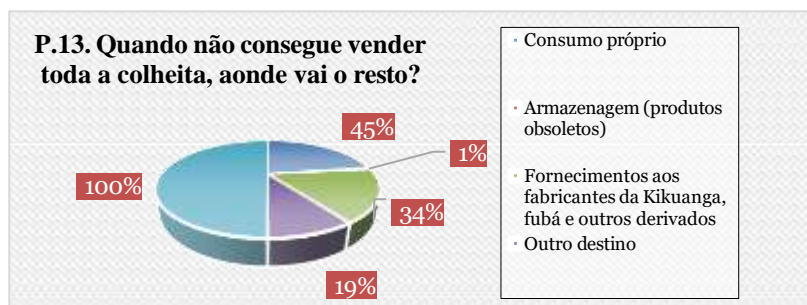
Gráfico nº 4: Quais são os meios de transportes que o(a) Senhor(a) utiliza para escoar os produtos da lavra até ao destino?



Fonte: Elaboração própria, 2022.

Quanto aos meios de transporte, que os agricultores têm utilizado para escoar os produtos da lavra até ao seu destino, notámos que, 52 % dos sujeitos inqueridos têm usado Motorizadas de 2 ou 3 rodas para escoar os produtos.

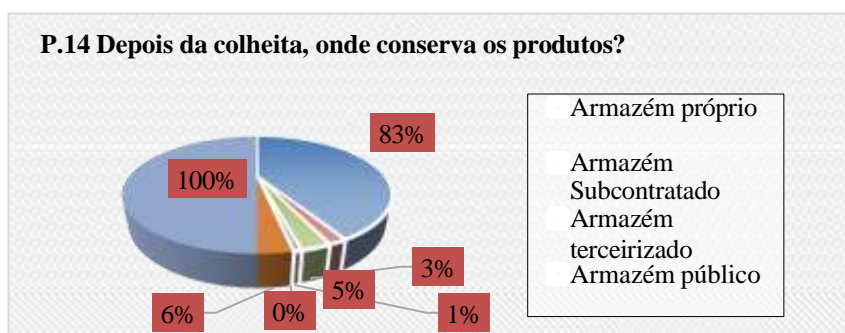
Gráfico nº5: Quando não consegue vender toda a colheita aonde vai o resto?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Na pergunta 13, tivemos as seguintes reacções: 45 % pensam que uma parte da colheita serve para o consumo próprio e, portanto, 39% dos sujeitos inqueridos afirmam que uma parte da colheita da mandioca é processada para obter os derivados Kikuanga e fubá com objectivo de ser comercializado.

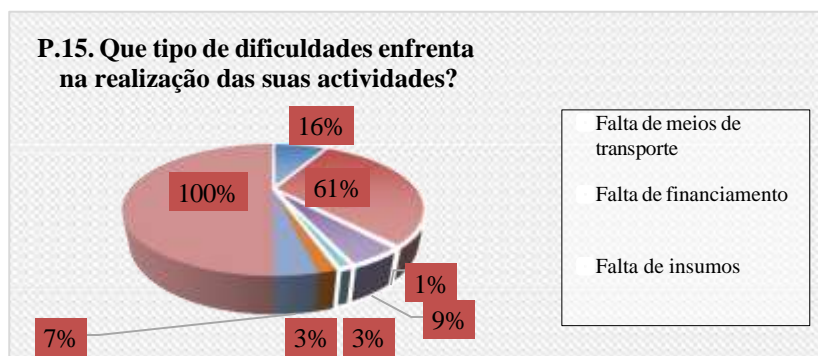
Gráfico nº6: Depois da colheita, onde conserva os produtos



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Nesta pergunta, percebe-se que, os agricultores (83%) têm conservado os seus produtos nos armazéns próprios. É de realçar que, em nível municipal, não existe armazém apropriado para conservar os produtos agrícolas.

Gráfico nº7: Que tipo de dificuldades enfrenta na realização das suas actividades?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Esta questão veio demonstrar claramente que, os agricultores enfrentam inúmeras dificuldades na realização das suas actividades. No entanto, 61% relatam que a falta de financiamento é a principal dificuldade.

Teste de correlação de Spearman

O teste de correlação de Spearman é um teste não paramétrico (distribuição não normal) que permite verificar a relação linear de duas variáveis categóricas, isto é, como estas variam simultaneamente (Field, 2009). Para Cohen (1992), classifica os resultados de cálculos da correlação de Spearman de seguinte modo: $r = 0,10$ -> correlação fraca; $r = 0,30$ -> correlação moderada e $r = 0,50$ -> correlação forte. Assim sendo, abaixo apresentamos a tabela das correlações entre as médias de três (3) variáveis que fazem parte do nosso estudo.

Tabela nº5: Correlações

		Correlações			
		cdm	plm	cam	
Tese de Spearman	CD	Coeficiente de Correlação	1,000	,581**	,081
		Sig. (2 extremidades)	.	<,001	,128
		N	350	350	350
	PL	Coeficiente de Correlação	,581**	1,000	,140**
		Sig. (2 extremidades)	<,001	.	,009
		N	350	350	350
	CA	Coeficiente de Correlação	,081	,140**	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,128	,009	.
		N	350	350	350

** . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Relativamente a tabela acima, foi feita uma correlação entre as médias das variáveis da pesquisa, nomeadamente: "centro de distribuição", "processos logísticos" e "cadeia de abastecimento". Desta feita, os resultados da correlação demonstram claramente que existe uma correlação significativa entre as variáveis de estudo. Antes de passar a sua interpretação, importa realçar que para este teste temos as seguintes hipóteses:

H0: $r = 0$ (significa que não existe correlação entre as variáveis CD e PL, CA)

H1: $r \neq 0$ (existe correlação significativa entre as variáveis CD e PL, CA)

Análise factorial

Para mensurar a influência das variáveis da pesquisa, foi necessário perceber a noção da Análise factorial, que é um método estatístico que tem por objectivo de explicar as correlações que existem entre as variáveis (Matos e Rodrigues, 2019). Quanto à nossa pesquisa, foi utilizado o Teste de KMO e Bartlett.

Tabela nº5: Teste de KMO e Bartlett.

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		0,767
Aprox. Qui-quadrado		847,789
Teste de esfericidade de Bartlett	Gl	105

A tabela acima mostra o valor de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) é igual a 0,767 com valor de *p-value* do teste de esfericidade de Bartlett inferior a 0,05. De acordo com Souza (2017), percebe-se que quanto mais próximo forem os valores de 1 melhor será a adequação, entretanto, quanto menos próximo forem os valores de 1 menor será a adequação de dados. Assim sendo, o resultado obtido é médio, no entanto, podemos dizer que há correlação entre os itens ou variáveis deste estudo.

Discussão

A discussão de resultados deste trabalho foi feita em função da análise descritiva mencionada na secção anterior. Sendo um estudo exploratório e descritivo, aplicou-se um questionário a 350 pessoas intervenientes directas nas actividades agrícolas no município de Mbanza Kongo e, as suas opiniões foram analisadas minuciosamente nas seguintes perguntas:

Pergunta 1: Centro de Distribuição é um armazém que tem por objectivo realizar a gestão de produtos na distribuição física, receber cargas para depois serem vendidas.

Observou-se que, 326 dos sujeitos equivalentes a 93%, concordam plenamente com objectivo imprescindível de CD na distribuição física dos produtos e receber cargas para depois serem vendidas. Notámos que, as respostas apresentadas, tendem aproximar as de Lacerda (2000) e Meireles (2015), que afirmam que, o Centro de Distribuição (CD) é o elemento central da cadeia de abastecimento.

Pergunta 2: A existência de um Centro de Distribuição poderá facilitar a colheita e o escoamento da mandioca de forma eficiente e eficaz.

Nesta pergunta, 307 dos inqueridos (88%) afirmaram que a existência facilitaria a colheita e o escoamento da mandioca desde campo ao consumidor.

Pergunta 3: O Centro de distribuição é o elemento motor no esquema de distribuição e que permite armazenar os produtos a serem distribuídos nos pontos de vendas.

Verificámos que, 89 % da amostra concordam de que o CD é um motor eficaz de canais de distribuição para que não haja ruptura de produtos nos pontos de vendas.

Pergunta 4: A Criação de um Centro de Distribuição poderá reduzir os custos de distribuição na cadeia de abastecimento da mandioca, sobretudo, os custos de armazenamento e transporte.

Falando da redução de custos de distribuição que é a essência desta pergunta, percebe-se que, 91% dos agricultores enfrentam dificuldades para escoar a colheita dos produtos da lavra ao consumidor e tem havido desperdícios de produtos no momento da transportação. Este facto, levou o autor a apoiar à ideia de Santos (2006), que defende que, a implementação de CD na cadeia de abastecimento, resolverá a questão de

transporte e dará respostas a escoamentos de produtos de diferentes pontos de produção.

Pergunta 5: A criação de um Centro de Distribuição poderá conferir aos agricultores capacidade de resposta para poderem atender às necessidades de clientes no tempo certo e na hora certa.

Notou-se que, 312 sujeitos (ou seja 89%) concordam que, a criação de CD vai incentivar os agricultores a apostar na actividade e por consequência, o mercado de consumo será atendido.

Pergunta 6: Todas as actividades devem ser executadas de forma contínua que permite a produção da mandioca do campo até a entrega aos clientes são importantes.

Quanto à questão das actividades agrícolas, notou-se que, 92% responderam ao nosso inquérito terem domínio a respeito das actividades agrícolas, isto significa que, elas já estão no sector agrícola há bastante tempo, e nas suas intervenções afirmam que todas as actividades devem ser executadas de forma contínua para permitirem a produção da mandioca do campo até a entrega aos clientes. Segundo Costa *et al* (2018), o processo é a combinação das actividades executadas por capital humano e equipamentos que agregam valor na sua saída e, por sua vez, Santos (2015), o processo é a execução das acções numa sequência lógica e resultante de um efeito. Nesta perceptiva, entendemos que as actividades da cultura da mandioca, como são processos, obviamente, devem ser executadas de forma interligadas para se evitar quais quer atrasos no fornecimento do produto aos clientes.

Pergunta 7: As actividades devem ser executadas de forma interligadas para se evitar quaisquer atrasos no fornecimento do produto aos clientes.

Quanto a pergunta 7, no total de 318 dos sujeitos, 91% realçaram que a execução das actividades agrícolas deve assegurar o fornecimento dos produtos aos clientes.

Pergunta 8: As actividades devem ser muito bem organizadas para se evitar desperdícios de tempo, de produto e de custos.

Observou-se que, 93 % (n=324) da amostra acertaram que o êxito das actividades agrícolas é de evitar que os produtos chegam fora do tempo combinado e com custos elevados, que não tenham boa qualidade.

Pergunta 9: O uso da tecnologia poderá ajudar a melhorar as actividades de produção, colheita e distribuição da mandioca e pode deixar os clientes satisfeitos.

Na questão de uso da tecnologia nas actividades de produção, colheita e distribuição da mandioca, 84% dos agricultores são conscientes da sua importância, hoje dia, em qualquer área, conforme ilustra Costa *et al* (2018), a utilização da tecnologia faz com que os processos organizacionais se tornem cada vez mais optimizados, reduzindo o volume de trabalho e o tempo de produção de “produto ou serviço” por intermédio da tecnologia de ponta, de acordo com (Ballou, 1993). Com isso, percebemos que os agricultores querem utilizar as novas ferramentas para aumentar as suas produções e melhorar a qualidade de produtos.

Pergunta 10: A Falta de sementes e utensílios de trabalho pode dificultar a execução das actividades de produção, colheita e distribuição da mandioca.

Em relação a pergunta 10, percebe-se que, 88 % dos sujeitos da amostra confirmaram que, a falta de sementes e utensílios reduzem o desenvolvimento da actividade agrícola no município.

Pergunta 11: Normalmente, as actividades dos agricultores têm o seguinte percurso.

De acordo com as respostas da pergunta acima, 92% dos agricultores afirmam que o percurso habitualmente que segue a produção da mandioca, é da lavra para os Consumidores, sem usar outro canal de distribuição. Nesta conformidade, a cadeia de abastecimento da mandioca não é eficaz.

Pergunta 12: Quais são os meios de transportes que o(a) Senhor(a) utiliza para escoar os produtos da lavra ao seu destino?

Quanto aos meios de transportes, que os agricultores têm utilizado para escoar os produtos da lavra ao seu destino, notámos que, 52 % dos sujeitos inqueridos têm usado Motorizadas de 2 ou 3 rodas para o efeito.

Pergunta 13: Quando não consegue vender toda a colheita aonde vai o resto?

Na pergunta 13, tivemos as seguintes reacções: 45 % dos respondentes pensam que há uma parte da colheita que serve para o consumo e, portanto, 39% dos sujeitos inqueridos afirmam que uma parte da colheita da mandioca é processada para obter os derivados mais importantes que são: Kikuanga e fubá com objectivo de ser comercializado.

De acordo com as respostas dos inqueridos a esta pergunta, constatou-se que, o carácter predominante da cadeia de valor da mandioca no município de Mbanza Kongo é familiar e artesanal. Uma boa parte dos sujeitos inqueridos faz a cultura da mandioca essencialmente para o auto-consumo e uma quantidade reduzida é afectada ao processamento do derivado “Kikuanga” para atender a demanda do centro da Cidade e mercado do Luvu. É evidente que, o processamento de derivados e os canais de comercialização, ainda não contribuem para tornar rentável a cadeia da mandioca, porque ainda são assuntos de mulheres, elas trabalham de forma artesanal e não profissional. Segundo Bertaglia (2020), a vantagem competitiva das organizações passa pelo entendimento da cadeia de abastecimento para satisfazer às necessidades dos clientes.

Souza e Silva (2006) reforçam que a cadeia de abastecimento é o conjunto de fornecedores, produtores, distribuidores e retalhistas que estão interligados para oferecer ao mercado de consumo diferentes produtos.

Pergunta 14: Depois da colheita, onde conserva os produtos?

Nesta pergunta, percebe-se que, 83% dos agricultores têm conservado os seus produtos nos armazéns próprios. É de realçar que, em nível municipal não existe armazém

apropriado para conservar os produtos agrícolas.



Pergunta 15: Que tipo de dificuldades enfrenta na realização das suas actividades?

Esta questão veio demonstrar claramente que, os agricultores enfrentam inúmeras dificuldades na realização das suas actividades. No entanto, 61 % relataram que a falta de financiamento é a principal dificuldade.

Por falta de investimento considerável, a mandioca é cultivada em pequenas parcelas (tipicamente 0,5 ha). Após colheita, a produção é levada directamente ao mercado de consumo, fruto dessa constatação, deduzimos que, os produtores da mandioca não possuem factores de trabalho (equipamentos) nem capital humano suficientemente para alavancar a actividade agrícola. Notámos outro sim, situações de fragilidade, sobretudo, para os produtores que se deparam com a volatilidade dos preços e o risco de vendas fracas nos mercados. A cadeia de valor emprega fortemente mulheres. As mulheres representam aproximadamente 70%, quase 100% dos processadores e 90% dos comerciantes. As actividades ligadas à mandioca também ocupam cada vez mais jovens nos finais da semana e nas pausas pedagógicas.

Conclusões

Este estudo tinha como objectivo propor a criação de um Centro de Distribuição para a optimização dos processos da Cadeia de fornecimento da mandioca no Município de Mbanza Kongo, província do Zaire, para atender as necessidades do povo.

As hipóteses formuladas foram respondidas de retumbantes e eficientes. A presente pesquisa aplicou-se o inquérito de questionário a 350 pessoas, intervenientes na actividade agrícola, no município de Mbanza Kongo, e, fruto desta pesquisa, obtivemos os seguintes resultados:

- A hipótese Nula (H0) foi confirmada, conforme a análise descritiva do inquérito, Tabela nº2, Pergunta 2, com 88% de forma cumulativa, todos os inqueridos estão de acordo;
- A hipótese 1 (H1) não foi confirmada, de acordo com o Resultado da Tabela nº2, Pergunta 2, com 12% de forma cumulativa, ou seja, não concordaram;
- A hipótese 2 (H2), com o Resultado da Tabela nº2, Pergunta 4, com 91% de forma cumulativa concordaram, dados da análise descritiva, vieram confirmar esta hipótese;
- A hipótese 3 (H3), tendo em conta os dados da Tabela nº2, Pergunta 4, com 9 % de forma cumulativa não estava de acordo. Logo, a referida hipótese não foi confirmada.

O teste de Teste de KMO e Barlett (Tabela nº5) da análise factorial confirma que existe uma correlação entre variáveis da pesquisa (CD, PL e CA). Por sua vez, o Teste de Spearman demonstra que existe uma forte correlação (58,1%, Tabela nº4) entre o CD e os PL, deste feito, confirma as hipóteses (H0 e H2) e rejeitam (H1 e H3).

A partir dos resultados obtidos, percebe-se que a criação de um Centro de Distribuição na cadeia de abastecimento da mandioca, as actividades agrícolas serão mais organizadas, haverá uso da tecnologia, redução de custos da colheita, de transporte e de distribuição, vai melhorar a agilidade na colheita, expedição/aviamento do produto de

forma eficiente e económica. Diante do exposto, pode-se realçar que este artigo constitui uma viragem introdutória tendo em conta a importância do tema em estudo. Sugere-se para as futuras pesquisas, fazer um aprofundamento de estudos de viabilidade económico-financeiro de Centros de Distribuição da mandioca no país, e de salientar que este se limitou apenas nos aspectos logísticos.

Proposta de Criação de Centro De Distribuição (CD)

O presente modelo faz a descrição de diversas características do empreendimento, tanto a sua localização, estrutura física do Imóvel, assim como os processos envolvidos e a oferta dos serviços.

Localização

A localização estratégica para a implementação de CD estará na Comuna Sede, no bairro Kunga Panza a 4 minutos do Centro da Cidade de Mbanza Kongo. Baseando no **Método Multi-Factores**, referenciado por Carvalho et al (2020), sustentámos a escolha deste local por essas razões: Aproximação dos pólos da produção, pode facilmente, atender os produtores da mandioca na Sede e nas comunas (Luvu, Kalambata, Madimba, Kalucka e N'kiende) pelo modal rodoviário e Garantia de escoamento de grandes volumes de cargas nos diferentes destinos: Mercado do Luvu, Municípios do Soyo e Nzeto, Província de Luanda, etc, por intermédio da Via Internacional e, possivelmente, também poderá ser feito por intermédio do Aeroporto de Mbanza Kongo, que está ainda em construção.

Figura nº 3: Situação geográfica do Município de Mbanza Kongo



Fonte: Google Maps (2022).

Suportes científicos e jurídicos

Em relação ao Investimento e gestão, vai-se realizar a partir de uma Parceria Público e Privado (PPP), parece-nos o mais realista tendo em conta a situação real do sector agrícola no Município em estudo. Considera-se a tipologia AGRO-PPPs de desenvolvimento de cadeias de valor (VCD) seria a solução sustentável da cultura da mandioca naquela localidade. No ponto de vista jurídico, o Projecto é sustentado mediante esses elementos: Lei angolana sobre Parcerias Público-Privadas (PPPs) do dia 14 de Maio de 2019 e Lei dos Contratos Públicos em Angola (Lei n.º 41/20, *Lei dos Contratos Públicos*).

Estrutura física do imóvel

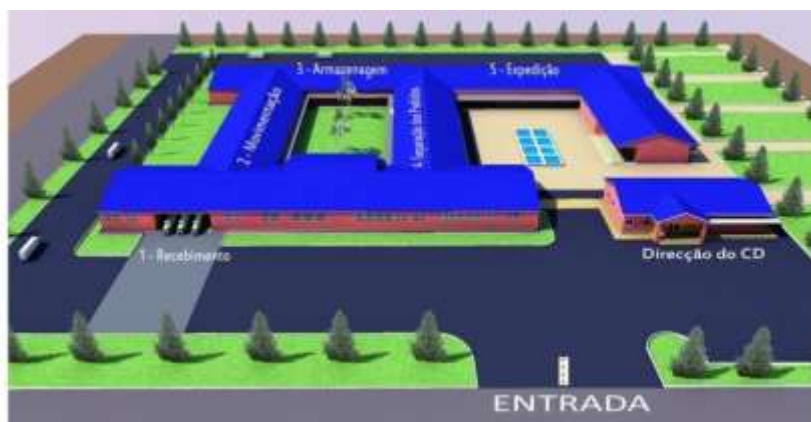
As características da Estrutura física do imóvel devem responder ao atendimento do cliente, a logística de abastecimento, a distribuição, e o espaço para o armazenamento de estoques, garantir a acessibilidade do pessoal e dos equipamentos (Júnior e Ignácio, 2015 e Bortolli *et al*, 2018).

Terreno

Conforme ilustra a figura abaixo, topograficamente, o Terreno apresenta-se mais ou menos plano, com a forma rectangular, com as dimensões de 400,00ml de frente e 555,00ml de fundo, totalizando uma área aproximativa de 222.000m².

Programa

Figura nº 4: Estrutura física do CD



Fonte: Arquitecto Nginamau Dominique (2022).

Na proposta apresentada do programa executivo, temos 4 zonas numa Área de Construção total de **4.333m²**, repartida em 4 zonas e composta por: 1. Zona de Recebimento; 2. Zona de Endereçamento (Movimentação); 3. Zona de Armazenamento; 4. Separação de Pedidos e 5. Zona de Expedição.

Proposta de serviços

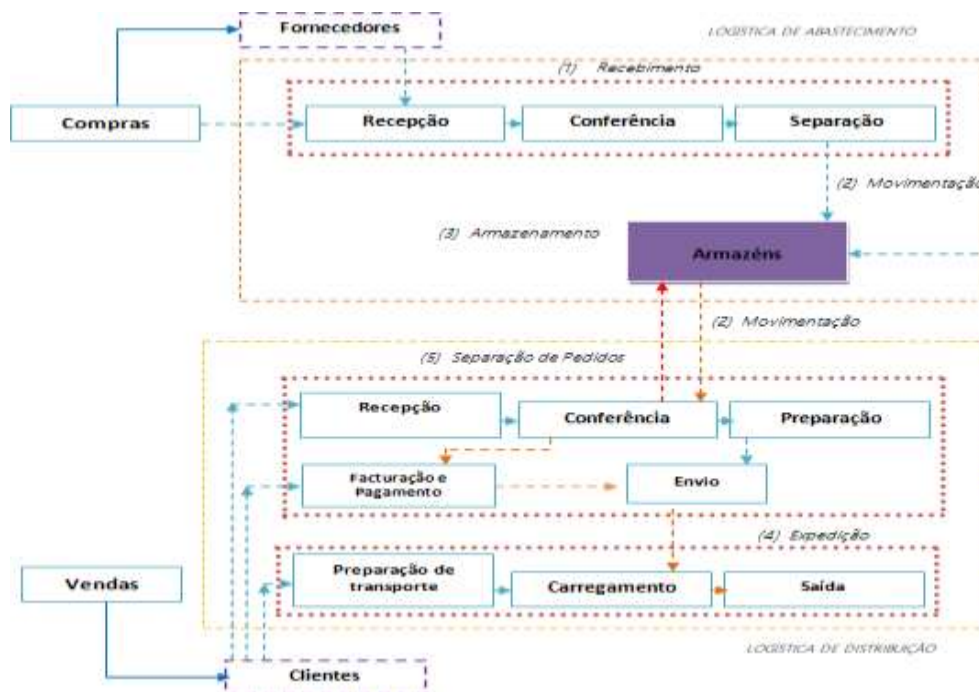
O futuro CD poderá prestar os seguintes serviços: Compra de mandioca, Assistência técnica, Venda de sementes certificada e Venda de mandioca e sub-produtos.

Processo logístico do futuro CD

De acordo com as exigências do mercado, propusemos a este efeito, um modelo funcional do futuro CD baseando no processo logístico que vai satisfazer as necessidades de todos. O mesmo está desdobrado em duas áreas que são: a da **Logística de**

abastecimento, integrada com os sub-processos de Compras (nas lavras e/ou nas instalações de CD), Recebimento, Movimentação e Armazenagem ou e a última, a da **Logística de distribuição**, onde será articulada os sub-processos de Separação dos pedidos, da Expedição e do Serviço de transporte, a atender as necessidades de clientes, garantindo a entrega dos produtos em tempos *Record*, conforme ilustra a figura abaixo:

Figura nº 6: Representação da estrutura organizacional do Processo logístico do futuro CD da Mandioca.



Fonte: Elaboração própria, 2022

Referências bibliográficas

Ademe (2016). *Étude de projet pour un centre de distribution urbaine (CDU) au Centre de Paris*. <https://librairie.ademe.fr/cadic/2168/etude-projet-centre-distribution-urbain-paris-2016->

Alvaranga, E.M. (2010). *Metodologia de Investigação*. A4-Diseños.

Andrade, M. (2017). *Introdução à metodologia do trabalho científico* (10ªed). Atlas.

Ballou, R. H. (2006). *Gerenciamento da cadeia de suprimentos: Logística empresarial* (5ª. Ed). Bookman.

Barbosa, C. et al. (2013). *Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento* (2ªed). Rio de Janeiro.

Bertaglia, P. (2020). *Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento*. Saraiva Educação.

Bortolli, A. et al (2018). *Estudo de Viabilidade Económica para Implantação de um Centro de Armazenamento Compartilhado em Campo Grande – MS, Campo Grande*. <http://repositorio.itl.org.br/jspui/handle/123456789/40>

Calazans, F. (2001). *Centro de Distribuição*. Gazeta Mercantil.

Cervo, A. L. e Bervian, P. A. (2002). *Metodologia científica* (5ªed). Prentice Hall.

DAAMMK - Direcção da Agricultura da Administração Municipal de Mbanza Kongo. (2019). *Relatório Anual das actividades agrícolas*.

Fenili, R. R. (2015). *Gestão de Materiais*, Brasília: ENAP.

Ganga, G. M. D. (2004). *Perfil profissional em logística: Uma visão dos docentes da engenharia de produção (Dissertação de Mestrado)*. Escola engenharia de São Carlos da Universidade São Carlos. https://teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18140/tde-07082017-104044/publico/Dissert_Ganga_GilbertoMD.pdf

Ghiglione, R. e Matalon, B. (1997). *O Inquérito – teoria e prática*. Celta. IDA - Instituto de Desenvolvimento Agrário.

Krauth, E. et al. (2005). *Performance Measurement and Control in Logistics Service Providing*, ICEIS 2005, - Proceedings of the 7th International Conference on Enterprise Information Systems 239-247. https://www.researchgate.net/publication/220709920_Performance_Measurement_and_Control_in_Logistics_Service_Providing

Meireles, E. A. (2015). *Logística*. Cuiabá – MT: UFMT.

Morais, W.J. et al. (2021). O Centro De Distribuição E O Supply Chain Management. *Revista Portuguesa de Gestão Contemporânea*, 2(2), 01-13. <https://www.revistas.editoraenterprising.net/index.php/rpgc/article/download/410/608>

Rodrigues, G. G. e Pizzolato, N. D. (2003). Centros de Distribuição: armazenagem estratégica. *Revista ENEGEP*, (18), 1-8. https://abepro.org.br/biblioteca/enegep2003_tr0112_0473.pdf

Rosa, R.A. (2014). *Gestão logística* (3ªed). Brasília: CAPES. <https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/145402/1/PNAP%20-%20GP%20Gestão%20Logistica.pdf>

Santos, A (2006). *Centros de distribuição como vantagem competitiva*. <https://docplayer.com.br/16192414-Centros-de-distribuicao-como-vantagem-competitiva.html>

Silva, A. (2013). *Centro de distribuição estratégias e localização*. Sol

Silva, C. L & Kopittke, B. H. (2006). Simulações e Cenários a partir da Cadeia de Valor: Uma Aplicação na Indústria de Celulose. *Revista FAE*, 5(1), 43-59 <https://revistafae.fae.edu/revista/article/download/452/347>

Steenkamp, J.B.E.M e Hofstede, F. (2002). International Market Segmentations: Issues and perspectivas. *International Journal of Research in marketing*, (19), 185-213 <https://sharingiscaring souls.files.wordpress.com/2018/04/16-04.pdf>

Tamo, K. (2012). *Metodologia de investigação em ciências sociais*. Capatê e Publicações.

CAPÍTULO 7- A INFLUÊNCIA DA MARCA NA TOMADA DE DECISÃO DE COMPRA DE PRODUTOS ALIMENTARES DA CESTA BÁSICA¹

 Nelson Salvador Costa Neto²

Resumo. O presente artigo tem como objectivo analisar a influência da marca na tomada de decisão de compra dos produtos alimentares da cesta básica dos moradores do Bairro Morro Bento. Tratou-se de uma pesquisa de paradigma quantitativa, do tipo exploratório-descritivo. A amostra foi de 200 indivíduos, masculino (n=120) e feminino (n=80), entre 18 anos aos 65 anos. Utilizou-se o inquérito por questionários para a recolha de dados pelo que foram tratados com auxílio do pacote Microsoft office Excel 2016. Os resultados da presente pesquisa revelaram que, a notoriedade da marca influência positivamente na tomada de decisão de compra de produtos alimentares, a marca Tio Lucas foi a preferida dos produtos alimentares e o preço foi visto como o principal critério para a escolha de uma marca. Concluiu-se que as empresas no sector alimentar precisam compreender que, a intensificação das suas estratégias de marketing vai requer muito mais activos intangíveis para funcionar e devem analisar continuamente os preços, fixando um preço final que seja justo com a capacidade de compra do seu público alvo.

Palavras-chave: compra, decisão, influência, marca e produtos.

The influence of the brand on decision-making to purchase basic food products

Abstract. This article aims to analyze the influence of the brand on the purchase decision of food products in the basic basket of residents of the Morro Bento neighborhood. This was a quantitative, exploratory-descriptive paradigm research. The sample was made up of 200 individuals, male (n=120) and female (n=80), aged between 18 and 65. Questionnaire surveys were used to collect data, which were processed with the help of the Microsoft Office Excel 2016 package. The results of this research revealed that brand awareness has a positive influence on decision-making to purchase food products, The Tio Lucas brand was the favorite for food products and price was seen as the main criterion for choosing a brand. It was concluded that companies in the food sector need to understand that intensifying their marketing strategies will require much more intangible assets to operate and must continually analyze prices, setting a final price that is fair to the purchasing capacity of their audience. target.

Keywords: purchase, decision, influence, brand and products.

¹ DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10084155>

² Mestre em Marketing e Publicidade, Luanda-Angola. Email: poetamomentaneo@gmail.com

Introdução

De acordo com Ambrósio (2019), Marketing é uma palavra inglesa que se origina da palavra mercado, esse estudo do mercado surgiu da necessidade dos industriais em administrar a nova realidade que originou com a Revolução Industrial, a qual causou uma transformação de um mercado de vendedores para um mercado de compradores. Assim sendo, Marketing é o acto de planear, conceber e “executar” um produto e serviços, envolve também o preço, promoção e distribuição com vista a estabelecer “trocas”, objectivando satisfazer indivíduos ou organizações (Mintzberg, 2010). Assim, de acordo com essa abordagem, percebe-se que, a tarefa do marketing é essencialmente descobrir as necessidades não atendidas e fornecer soluções satisfatórias.

Enquanto isso, Kotler (2012) afirma conceito de “marca” teve a sua origem nas culturas greco-romanas, pois é a partir de lá que o artesão punha marcas de símbolos nas suas peças para identificar o responsável. Entretanto, como conhecemos hoje, a marca surgiu em 1960 com a Associação Americana de Marketing. A mesma conceitua marca como uma denominação, “símbolo, signo, desenho”, sinal ou a mistura desses componentes, com vista a reconhecer um “produto ou serviço” de um ou vários comerciantes e distingui-los da “concorrência”, conceito que prevalece até aos dias actuais.

Uma marca tem o objectivo de criar uma relação de valor e familiar com seu consumidor, visando uma duradoura vantagem competitiva para a empresa que a administra. Criadas com os mais diversos objectivos, desde a identificação de propriedade até à afirmação de qualidade, as marcas acompanham as civilizações há milhares de anos e cumprem, desde a sua génese, o acto de marcar ou nomear. Implicando um relacionamento entre um produto e um cliente, ela subentende um conjunto de qualidades e serviços que o cliente pode esperar. (Kotler, 2015)

Hoje, muitas empresas no mercado Angolano, principalmente no sector alimentar se esquecem da grande influência que as marcas podem ter para as suas estratégias. As empresas no sector alimentar precisam compreender que, a intensificação das suas estratégias de marketing vai requer muito mais activos intangíveis para funcionar, e a melhor entrega das competências. Assim sendo, as marcas precisam estar cada vez mais fortalecidas com o poder de influenciar o comportamento do consumidor no processo de decisão de compra dos produtos alimentares da sexta básica.

As Relações entre Marcas e Consumidores

No ponto de vista de Vavra (2013), com frequência, as marcas são percebidas de forma antropomórfica, uma concepção embasada nas teorias realistas e antropológicas sobre as marcas como entidades que possuem características humanas. Apesar de serem entidades inanimadas, as marcas podem ser dotadas de uma representação humanizada quando estabelecem interações com seus consumidores, seja por meio de personalização, como a utilização de um porta-voz em uma campanha publicitária, ou através da antropomorfização, representada por mascotes que personificam as emoções e características da marca.

Quando os consumidores interagem com as marcas, tendem a atribuir características humanas a elas, personificando-as. Segundo Whiteley (2009), ele propõe uma abordagem de identidade de marca com base em seis atributos que se assemelham à identidade humana: a) física, b) Personalidade, Relação, d) Cultura, e) Reflexo e f) Auto-

imagem.

Portanto, percebe-se que, esta tendência de humanização possibilita a extrapolação do conceito de relação interpessoal para o território das marcas. Tal como numa relação interpessoal diádica, a marca poderá ser um parceiro activo, que alimenta uma dinâmica de interacção, comunicação dialógica e de reciprocidade. Para construir uma marca forte, Ama (2018), propõe um modelo baseado em 6 pilares - saliência, performance, imagem, julgamentos, sentimentos e ressonância - que alicerçam as quatro dimensões discutidas, como por exemplo:

a) Identidade da Marca - Saliência: aspectos relacionados com a consciência que o consumidor tem da marca, englobando a facilidade dos consumidores em recordarem a marca e a frequência de vezes com que a marca vem à sua mente em contexto de compra.

b) Significado da Marca - Performance e Imagem: aspectos relacionados com o desempenho (necessidades funcionais) e com a imagem da marca (necessidades psicológicas).

c) Respostas à Marca - Julgamentos e Sentimentos: o que os consumidores pensam ou sentem sobre da marca.

d) Relação com a marca - Ressonância: identificação pessoal e relação com a marca. Segundo Bueno (2013), à medida que as marcas se afirmam como variável crítica na criação e manutenção de uma relação com o consumidor, torna-se incontornável determinar o seu valor. Não existe uma proposta unânime de medição do valor da marca, mas existem duas perspectivas claramente traçadas: Perspectiva financeira, segundo a qual o valor da marca é o incremento de *cashflows* adicionais gerados pelo facto de uma marca estar associada ao produto (Teixeira, 2016).

Perspectiva baseada nas percepções do consumidor, na qual se pretende identificar os activos com base nos quais é determinado o valor da marca. Opta-se pela descrição do modelo conceptual introduzido por Torquato (2010), que define o capital da marca como o conjunto de activos (ou disponibilidades), que ligados ao nome e símbolos da marca, acrescentam valor ao produto, serviço, à empresa e aos consumidores da empresa. Sendo assim, o valor da marca insere-se em quatro classes: 1- lealdade à marca, 2- qualidade percebida, 3- notoriedade da marca e 4- associações da marca.

A influência da Marca no Comportamento do Consumidor

Mais do que determinar o valor financeiro da marca, interessa explorar neste trabalho os activos que de alguma forma aumentam o interesse e processamento de informação sobre a marca, geram mais segurança no processo de tomada de decisão e fornecem mais satisfação utilização (Torquato, 2010).

Os elementos que afetam o modo como o consumidor age podem ser divididos em dois grupos: aqueles que vêm de dentro do indivíduo, tais como a motivação, aspectos psicológicos, processos de aprendizagem, percepção, atitudes e traços de personalidade; e os que provêm do ambiente externo, como a família, as redes sociais, os grupos de referência e a cultura (Las Casas, 2008). A etapa em que o consumidor opta por comprar um produto ou serviço é crucial. O marketing precisa ser preciso e eficaz, adaptando-se

ao público-alvo conforme a compreensão de cada consumidor. Os fatores que afetam as escolhas de compra são vitais no processo de decisão do consumidor.

Tomar uma decisão é uma responsabilidade enorme, maior ainda para quem tem pouca experiência de trabalho. Existem pessoas que têm facilidade com o processo de tomada de decisão e outras que colocam uma importância que às vezes o problema não merece e acabam por fazer errado, ou criar problema maior, por esse motivo, as marcas surgem para tornar esse processo mais simples, pois transmite confiança e segurança (Slater, 2016).

Comportamento do consumidor na tomada de decisão de compra

Constantemente, os consumidores recebem diversos estímulos sobre serviços e produtos, situação que dificulta o discernimento do que realmente quer comprar. Só a psique é capaz de filtrar esses estímulos e escolher o que é proveitoso e de interesse do indivíduo (Teixeira, 2016). Por sua vez, Martins (2013) afirma que o comportamento do consumidor é um conjunto de atividades mentais e emocionais envolvidas na seleção, compra e uso de produtos/ serviços para a autossatisfação de necessidades e desejos por parte do consumidor.

Uma das abordagens sobre o comportamento do consumidor mais conhecida e influente é a hierarquia de necessidades de Maslow, desenvolvida inicialmente para entender o crescimento pessoal. Conforme o tempo avançou, especialistas em marketing ajustaram a teoria de Maslow para aplicá-la na análise da motivação dos consumidores (Azevedo, 2013).

De acordo com o Schiffman e Kanuk (2010), os consumidores podem comprar impulsivamente e podem ser influenciados pela família, amigos, propaganda, pelo seu estado de espírito, pela sua situação e pela emoção. Mesmo existindo muitas abordagens do comportamento do consumidor, em essência, tais conceitos não diferem muito; todos convergem para o mesmo fim. Todavia, o posicionamento da marca é o que faz ela ser lembrada, então é necessário ter esse posicionamento bem definido (Golbspan, 2010; Kotler e Keller, 2006).

O “processo de decisão compra” cumpri fases que devem ser levadas em consideração, essas fases são feitas pelo cliente na procura pelo serviço ou produto que busca saciar. A organizações desenvolvidas buscam entender completamente as etapas de compra dos consumidores, seu histórico de compra, incluindo o “descarte de um produto” (Kotler; Keller, 2006). Para o autor o processo de compra envolve o seguinte: reconhecimento do problema, busca de informações, avaliação de alternativas, decisão de compra e comportamento pós-compra.

Geralmente as “compras por impulso são decididas” no instante em que o cliente entra em contacto com o produto no local de venda e esse processo por se tão rápido, há pouco espaço para a reflexão, levando o consumidor a escolher as compras pelo baixo preço ou pelo hábito, de forma programada (Kotler, 2015).

Podemos concluir dizendo que o marketing no processo de decisão de compra busca o reconhecimento das necessidades de informações, avaliação das alternativas, decisão de compra e o comportamento pós-compra.

Método

A presente pesquisa quanto a sua natureza é pesquisa aplicada e quanto ao seu objetivo é uma pesquisa exploratória, pois nos permite familiarizar com o nosso objecto de estudo (Gil, 2008). Utilizamos a abordagem quantitativa, que é caracterizada pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de recolha de dados, quanto no tratamento destes por meio de técnicas estatísticas (Richardson, 1989).

Para a selecção da amostra recorreu-se a amostragem probabilística aleatória simples. Sendo o tipo de amostragem mais simples, onde os todos os elementos da população têm a mesma probabilidade fazerem parte da amostra (Schindler, 2016). Utilizou-se assim a técnica de sorteio por rifa. Portanto, a amostra correspondeu a 200 moradores do gênero masculino (n=120) e feminino (n=80) de idade compreendidos entre 18 aos 65 anos de idade os moradores do Bairro Morro Bento, rua da Paz, quarteirão 1, 2 e 3 que compra produtos alimentares.

Para os procedimento e instrumentos de recolha de dados utilizou-se o questionário fechado como o principal instrumento de recolha de dados e para o tratamento dos dados foram recorreu-se ao auxílio do pacote Microsoft office Excel 2016.

Resultados do estudo

A presente pesquisa foi realizada no Bairro do Morro Bento, distrito do município de Luanda. Tem 345,3 km² e cerca de 54 mil habitantes. Limita-se a Sul e a Oeste com o Oceano Atlântico, a norte com o distrito da Maianga e com o município de Kilamba Kiaxi e a Leste o município de Viana.

Podemos considerar, o Bairro Morro Bento estrategicamente, uma zona favorável ao comércio e para moradores de segmento médio alto, com uma vida activa, que procura.

Tabela 1: Distribuição da amostra pelas variáveis sociodemográficas

Variáveis sociodemográfica		Frequência	Percentagem
Género	Masculino	80	40%
	Feminino	120	60%
	Total	200	100%
Faixa-etária	De 18 aos 30 anos	90	45%
	De 31 aos 40 anos	70	35%
	De 41 aos 50 anos	35	17%
	De 51 aos 65 anos	5	3%
	Total	200	100%
Escolaridade	Básico	40	19%
	Médio	110	52%
	Superior	50	29%
	Total	200	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

De acordo com a Tabela 1 acima, dos 200 pesquisados que representam a amostra, a maioria pertence ao género feminino que corresponde a 60%. Assim sendo, em relação ao equilíbrio do género pelos dados censitários de 2014 (INE, 2016), as mulheres representam a maioria da população Angolana. Também, verificou-se que há existência

de um grupo etário jovem na amostra, aonde a maior parte dos pesquisados corresponde ao grupo etário dos 18 – 30 anos de idade correspondendo a 45%. E finalmente, dos 200 pesquisados, os que têm o médio foram à maioria com 52%, seguidos dos que têm o ensino superior com 29%.

Tabela 2: Qual é o critério que usa na escolha de compra de marcas de produtos alimentar?

Variáveis	Frequência	Porcentagem
Preço	100	50%
Qualidade	50	25%
Segurança	10	5%
Durabilidade	25	12%
Outros	15	8%
Total	200	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação os critérios que se usa na escolha de compra de marcas de produtos alimentar, de acordo com a Tabela 2, constatou-se que dos 200 pesquisados, a maioria (100%) escolheu preço, seguindo dos que optaram pela qualidade, com 50%. Portanto, percebeu-se que a maior parte dos pesquisados espera qualidade. De acordo com Samara, (2005) os critérios que se usa na escolha de compra de marcas, o consumidor incorpora o conhecimento da escolha pela busca do preço, alternativas do produto e de compra e finalmente decide pela compra, um ato que vai satisfazer sua necessidade pelo preço encontrado.

Tabela 3: Qual é o critério que usa na escolha de compra de marcas de produtos alimentar?

Variáveis	Frequência	Porcentagem
Tio Lucas	45	22%
Primavera	29	14%
Massima	25	13%
Bela Vida	28	14%
King Star	15	8%
Dona Xepa	26	13%
Patriota	18	9%
Total	200	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Sobre a marca preferida de produtos alimentares, em relação a Tabela 3, constatou-se que dos 200 pesquisados, a maioria (22%) responderam que preferem a marca Tio Lucas.

A marca Tio Lucas para os inquiridos ganhou uma identidade que representa um conjunto exclusivo de associações que a empresa ambiciona criar ou manter na mente dos consumidores. Tal identidade deve auxiliar no estabelecimento de um relacionamento entre a marca e um cliente por meio de uma proposta de valor envolvendo benefícios funcionais ou emocionais (Levitt, 2018). Portanto, apesar das pesquisas sobre marketing ser unânimes que é mais fácil influenciar consumidores usando gatilhos mentais emocionais do que racionais, os pesquisados acham que foi a marca que os levou a

preferia de produtos alimentares.

Tabela 4: Da marca que tens consumido, qual é o grau de implicação para com ela?

Variáveis	Frequência	Percentagem
Alto	75	38%
Razoável	70	36%
Baixo	55	26%
Total	200	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação o grau de sua implicação/satisfação na qualidade de consumidor desta marca, de acordo com a figura nº 4 constatou-se que dos 200 pesquisados, a maioria (38%) respondeu alta, seguidos dos que optaram pela satisfação baixa, com 26%. Portanto, percebeu-se que a maior parte dos pesquisados têm uma alta satisfação na qualidade de consumidor desta marca.

O grau de implicação leva em conta o "posicionamento que é o acto de desenvolver a oferta e a imagem da empresa para ocupar um lugar destacado na mente dos clientes-alvo" (Kotler, 2012). Para o autor, é possível definir posicionamento como a ação necessária, embasada em um planeamento concreto, para projectar o produto na cabeça do consumidor, implicando um comparativo com a concorrência e indo além dos factores tangíveis, abrangendo o campo subjectivo do consumo. Para se destacar na cabeça do consumidor e ser o primeiro na lista de consumo dos mesmos, é preciso ser diferente.

Tabela 5: Das opções apresentadas o que mais lhe influência na tomada de compra?

Variáveis	Frequência	Percentagem
Preço	50	25%
Publicidade	65	33%
Marca	85	42%
Total	200	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação as opções apresentadas o que mais lhe influência na tomada de compra, de acordo com a tabela, constatou-se que dos 200 pesquisados, a maioria (42%) respondeu marca, seguidos dos que optaram pelo preço, com 50%. Portanto, percebeu-se que a maior parte dos pesquisados das opções apresentadas o que mais lhe influência na tomada de compra é a marca.

De acordo com o Teixeira (2016), é possível ver como principais factores: a escolha racional, a disponibilidade do produto e os recursos necessários para obtê-los. Segundo a abordagem do risco e da decisão, os consumidores são analisados através do risco que eles aceitam no acto de compra de um produto diferenciado, assim como a influência que isso tem sobre eles.

Para tal, alguns consumidores, durante o processo de decisão de compra, elegem, muitas vezes, o preço que mais lhe influência na tomada de compra como factor de escolha, ainda que exista o mito de que muitas pessoas fazem suas compras observado

penas o preço.

Tabela 6: Qual é o trajecto que percorre para efectuar as compras dos produtos alimentares?

Variáveis	Frequência	Percentagem
Busca por informações	70	36%
Avaliação das alternativas pré-compra	55	26%
Compra	75	38%
Total	200	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação ao trajecto que percorre para efectuar as compras dos produtos alimentares, de acordo com a Tabela 6, constatou-se que dos 200 pesquisados, a maioria (36%) respondeu busca por informações, seguidos dos que optaram pela avaliação das alternativas pré-compra, com 26%. Portanto, percebe-se que a maior parte dos pesquisados o trajecto que percorrem para efectuar as compras dos produtos alimentares são pela busca por informações.

O consumidor, diante de uma diversidade de marcas e produtos no mercado, possui a liberdade de escolher entre elas quando reconhece uma necessidade. Assim que essa necessidade é identificada, o consumidor começa a coletar informações pertinentes para alcançar o estado desejado. Esse processo é influenciado por fontes externas, como cultura, classe social, família e situação, bem como por fontes internas, como poder de compra, motivação, conhecimentos, atitudes, valores, estilos e modo de vida, que despertam interesse e exercem influência sobre a decisão de compra do consumidor (Samara, 2005).

Tabela 7: Quando vai às compras?

Variáveis	Frequência	Percentagem
Leva lista	93	36%
Ou decide na loja	107	38%
Total	200	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação tabela 7, constatou-se que dos 200 pesquisados, a maioria (38%) decide na loja o que vai comprar, a minoria opta em levar lista (36%). Portanto, percebe-se que a maior parte dos pesquisados quando vai às compras decide o que comprar na loja.

Na visão de Schiffman e Kanuk (2010), após considerar todas as opções disponíveis, a pessoa deseja adquirir o produto ou serviço que atenda suas necessidades. Uma vez que essa intenção de compra é estabelecida, o consumidor começa a avaliar cinco aspectos: a marca, o vendedor, a quantidade desejada, o momento apropriado e o método de pagamento. Mesmo se o indivíduo desenvolver uma afinidade com uma marca específica, as opiniões de outros e circunstâncias inesperadas podem impactar a decisão de compra. No entanto, uma decisão é tomada, e o indivíduo acaba fazendo sua escolha ao estar na loja.

Tabela 8: Com que frequência compra os produtos da sexta básica?

Variáveis	Frequência	Porcentagem
Uma vez na semana	90	45%
Duas vezes na semana	70	35%
Três vezes na semana	35	17%
Quatro vezes na semana	5	3%
Total	200	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação com que frequência compra os produtos da sexta básica, de acordo com a Tabela 8, os moradores só frequentam uma vez na semana (54%) para a compra os produtos da cesta básica. De acordo com Schiffman e Kanuk (2010), a frequência na compra dos produtos tem a ver com a satisfação e a fidelidade. Assim sendo, o estudo do comportamento do consumidor engloba informações sobre o que ele compra, quando compra, por que compra e com que frequência utiliza os produtos que compra. Finalmente, pode-se concluir que o comportamento do consumidor é baseado em grupos de fatores que se complementam.

Conclusões

O presente estudo procurou saber qual é a influência da marca na tomada de decisão de compra dos produtos alimentares da cesta básica nos municípios do Bairro do Morro Bento. Depois de efectuada toda a pesquisa teórica, ser implementado um inquérito por questionário e, posteriormente, analisados os dados obtidos, os mesmos mostraram que a marca é o que mais influência na tomada de compra.

Os questionados têm a marca Tio Lucas, como a marca preferida de seus produtos alimentares. Portanto, apesar das pesquisas sobre marketing ser unânimes que é mais fácil influenciar consumidores usando gatilhos mentais emocionais do que racionais, os inqueridos acham que foi a marca que os levou a preferir este produto alimentares.

Isto indica que a notoriedade da marca influencia positivamente na tomada de decisão de compra de produtos alimentares, levando em conta o posicionamento que é o ato de desenvolver a oferta e a imagem da empresa para ocupar um lugar destacado na mente de clientes-alvo. Portanto, com base nas respostas obtidas, é possível afirmar que a marca influencia na tomada de decisão de compra dos produtos alimentares dos moradores do Morro Bento e que a marca Tio Lucas é a marca preferida.

A nossa amostra apontou o preço como o principal critério que usa na escolha de uma marca, o consumidor incorpora o conhecimento da escolha pela busca do preço, alternativas do produto e de compra e finalmente decide pela compra, um ato que vai satisfazer sua necessidade pelo preço encontrado. Por isso, achamos que as empresas devem analisar continuamente os preços, fixar um preço final que seja justo com a capacidade de compra do seu público alvo. Actualmente, muitas empresas no mercado Angolano do sector alimentar se esquecem da grande influência que, as marcas podem ter para as suas estratégias. Percebeu-se que as empresas no sector alimentar precisam compreender que, a intensificação das suas estratégias de marketing vai requer muito mais activos intangíveis para funcionar. Assim sendo, as marcas precisam estar cada vez mais fortalecidas com o poder de influenciar o comportamento do consumidor no processo de decisão de compra dos produtos alimentares.

Para melhor compreender o tema, em estudos posteriores, recomenda-se aplicar questionários em empresas de diferentes sectores, com o objectivo de analisar a influência da marca na tomada de decisão de compra dos produtos alimentares. Isso possibilitará investigar as variáveis que influenciam a marca na tomada de decisão de compra dos produtos alimentares e permitiria estratégias da expansão das marcas. Finalmente, achamos que as administrações locais angolanas devem apoiar as iniciativas empreendedoras do sector agrícola pois é um mercado pouco explorado, as empresas do sector devem melhorar a comunicação através das mídias sociais usando estratégias consistentes nas principais redes sociais.

Referências bibliográficas

- Ama, A. (2018). *Marketing com Treinamento*. Atlas.
- Azevedo, R. D. (2013). *Marketing, comportamento do consumidor e decisão de compra*. <https://administradores.com.br/artigos/marketing-comportamento-do-consumidor-e-decisao-de-compra>.
- Bueno, W. (2013). *Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa*. Monole.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6ª Ed. Atlas.
- Golbspan, R. B. (2010). *Gestão de Marca e a Comunicação Integrada de Marketing: O Caso do Grupo RBS no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre.
- INE. (2016). *Objectivos de Desenvolvimento Sustentável: Relatório sobre os indicadores de linha de base*. Angola.
- Kanuk, L., & Schiffman, L. (2009). *Comportamento do Consumidor*. 2ª ed. Atlas.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Essencial: Conceitos, Estratégias e Casos*. Prentice Hall.
- Kotler, P. (2015). *Marketing Essencial: Conceitos, Estratégias e Casos*. 3ª ed. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Administração de Marketing*. 12ª ed. Pearson Prentice Hall.
- Las Casas, A. L. (2008). *Marketing: Conceitos, Exercícios, casos*. 8ª. ed. Atlas.
- Levitt, T. (2018). *A Imaginação de Marketing*. Atlas.
- Martins, R. (2013). *Tomada de decisão no Comportamento do consumidor*. LTC.
- Mintzberg, J. (2010). *Safári de Estratégia: um roteiro pela selva do planeamento estratégico*. Bookman.
- Richardson, R. J. (1989). *Pesquisa Social: Métodos e Técnicas*. Atlas.
- Samara, B. S., & Morsch, M. A. (2005). *Comportamento do Consumidor*. Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*. 10ª ed. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Schindler, R. M. (2016). *Pricing estratégico*. Sage Publicações.
- Slater. F.; Carvalho (2016). *Qualidade e objetivos: implicações teóricas e*

metodológicas para a análise das organizações. Atlas.


Teixeira, A. (2016). *Vantagem Competitiva em Marketing.* Atlas.

Torquato, G. (2010). *Tratado de Comunicação Organizacional.* Pioneira.

Vavra, T. G. (2013). *Marketing de Relacionamento. After Marketing.* 1ª ed. Atlas.

Whiteley, R. C. (2009). *A Empresa Totalmente Voltada para o Cliente: Do Planeamento à Ação.* 24ª ed. Elsevier.

CAPÍTULO 8- O ACESSO À INFORMAÇÃO EM ANGOLA: UMA ANÁLISE EM TORNO DO ESTADO ACTUAL DO DIREITO À INFORMAÇÃO NO PAÍS

 Josué Eduardo Pamba²

Resumo: Este artigo tem como objectivo analisar o actual estado do acesso e direito à informação em Angola, tal como assegurado na Constituição da República e demais diplomas legais vigentes no nosso país, o presente estudo é exploratório, baseado numa pesquisa documental e bibliográfica. Nota-se que Angola é uma nação soberana em forma de República, que considera importante a dignidade da pessoa humana e a vontade do povo de Angola, por isso trabalha na promoção e proteção dos direitos e liberdades essenciais da humanidade, assegurando o respeito e a garantia de sua implementação pelos poderes legislativo, executivo e judiciário. Nesta pesquisa apresenta-se as legislações pertinentes ao acesso relativo ao direito à informação em Angola. Concluiu-se por um lado que, é necessário se compreender os diferentes instrumentos legais que postulam sobre a garantia do direito à informação, e por outro, que é uma função do Estado garantir o acesso à informação a todos os cidadãos, uma vez que, não há uma legislação específica que a determina. E quanto as perspectivas globais sobre o acesso à informação constatou-se, que o direito de acesso à informação foi sendo reconhecido e positivado nos ordenamentos jurídicos mundiais à medida que o assunto foi tomando relevância e repercutindo nas discussões a respeito.

Palavras-chave: Angola, Constituição, Leis, Acesso à Informação e Direito à Informação.

Access to information in Angola: an analysis regarding the current state of the information flow in the country

Abstract. This article aims to analyze the current state of access and right to information in Angola, as guaranteed in the Constitution of the Republic and other legal diplomas in force in our country. The present study is exploratory, based on documentary and bibliographical research. It should be noted that Angola is a sovereign nation in the form of a Republic, which considers the dignity of the human person and the will of the people of Angola to be important, which is why it works to promote and protect the essential rights and freedoms of humanity, ensuring respect and guarantee of its implementation by the legislative, executive and judicial powers. This research presents the legislation relevant to access relating to the right to information in Angola. It was concluded, on the one hand, that it is necessary to understand the different legal instruments that postulate the guarantee of the right to information, and on the other, that it is the State's function to guarantee access to information for all citizens, since, not there is specific legislation that determines it. And regarding global perspectives on access to information, it was found that the right to access information was recognized and strengthened in global legal systems as the subject became relevant and had an impact on investigations regarding this matter.

Keywords: Angola, Constitution, Laws, Access to Information and Right to Information.

¹ DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11084762>

² Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Agostinho Neto (UAN). josuepamba2017@gmail.com

Introdução

A palavra informação, provém do latim “*information*”, e pode significar o acto de comunicar o conhecimento para moldar a mente. Neste sentido Choo (2003) considera a busca por informação como um processo natural e social do ser humano, no entanto, a informação engloba um ciclo de construção, comunicação e prática que somente faz sentido quando ela se torna útil para quem está buscando, seja um indivíduo ou grupo.

Nesta ordem de pensamento, Duarte (2009) explica que a informação se refere a um processo que se auto-alimenta, ou seja, ao construir uma informação, ela é comunicada e utilizada para gerar mais informações que serão comunicadas, e nessa apropriação da informação, na sua interpretação e na sua usabilidade, ocorre o conhecimento. O conhecimento, pelo facto de ser uma apropriação individual, carece de partilha para o progresso de todos. Por sua vez, Ackoff (1989) salienta que a informação está relacionada a aquisição dos dados que ganharam significados ao longo das relações interpessoais. Em outras palavras, este significado, se refere ao registo ou a representação de factos, ideias ou dados em diferentes formas de comunicação (citado por Bellinger, *et. al.*, 2004).

Já Oliveira (2005) analisa a informação como um sistema de conhecimento que contribui para resolver os problemas em diversos aspectos da vida de qualquer cidadão ou grupo. Assim sendo, significa que, o acesso à informação pode ajudar na resolução de um problema ou completar uma lacuna no conhecimento da pessoa, conforme cada necessidade. Na perspectiva de Le Coadic (1996), a informação é um sistema de conhecimento registado por meio de escrita, oral ou audiovisual, com a finalidade de criar alguma percepção completa do mundo em nossa volta.

Importa com isto salientar que o direito à informação, tem sido assegurado em diversos países por meio de diplomas jurídicos próprios de cada Estado. Dito isto, Gonçalves (2003), aduz que o direito à informação compreende diversos aspectos do contexto jurídico, cuja finalidade são as interações legais relacionadas à utilização do conhecimento e comunicação para colectar, processar e transmitir informações. Para Cepik (2000), o direito à informação abrange um conjunto de princípios legais que têm como objectivo garantir que tanto indivíduos quanto organizações possam ter acesso aos dados governamentais e privados. Quanto a isto, esses princípios abrangem igualmente informações públicas relacionadas ao governo, à administração pública e ao país.

Em função do exposto acima, o objectivo deste estudo consiste em analisar o actual estado do acesso e direito à informação em Angola. Além disso, a problematização do artigo responde a seguinte pergunta: *Quais são as leis que garantem o acesso e o direito à informação em Angola?*

A presente pesquisa surgiu da necessidade do conhecimento acerca do direito à informação inerente a todos os angolanos, no sentido de se estudar o acesso à informação contidas em documentos vigentes da nossa legislação. O estudo se justifica pelo facto de o direito à informação ser garantido constitucionalmente e em virtude disso, ele não pode ser negado as pessoas, devido a sua importância.

Método

Com o intuito de aprofundar o conhecimento neste assunto, optamos pela pesquisa qualitativa e exploratória com recurso a pesquisa bibliográfica e documental.

Com a pesquisa exploratória foi possível proporcionar maior familiaridade com o

problema e explicitá-lo. Já com a pesquisa bibliográfica, foi possível efectuar uma revisão da literatura sobre o tema em análise baseada em materiais já publicados, como: livros, jornais, artigos científicos e outros recursos bibliográficos que nos permitiram fundamentar e explicar da melhor forma o assunto (Gil, 2008).

E quanto ao procedimento recorreremos à pesquisa documental, que segundo Beuren (2013) permite organizar informações que se encontram dispersas, conferindo-lhe uma nova importância como fonte de consulta.

Resultados do estudo

Para maior entendimento do tema em análise, a partir do levantamento, identificaram-se 12 diplomas legais referente ao ordenamento jurídico nacional angolano e internacional. Depois da análise feita à legislação nacional e aos artigos, teses e livros pesquisados, prosseguiu-se com a classificação da literatura e dos diplomas legais quanto ao *tema* principal de investigação e foram identificadas três grandes categorias: 1- *A legislação pertinente ao acesso e direito acerca da informação em Angola*; 2- *Abordagem sobre as estratégias de acesso à informação no país* e 3- *A importância do acesso à informação*.

A legislação pertinente ao acesso e direito à informação em Angola

Essa análise ofereceu informações por meio de revisão documental, envolvendo a Constituição da República e outros diplomas legais relevantes, ao se analisar esses dispositivos legais, a confrontação de informações obtidas por esses meios assegurou a confiabilidade dos resultados, resumidos na tabela abaixo:

Legislação Nacional	Disposição legal
A Constituição da República de Angola, promulgada em 2010.	A Constituição da República de Angola estabelece que todos os cidadãos têm o direito de expressar, divulgar e compartilhar livremente os seus pensamentos, ideias e opiniões, seja por meio da palavra, imagem ou qualquer outro meio. Além disso, a Constituição garante o direito à informação, permitindo que as pessoas se informem e sejam informadas sem restrições ou discriminações (CRA, 2010).
Lei n.º 10/02 de 16 de Agosto – Lei do Segredo do Estado	A Lei do Segredo do Estado, dispõe o seguinte: As pessoas têm acesso à informação e materiais classificados as pessoas credenciadas, nos termos do regime de credenciação de segurança nacional, com grau igual ou superior ao grau de classificação. As pessoas credenciadas apenas podem ter acesso à informação e materiais classificados que necessitam de conhecer para o exercício das suas funções. (Lei n.º 10/02, 2002).
Lei n.º 11/02 de 16 de Agosto – Lei de Acesso aos Documentos Administrativos	A Lei de Acesso aos Documentos Administrativos, determina que: Cada indivíduo possui o direito à informação mediante o acesso a documentos administrativos de carácter não nominativo. O direito de acesso aos documentos nominativos é reservado à pessoa a quem os dados digam respeito e a terceiros que demonstrem interesse directo e pessoal, conforme está estabelecido no artigo a seguir. O direito de acesso aos documentos administrativos não se limita apenas à obter a sua reprodução, inclui o direito de ser informado sobre a sua existência e conteúdo. Essa disposição visa promover a transparência e a abertura na administração pública. Em outras palavras, as pessoas têm o direito de consultar, reproduzir e obter informações sobre os documentos administrativos sem necessidade de especificar qualquer interesse particular. (Lei n.º 11/02, 2002).
Lei n.º 22/11 de 17 de Junho – Lei de Protecção dos Dados Pessoais	A Lei de Protecção dos Dados Pessoais, abrange o processamento de informações pessoais realizado por meios total ou parcialmente automatizados, bem como o tratamento de dados pessoais em arquivos manuais ou destinados-lhes, mesmo quando não automatizados. Essa legislação visa garantir o respeito pelas liberdades públicas e pelos direitos fundamentais das pessoas singulares (Lei n.º 22/11, 2011).

Lei n.º 14/17 de 7 de Agosto – Lei Geral dos Arquivos	Estabelece as diretrizes da a política nacional de gestão de arquivos públicos e privados. Assegura que todos os cidadãos têm direito de receber da Administração Pública informações de interesse particular ou colectivo, decorrente de registos de arquivos, com o direito de acessar os documentos recolhidos nos arquivos do Sistema Nacional de Arquivos, seja qual for o respectivo suporte. (Lei n.º 14/17, 2017).
---	--

Tabela 1 - A legislação sobre o acesso e direito à informação em Angola. (Fonte: Elaboração Própria, 2023).

Da análise feita à legislação nacional constatou-se que em Angola há vários instrumentos legais que garantem e defendem o acesso à informação no país, sendo essencial em uma sociedade democrática, e esse quadro oferece uma contribuição significativa para o fortalecimento do estado actual do direito à informação no país na qual a população pode se sentir acolhida pela legislação nacional pertinente ao acesso e direito à informação.

Ademais, o para a Liberdade de Informação, salienta que nos Estados Africanos, o recente crescimento na adopção de legislação de direito à informação foi, de muitas formas, um resultado de campanhas de defesa em vários países que impulsionaram mais transparência e responsabilização no governo, a influência de governos ocidentais na promoção de agendas como a Parceria de Governo Aberto, assim como agências de desenvolvimento e instituições financeiras internacionais promovendo a adopção deste direito para promover transparência e responsabilização como parte de condições de financiamento por doadores (Centro Africano para a Liberdade de Informação, [AFIC] (2019).

Entretanto, após análise documental efectuada, verificou-se que no leque da legislação pertinente ao acesso e direito à informação em Angola, existe a Constituição da República de Angola, promulgada em 2010, a Lei do Segredo do Estado (2002), a Lei Geral dos Arquivos (2017), a Lei de Acesso aos Documentos Administrativos (2002) e a Lei de Protecção dos Dados Pessoais (2011), instrumentos legais que garantem a protecção dos dados informativos considerados de risco para o Estado, bem como promoção da transparência e responsabilização por parte dirigentes e todos os cidadãos. Esta constatação, sugere que a garantia do direito de acesso à informação é essencial para mitigar os riscos e custos associados às desigualdades informacionais. Em outras palavras, garantir que as pessoas tenham acesso à informação pública contribui para uma sociedade mais transparente e democrática.

As políticas de acesso à informação em Angola

Entende-se por políticas de acesso à informação ao processo estratégico de obtenção de informação ou registos de um órgão público ou privado através de um mecanismo formal criado por uma lei ou política (AFIC, 2019). Nestes termos, o acesso à informação concretiza-se pela a disponibilidade de qualquer suporte informativo para consulta resulta tanto de uma autorização legal quanto da existência de meios adequados de acesso (Ribeiro, 1998).

Neste contexto, em Angola o acesso à informação está pautado na Constituição da República de Angola (CRA, 2010) e inclui neste leque expressão de opiniões, ideias e pensamentos sem censura ou interferência governamental ou privada. Além disso, a liberdade de expressão mobiliza pessoas a participarem de debates que almejam o progresso social. No entanto, é importante destacar que esse direito não é absoluto e enfrenta desafios e limites em diferentes contextos.

Diante disto, esses factos evidenciam que, a política de acesso à informação em

Angola, sob a perspectiva constitucional, tem passado por avanços e retrocessos, o que deve ser considerado para a avaliação de seus desafios actuais na promoção do acesso à informação. A respeito disso, Angola regulamentou o acesso à informação em 2002, com a Lei número 11/02, datada de 16 de agosto, referente à Acesso aos Documentos Administrativos, seguindo em 2011, com a Lei n.º 22/11 de 17 de Junho (Lei de Protecção dos Dados Pessoais) e em 2017 aprovou a Lei número 14/17, datada de 7 de agosto (Lei Geral dos Arquivos), como bem ressalta Kurtz (1997), num mundo onde se assiste a um aumento vertiginoso de produção de informações, os arquivos constituem-se órgãos de assessoria e de pronta informação sobre os documentos produzidos, demonstram que é gestão antes que cultura e história e se constituem, desta forma, a estrutura essencial no processo de decisão ao implementar das políticas de acesso à informação.

No quadrante internacional, a Carta Internacional dos Direitos protege igualmente o direito de acesso à informação, de acordo com o Artigo 19.º da Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH, 1948) dispõe que “Todos têm o direito fundamental de buscar, receber e transmitir informações sem restrições fronteiriças. Esse direito é inerente à liberdade de expressão e reconhecido como pilar essencial da dignidade humana e da igualdade”. Por sua vez, o Artigo 9º da Carta Africana dos Direitos Humanos e dos Povos (CADHP, 1981) consagra que: “Os direitos fundamentais e as liberdades dos indivíduos e das comunidades na África”. E, proveniente do Artigo 19º do Pacto Internacional de Direitos Cívicos e Políticos (PIDCP, 1966) expõe-se que, “Todos têm o direito à liberdade de expressão; este direito abrangerá a liberdade de buscar, receber e disseminar informação e ideias de todos os tipos, independentemente de fronteiras, seja oralmente, por escrito ou impresso, na forma de arte, ou através de qualquer outro meio da sua escolha”.

Esses dispositivos legais compreendem a base normativa para a garantia do acesso à informação para os cidadãos, bastando para o efeito a ampla divulgação, transparência activa e o controle social. Mas no caso concreto de Angola, à falta de políticas eficientes de o acesso à informação continua sendo algo que preocupa bastante, tanto os dirigentes assim como os cidadãos, o quer dizer que carece de muito trabalho para melhorar o quadro, uma vez que devido a burocracia e falta de materiais adequados, pouco se pode falar de uma política de acesso à informação de forma fácil e actualizada.

As políticas de acesso à informação surgem para regular as acções das autoridades governamentais e dos indivíduos em relação à obtenção e disseminação da informação, uma vez que, a informação produzida pelos órgãos de comunicação públicos ou privados podem possuir diversas utilizações, tal como afirma Rosseau e Couture (1998), a política de acesso à informação tem potencial estratégico nas decisões e acções das autoridades governamentais e dos indivíduos, como forma de proporcionar e evidenciar decisões e acções de todos os envolvidos.

Portanto, verifica-se que a implementação da política de acesso à informação promove a realização do direito de acesso à informação, fortalecendo a supervisão da sociedade e mitigando os perigos associados à mencionada disparidade e falta de informações. A consolidação desses normativos contam com a melhoria dos aspectos problemáticos identificados durante a pesquisa, a dedicação de esforços nas acções de divulgação das respectivas leis devem ser reforçadas, garantindo que seja difundida e compreendida pela população angolana através do exercício do controle social, assim como todo direito fundamental, o acesso à informação de qualidade actua na protecção e no progresso de cada indivíduo.

Por que o acesso à informação é importante?

O acesso à informação em grande escala, tem o poder de influenciar e moldar interesses nacionais e individuais. Daí que, o acesso à informação tem sido frequentemente associado à boa governação e à comunicação social é considerada a chave que expõe os segredos do governo, (AFIC, 2019). É neste âmbito que o acesso à informação se torna de extrema importância porque visa garantir que a informação pública tenha de facto, um espaço público e esteja acessível a qualquer pessoa, fazendo com que os órgãos públicos e privados facilitem o acesso à informação, sendo, portanto, uma garantia fundamental ao cidadão.

Cabe realçar que ter acesso à informação implica, usufruir o direito de estar informado sobre as actividades governamentais, religiosas e sociais, uma necessidade vital para manter uma sociedade aberta e democrática. De lembrar que ter acesso à informação é fundamental para o progresso social. Pois, a dificuldade no acesso à informação e o desconhecimento por parte dos cidadãos pode provocar comunidades vulneráveis à exploração por parte de pessoas maldosas, resultando num aumento da desigualdade social (Martins, 2009).

Além da sua importância como um direito fundamental, o acesso à informação serve igualmente como uma ferramenta essencial para a realização de outros direitos como: o direito à saúde, direito à protecção social e o direito a um meio ambiente saudável. Quanto a isto, os direitos como: o acesso à residência adequada, à educação e à saúde só podem ser plenamente exercidos quando for garantido ao cidadão o acesso à informação de qualidade (Martins, 2009). Quer isto dizer que, a garantia do acesso e o direito à informação está intimamente ligado à dignidade humana, uma vez que ter acesso à informação de qualidade actua positivamente na protecção e no desenvolvimento de toda a comunidade (Doneda, 2006).

Neste sentido, o acesso à informação torna-se importante porque sem informação, o cidadão dificilmente exercerá ou fará o uso dos restantes direitos, uma vez que, o acesso à informação pode ser considerado como o mais importante dentre os restantes direitos. Por isso, deve ser assegurado a todos, e através de diplomas legais próprios que permitam com que os cidadãos conheçam os seus direitos e os exerçam por meio da tutela jurisdicional em vigor em cada Estado. Na actualidade, o acesso à informação contribui decisivamente para valorizar a comunicação como bem o esclarecimento sociopolítico e democrático de cada cidadão (Tavares, 1991; Carvalho, 1999).

Sendo assim, a questão sobre o acesso à informação em Angola tem sido um tema bastante debatido e desafiador para as Autoridades Governamentais e Não-Governamentais Angolanas. Por isso, as abordagens actuais no campo das Ciências da Informação (Arquivística, Biblioteconomia, Museologia e Centros de Documentação), assim como pelo Estado Angolano, têm considerado o acesso à informação como um processo fundamental para o desenvolvimento da comunidade e dos cidadãos (Simão, 2020). Mas, abordar a respeito do acesso e o direito à informação em Angola, ainda persiste uma realidade de pequena dimensão. Dito isto, conforme Reginaldo (2015), Angola tem tudo para dar certo e ser um modelo no direito à informação, pois para além da legislação, o país tem estado a investir volumes muito consideráveis de recursos financeiros na criação e desenvolvimento do que deveria ser um serviço público, no entanto, as execuções destes ideais deixam a desejar.

Tendo em conta a sua relevância, é importante ressaltar que em Angola, quanto aos princípios legais que desempenham um papel fundamental na questão sobre o acesso à

informação, temos a referir em primeiro lugar a Constituição da República de Angola, promulgada em 2010, e em seguida as normas subsidiárias ou legislações conexas como: a Lei do Segredo do Estado (Lei n.º 10/02, 2002), a Lei de acesso aos documentos administrativos (Lei n.º 11/02, 2002), a Lei da Protecção de Dados Pessoais (Lei n.º 22/11, 2011) e a Lei Geral dos Arquivos (Lei n.º 14/17, 2017), estes e outros instrumentos legais estabelecem os princípios, assim como os direitos e deveres fundamentais sobre o acesso à informação no contexto angolano. Entretanto, do ponto de vista internacional, entre os instrumentos legais que desempenham um papel importante no assunto sobre o acesso à informação, destacam-se: a Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH, 1948), o Pacto Internacional sobre Direitos Cívicos e Políticos (PIDCP, 1966) e a Carta Africana sobre os Direitos Humanos e dos Povos (CADHP, 1981) e outros.

Portanto, nota-se a principal importância do acesso à informação, pelo facto de permitir o completo exercício da cidadania dos direitos sociais e individuais e para o bem-estar de uma sociedade actualizada e fraterna. Mais do que isso, a garantia do acesso e o direito à informação guarda uma estreita relação com a dignidade da pessoa humana, uma vez que o acesso a informações de qualidade actua positivamente na protecção e no desenvolvimento de toda a colectividade.

Conclusões

Com esta pesquisa, procurou-se analisar o actual estado do acesso e direito à informação em Angola, a partir de fundamentos legais que asseguram o acesso à informação no nosso país, este estudo possui relevância para a sociedade considerando que o direito à informação é, na sua essência, um instrumento de pacificação social e deve estar em concordância com as relações interpessoais existentes na sociedade, considerando que as normas contidas em determinado ordenamento jurídico vigente deve refletir os anseios dos cidadãos.

O estudo se justifica pelo facto de o acesso e direito à informação ser garantido constitucionalmente e em virtude disso, ele não pode ser negado as pessoas, devido a sua importância no desenvolvimento dos cidadãos. Assim sendo, quanto a problematização levantada, em razão da questão: Quais são as leis que garantem o acesso e o direito à informação em Angola? Ficou evidente que no ordenamento jurídico angolano, o direito de acesso à informação é garantido pela Constituição da República de Angola, promulgada em 2010, seguida da Lei n.º 11/02 de 16 de Agosto, conhecida como Lei de Acesso aos Documentos Administrativos, a Lei n.º 22/11 de 17 de Junho, referente à Lei de Protecção dos Dados Pessoais e a Lei n.º 14/17 de 7 de Agosto (Lei Geral dos Arquivos), além de outros regulamentos que ajudam na regulação do acesso ao direito à informação no país.

Embora o país tenha no seu ordenamento jurídico leis e regulamentos que garantem o acesso e o direito à informação, em Angola, a falta de políticas eficientes para o acesso à informação continua sendo facto que preocupa bastante, principalmente os cidadãos, o quer dizer que muito trabalho ainda deve ser feito para melhorar o quadro, uma vez que devido à burocracia e a falta de materiais adequados, pouco se pode falar de uma estratégia de acesso à informação de forma fácil, eficaz e actualizada. Em vista disso, as pessoas tornaram-se mais críticas e exigentes na busca pela garantia dos seus direitos, principalmente após as intensificações dos movimentos sociais que actuam pelas garantias de direitos. Dessa forma, no nosso caso concreto, é preciso enfrentar o enorme desafio político, de democratizar o acesso às informações, uma condição cada vez mais essencial para a expansão e aprofundamento da própria cidadania.

Enfim, também deve-se chamar a atenção para o número pequeno de estudos nessa área, já que a maioria é voltada para outras áreas do conhecimento. Diante da relevância do tema, considera-se pertinente o fomento de novos estudos. Deste modo este estudo apresenta-se como uma garantia para o acesso dos cidadãos às informações de utilidade pública. Independentemente das limitações e experiência aqui relatada, esta investigação apresentou-se como desafiante, por ser desenvolvido por estudante em frequência universitária, estando a frequentar a licenciatura em Ciências da Informação. Portanto, este estudo, se constituiu como um desafio e oportunidade de crescimento em vários sentidos.

Referências bibliográficas

Bellinger, G., Castro, e Mills, D. (2004). *Data, Information, Knowledge, and Wisdom*. <http://www.systems-thinking.org/dikw/dikw.htm>.

Beuren, I. M. I. (2013). *Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade*. Atlas SA.

Carta Africana dos Direitos do Homem e dos Povos. [CADHP]. (1981). <http://www.servicos.minjurdh.gov.ao/files/publicacoes/brochuras/cartaaficana.pdf>.

Centro Africano para a Liberdade de Informação [AFIC] (2019). *Direito à Informação em África: Manual para Jornalistas*. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/qfrica-media/15711.pdf>.

Cepik, M. (2000). Direito à informação: situação legal e desafios. *Informática pública* 2(2), 43-56 http://www.pbh.gov.br/informaticapublica/ANO2_N2_PDF/ip0202cepik.pdf

Choo, C. W. (2006). *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. (425-425). <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/mis-15733>

Constituição da República de Angola [CRA]. (2010). <http://www.parlamento.ao/constituicao-an/files/assets/seo/page1.html>.

Carvalho, L. G. G. C. (1999). *Direito de Informação e Liberdade de Expressão*. Renovar.

Oliveira, M., & Cendón, B. V. (2005). *Ciência da informação e biblioteconomia: novos conteúdos e espaços de atuação*. UFMG.

Declaração Universal dos Direitos do Homem. [DUDH] (1948). <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2018/10/DUDH.pdf>

Doneda, D. (2006). *Da privacidade à proteção de dados pessoais*. <https://acervo-digital.espm.br/CAP%C3%8DTULOS%20DE%20LIVROS/2020/382770.pdf>

Duarte, A. B. S. (2009). Ciclo informacional: a informação eo processo de comunicação. *Em Questão*, 15(1), 57-72. <https://www.redalyc.org/pdf/4656/465645960005.pdf>

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6ª ed.). Atlas SA.

Gonçalves, M. E. (2003). *Direito da Informação – Novos Direitos e Formas de Regulação na Sociedade da Informação*. Almedina.

Kurtz, C. M. S. (1997). *Arquivística contemporânea*.
<http://164.41.122.54:8080/jspui/handle/123456789/3060>

Nações Unidas. *Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948*.
http://unicrio.org.br/img/DeclU_D_HumanosVersoInternet.pdf.

Le Coadic, Y. F. (2004). *A Ciência da Informação*. Briquet de Lemos. <http://bds.unb.br/handle/123456789/738>

Lei n.º 10/02, de 16 de Agosto. *Diário da República, Série I(65)*.

Lei n.º 11/02, de 16 de Agosto. *Diário da República, Série II(241)*.

Lei n.º 14/17, de 7 de Agosto. *Diário da República, Série I(133)*.

Lei n.º 22/11, de 17 de Junho. *Diário da República, Série I(144)*.

Martins, P. (2009). O direito internacional e a liberdade de informação. *Acesso à informação e controle social das políticas públicas*. Brasília, DF: ANDI, 17-27. <http://www.governoaberto.sp.gov.br/wp-content/uploads/2016/02/Acesso-a-informacao-e-controle-social-das-politicas-publicas.pdf>

Organização das Nações Unidas. (1966). *Pacto internacional sobre os direitos civis e políticos* [PIDCP].
<https://www.oas.org/dil/port/1966%20Pacto%20Internacional%20sobre%20Direitos%20Civis%20e%20Pol%C3%ADticos.pdf>

Reginaldo, S. (2015) *Direito à Informação* [Opinião]. Rede Angola.
<http://m.redeangola.info/opiniaio/direito-a-informacao/>

Ribeiro, C. F. A. (1998). *O acesso à informação nos arquivos*. (Tese de Doutoramento). Faculdade de Letras, Universidade do Porto. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/7058>

Rosseau, J. I. & Couture, C. (1998). *Os fundamentos da disciplina arquivística*. Dom Quixote.

Simão, S. G. (2020). O acesso à informação nos arquivos de Angola: fundo da antiga escola industrial e comercial Artur de Paiva (1939-1975). *e-Ciencias de la Información*, 10(2). <https://doi.org/10.15517/eci.v10i2.37108>

Tavares, M. C. (1991). *Planejamento Estratégico*. Habra. <http://imagens-voitto.s3.amazonaws.com/certificados/UkE9MzI0NytSQj01NzAzMDE=.pdf>

CAPÍTULO 9- O NÚCLEO CENTRAL E PERIFÉRICO DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE O FEITIÇO NUMA AMOSTRA DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DE LUANDA¹

 Aníbal J. R. Simões²

Resumo. O presente artigo teve como objectivo identificar as representações sociais sobre o feitiço entre estudantes universitários da cidade Luanda, assim como as suas implicações práticas, enfatizando a saliência e a estrutura das mesmas. Teve como referencial teórico a abordagem estrutural das representações sociais, conforme Jean Claude Abric. Participaram no estudo 77 estudantes distribuídos em função da idade (Média = 28,47; DP = 6,75), género (Masc = 41,0%; Fem = 55,5%). Para a recolha dos dados, utilizou-se como procedimento a técnica da associação livre de palavras. Os dados processaram-se através do software IRAMUTEq, com o qual se desenhou um quadro com quatro quadrantes onde se localizou o provável núcleo central e periférico da representação social. Os resultados, obtidos através da análise prototípica, indicam a relevância dos elementos centrais (maldade, magia, forças, crenças, bruxaria e medo) e periféricos (morte, inveja, cultura, sofrimento, ignorância e poder). Os estudantes universitários possuem uma visão racional sobre o “feitiço”, embora vivam atemorizados com as seus símbolos e as suas práticas. Sugerimos o aprofundamento do estudo para revelar outros aspectos sobre esta temática.

Palavras-chave: Representação social, núcleo central, periférico, feitiço.

The central and peripheral nucleus of social representations about spells in a sample of university students from Luanda

Abstract. The main aim of this article was to identify the social representation of the spell from Luanda university students as well as his practice implication, emphasizing his salience and structure. The theory of Jean Claude Abric related with the approach of social structure representation was chosen. In this study participated 77 students distributed according age (Means=28,47; SD= 6,75); gender (male=41,0; female=55,5%). For collected data, the procedure used was the technical of free words association. The data was processed through the IRAMTUTEQ software through him it was elaborated a table with four quadrant where it was located the probable central core. The results got through the prototypal analysis shows the relevance of the central core (badness; magic, power, beliefs, witchcraft) and peripheral (death, jealousy, culture, suffering, ignorance and fear). The university's student have a rational vision about the spell, although they live frightened with its symbols' and practice. We suggest deepening the study for reveal others issue of this problem.

Keywords: Social representation, central core, peripheral, Spell.

¹ DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10019160>

² Professor Associado do Departamento de Psicologia da Faculdade de Ciências Sociais (FCS) da Universidade Agostinho Neto (UAN).

Introdução

O feitiço é uma crença e, como tal, está excluído do conhecimento científico. A lei dos três estádios de Comte (1975), revela-nos que o feitiço aparece no estádio teológico (subestádio do feiticismo) onde os objectos possuem vida tal qual os seres humanos. O feitiço não deixa de ser uma forma de percepção da realidade, própria do conhecimento popular que, para Ander-egg (1978, p.13), é um conhecimento “superficial” e “subjectivo”, baseado no que “ouvi” e no que me “disseram”.

O conhecimento popular, hospedeiro do feiticismo, é incapaz de entrar na essência dos fenómenos. O feitiço não pode, por esta razão, ser um constructo ou uma variável latente. A variável latente não é observável, mas pode ser medida, depois de operacionalizada e descritos os seus indicadores, através das variáveis com ela relacionadas (Everitt, 1984, Bartholomew, Steel & Galbraith, 2002, Hill & Hill, 2012).

Se o feitiço, pelas razões apontadas, não pode ser encarado como uma categoria teórica- conceptual tal não impede de ser analisado a partir das suas práticas.

Os meios de comunicação social noticiam, quase diariamente, eventos desagradáveis originados por essa crença. É o caso ocorrido em Malange: um catequista, acusado de ser o causador da morte de várias pessoas, acabaria por ser espancado até à morte e submetido a um funeral pouco comum³ (Dias, 2006).

Um outro caso, ocorrido em Luanda, onde o maltrato a crianças acusadas de feitiçaria tem sido recorrente, um grupo de crianças, enclausurado num quarto com uma fogueira, foi forçado a inalar o fumo com gindungo⁴ (Bumba, 2008).

Outros casos são de pessoas que procuram enriquecer ou ascenderem profissional ou politicamente com o recurso à magia. Capita (2018) refere-se ao feitiço da jiboia⁵ e outras práticas que têm tido consequências danosas para os que a ele recorrem. Tudo isso leva-nos a conceber o feitiço como um DESTRUCTO. Este termo, por nós criado, ajuda-nos a descrever símbolos e práticas mais caracterizadas pelo lado destrutivo que pela sua conceptualização teórica. Isto é, o feitiço provê condutas mais conhecidas pelo seu lado maléfico do que pela explicação dos fenómenos em si.

Poucas reflexões analíticas têm sido feitas sobre o feitiço, o que não acontece com as suas práticas, como o *mayombola*. Trata-se de um fenómeno sobrenatural em que se presume que o feiticeiro “trabalha” com a alma de alguém (vivo ou morto) para fins de enriquecimento (Ribas, 2009; Chicoadão, 2005; Fernandes, 2015; Simões, 2015).

O feitiço baseia-se numa crença sobre um mundo oculto, cujos efeitos perniciosos foram apontados mais acima.

Considerando as representações sociais de alguns estudantes universitários da cidade de Luanda sobre o feitiço, objectivamos, com este trabalho, explorar a sua estrutura e as implicações práticas, enfatizando a saliência das mesmas através da abordagem estrutural das representações sociais (Abric, 2003). Para a recolha e tratamento dos dados, utilizaram-se, como procedimentos, a técnica da associação livre de palavras e a análise do núcleo central.

Duas questões centrais nortearam este estudo: como se desenha o quadro, com os respectivos quatro quadrantes, sobre a representação social acerca do feitiço? Nesse quadrante onde se localizam os prováveis núcleo central e periférico?

As Representações Sociais

As representações sociais têm sido objecto de vários estudos no âmbito da Psicologia Social, e não só. As representações sociais têm uma grande relevância prática em vários domínios da vida social. Elas estão constituídas por juízos, informações e mesmo atitudes, de carácter simbólico e interiorizadas por uma comunidade. Na sua essência, conformam os aspectos ideológicos de grupos sociais, possuindo, por isso, uma estrutura e dinâmica próprias (Rateau, 2000; Abric, 2003).

Também expressam igualmente a maneira como determinados grupos sociais constroem simbolicamente a realidade. Isto é, como elas são interiorizadas pelos membros de um determinado grupo social (Abric, 2003).

A teoria sobre o núcleo central

A teoria do núcleo central foi desenvolvida por Abric (2003), dando uma grande contribuição à teoria das representações sociais de Moscovici (1978). Analisa a estrutura interna das representações sociais, tendo em consideração os prováveis elementos constituintes, isto é, o Núcleo Central o Núcleo Periférico.

Os estudos sobre as representações sociais não se limitaram apenas à descoberta do núcleo central. Permitiram, igualmente, criar a teoria sobre o núcleo central, atendo-se ao facto de ele ser o elemento que constitui a representação social e desempenhar um papel importante na mudança das representações sociais (Abric, 2003). Esses estudos reforçaram a ideia de que, apesar da sua complexidade, as representações sociais são partilhadas por toda a comunidade, caracterizando e determinando a sua estrutura e dinâmica (Flament, 2003).

Para a revelação do núcleo tem-se recorrido ao método associativo. Este apela pela evocação livre, partindo de uma palavra indutora expressa numa frase do tipo: “que palavra vem à sua mente ao ler ou ouvir a palavra x ou ao ver a imagem x”?

A representação social surgiria, assim, através de duas categorias definidas por Abric (2003): a *saliência* (frequência em que aparece uma palavra, que lhe confere a importância) e a *conectividade* (grau de similitude) das evocações referidas pelos sujeitos. Logo, as probabilidades para uma determinada palavra pertencerem ao núcleo central é tanto maior quanto mais alta for a frequência e baixa a ordem de evocação (Vergès, 1991; Wachelke e Wolter, 2013).

Apresentamos, mais abaixo, as equações utilizadas na construção do quadro de Vergés.

Ilustração 1- Equações para a construção do quadro de Vergés

$$OME = \frac{\sum_1^n E_n x_n}{f} : \text{Equação 1}$$

$$f \text{ média} = \frac{\sum_1^n f}{n} : \text{Equação 2}$$

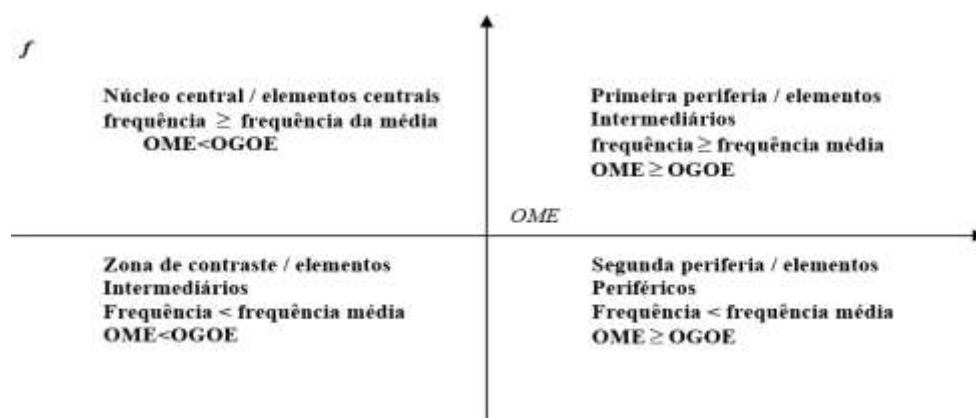
$$OME \text{ média} = \frac{\sum_1^n OME}{n} : \text{Equação 3}$$

Onde

- E_n** Números de evocações para uma hierarquia;
- n** Hierarquia relativa ao termo evocado;
- n** Total de termos;
- f** Frequência total de evocações para as palavras evocadas.

Fonte: Abric (2003, p.64)

Estas equações operacionalizadas permitem-nos obter o quadrante das representações sociais, ou seja, o modelo de quadro de Vergés, que se pode ver mais abaixo, com a estrutura do quadrante (quatro casas) e as formas de interpretação.

Ilustração 2- O modelo do quadro de Vergés e as formas de interpretação

Fonte: Vogel (2016, p. 95)

Alguns estudos sobre o núcleo central

De entre os vários estudos, começamos por referir o de Guimelli e Rouquete (1992). Estes autores debruçaram-se sobre a influência dos modelos de esquemas cognitivos de base para a análise da estrutura das representações sociais, partindo da associação de palavras. O modelo SCB (*schèmes cognitifs de base*¹), elaborado a partir das respostas dos inquiridos sobre as razões que os levaram a relacionar a palavra indutora e a palavra induzida, permitiu analisar a estrutura das representações sociais. De acordo com este modelo, existem conectores agrupados em cinco esquemas cognitivos de base

¹ Esquema cognitivo de base.

(Guimelli, 2003).

Num outro estudo (Rateau, 2000) testou experimentalmente a hipótese sobre a existência de uma relação entre a ideologia, a representação social e as atitudes no âmbito da teoria do núcleo central. Para o efeito, foram realizadas três experiências a partir de uma representação do grupo ideal. Na primeira experiência, verificou-se que a não-aceitação de uma representação pelo questionamento de um elemento do núcleo central, leva a uma mudança de atitudes nos sujeitos. A segunda experiência mostrou que o sujeito quando se conforma com as características dos elementos do núcleo central, o objecto não é reconhecido se o mesmo se inscrever numa estrutura ideológica contrária à sua. Por fim, a terceira experiência mostrou que se o objecto estiver em desacordo com uma característica do núcleo central, é apenas reconhecido como representação caso tenha a ver com o contexto ideológico dos sujeitos.

Vergès (1992) investigou as representações sociais, baseadas no núcleo central sobre a economia, centrando-se nas palavras associadas ao dinheiro. Para o efeito, trabalhou com uma amostra de 400 franceses adultos do género masculino, 400 do género feminino, oriundos das escolas normais, e 48 estudantes universitários. Numa entrevista realizada através de chamadas telefónicas, revelaram-se as seguintes representações associadas ao dinheiro: a) ganho de dinheiro; b) o dinheiro como meio para a satisfação das necessidades e alcance do bem-estar e conforto; c) o tipo de compras; d) o orçamento familiar; e) instituições financeiras e o comércio; f) a essência do dinheiro; g) aspectos éticos e morais relativos ao dinheiro e, por fim, h) os aspectos políticos relacionados com o dinheiro.

Por fim, Michel (1999) centrou o seu estudo nas marcas de produtos comercializados o que o levou a criar a abordagem das representações sociais de marcas. No seu estudo, a autora conclui que a marca é um objectivo social, organizado em torno do núcleo central e do núcleo periférico.

Representações sociais crenças vs mitos

Os estudos acerca das representações sociais sobre o feitiço ou feitiçaria são escassos ou mesmo nulos, sobretudo estudos no âmbito da teoria estrutural das representações sociais.

Um estudo centrado em questões essenciais do *umbanda* e do *candomblé*, relacionando com a “*Gruta da Macumba*” e a “*Gruta do feitiço*”, foi realizado com a intenção dos autores compreenderem dum lado estas práticas. Do outro, saber como essas manifestações se desenvolvem nos descendentes africanos brasileiros, destacando-se a função social das cavernas e associação desta com as distintas formas de religião (Guimarães, Travassos, Góis e Varella, 2011).

Outro estudo, intitulado “*Fears of flying: representations of witchcraft and sexuality in early sixteenth-century Germany*”, foi realizado por Zika (2015). Tratou-se de uma abordagem de género nas representações sobre o feitiço na Alemanha no início do século XVI. Na sua análise, o autor descreve a evolução da representação social da mulher feiticeira. Assim, em meados do século XVI, representava-se a mulher voando numa forquilha, vassoura ou num animal, espalhando o mal pelo mundo. O autor conclui que essa imagem reflecte a ameaça que pende sobre a sexualidade feminina e que a caça às bruxas, ligada ao género e à ideologia da sexualidade, é uma forma de oposição à mulher e à cultura feminina.

Participantes e sua caracterização

O estudo foi realizado na Faculdade de Ciências Sociais afecta à Universidade Agostinho Neto, junto dos estudantes dos cursos de Psicologia, Gestão e Administração Pública. A escolha deveu-se ao facto de estes cursos serem representativos na referida Faculdade. Os participantes, um total de 77 sujeitos, foram distribuídos em função das seguintes variáveis sócio- demográficas: género (41,0% masculino e 55,5% feminino). Idade: (média = 28,47; desvio-padrão de 6,75; mínima de 20 anos, máxima de 43 anos, mediana nos 26 anos). E, por fim, a variável curso (Psicologia do trabalho = 50,6%; Psicologia Criminal = 22,0%; Gestão e Administração Pública = 27,4%).

Instrumentos e procedimentos

O questionário estava composto de duas partes: uma, relativa às variáveis sociodemográficas (género, curso e idade) e outra, relativa aos estímulos indutores, com recurso à técnica da associação livre de palavras.

Os critérios éticos foram verificados através do consentimento informado. Cada participante informou ter participado de livre vontade no estudo e não ter sido coagido por qualquer forma.

Conforme a técnica da associação livre das palavras, pediu-se aos estudantes para escreverem na folha de aplicação, quatro palavras que lhe viessem à mente diante da expressão “*feitiço*”. Em seguida, solicitou-se aos mesmos que, de entre as palavras evocadas, escolhessem a mais importante numa escala ordinal (1º lugar, 2º lugar e 3º lugar).

A colheita dos dados foi feita no ano lectivo de 2017. As informações obtidas foram registadas numa planilha Excel. Para o seu tratamento utilizaram-se dois softwares, nomeadamente, o PASW Statistiques versão 18 e o IRaMuTeQ (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*) 0.7 alpha 2, desenvolvido por Ratinaud (2009) para análises estatísticas sobre corpus textuais e as matrizes (frequências, similitudes e análises prototípicas).

Com o *software* IRaMuTeQ calcularam-se as frequências simples e múltiplas, para se conhecer a ocorrência das palavras referidas na primeira evocação e o total de evocações, respectivamente. Com o *software* IRaMuTeQ calcularam-se as frequências simples e múltiplas para conhecer as frequências da primeira evocação e o total de evocações, respectivamente.

Efectuou-se igualmente a análise das similitudes e a prototípica para desvendar o núcleo central e o periférico.

Resultados do estudo

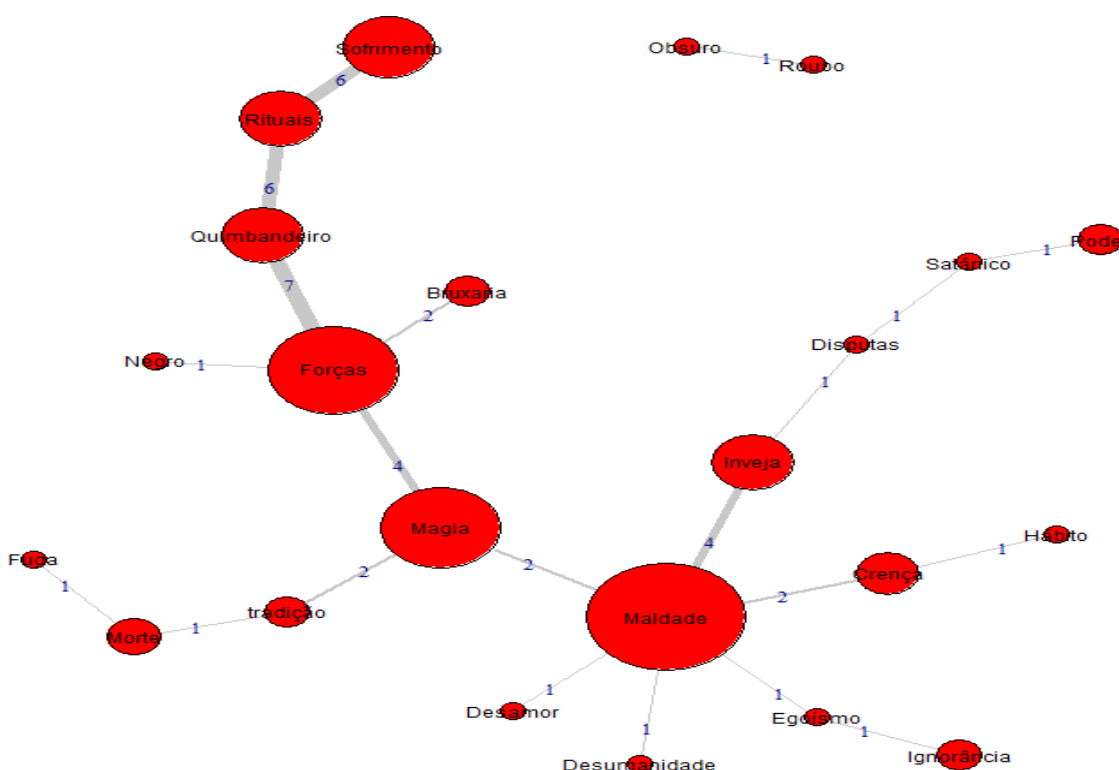
O quadro 1 apresenta as frequências de evocação distribuídas em função do género. Os sujeitos do género masculino (41,0% da amostra), evocaram o menor número de palavras, isto é, 32 (42,1%), comparativamente ao género feminino, (55,5% da amostra) com 44 palavras evocadas (57,8%). Isto denota haver um maior número de evocações em função do tamanho da amostra.

Quadro 2: Quadrante de Vergés (Género feminino)

		≤ 2.27		$f > 2.27$	
FEMININO	Termo	<i>f</i>	OME	Termo	OME
	Maldade	15	1.4	Magia	2.4
	Forças	12	1.7	Quimbandeiro	7.3
	Termo	<i>f</i>	OME	Termo	<i>f</i>
	Poder	3	2	Morte	3
	Bruxaria	3	1.7	$f > 4.48$	
	Tradição	3	1		
		$f < 4.48$			

A árvore máxima de similitude das evocações relativa aos sujeitos do género feminino pode ser vista na ilustração nº2, abaixo apresentada.

Ilustração 4- Árvore máxima de similitude relativa ao género feminino



Observa-se uma polarização das palavras à volta de dois termos, “*maldade*” e “*força*”, conferindo às representações sociais sobre o “feitiço”, para o género feminino, uma maior centralidade e complexidade. Notem-se as ligações fortes entre o termo “*forças*” e as palavras “*bruxaria*” e “*quimbandeiro*” e o termo “*maldade*” com as palavras “*inveja*”, “*crença*”, “*egoísmo*” e “*desumanidade*”.

Por fim, efectuou-se uma análise global que aparece mais abaixo.

No quadro nº 3, obtido através da análise prototípica do IRAMUTEq, os dados das ocorrências distribuem-se em quatro quadrantes. Podemos visualizar nos mesmos, o núcleo central, os elementos de contraste e os periféricos.

Para interpretar o quadro, devemos considerar o quadrante superior esquerdo onde se localizam as palavras constituintes do núcleo central da representação, o quadrante superior direito, a primeira periferia e os elementos de contraste, ou seja, os quadrantes inferiores direito e esquerdo (Abric, 2003).

Quadro -3 Quadro de Vergés global

Média da Ordem de evocação							
<= 2.31 (Núcleo central)				> 2.31 (Núcleo periférico)			
	Termo evocado	Freq.	Ordem de evocação	Termo evocado	Freq.	Ordem de evocação	
Média das frequências	maldade	29	1.8	morte	12	2.4	
	magia	24	1.9	inveja	11	2.7	
	forças	12	2	cultura	8	2.8	
	crenças	8	2	sofrimento	6	2.8	
	bruxaria	8	1.6	ignorância	6	2.8	
	medo	7	2.1	poder	5	2.6	
	Zona de contraste	tradição	4	1	espiritismo	4	2.5
		maldição	3	2	pobreza	4	3
		prejudicial	3	2.3	mito	3	2.7
		oculto	3	1	quimbandeiro	3	3
		sobrenatural	3	2.3	ritual	3	3
		negro	2	2.3	destruição	3	3
		prática	2	1.5	ganância	2	3.6
		falta	2	2	separação	2	2.5
					inexistente	2	
					maligno		
					encanto		
					vingança		
					desgraça		
			ocultismo				
			raiva				
			tradição				
			ódio				
			dor				

Segunda periferia

Olhando para o quadro, verificamos que no primeiro quadrante, onde está provavelmente localizado o núcleo central, aparecem os seguintes termos centrais: *maldade, magia, forças, crenças, bruxaria e medo*.

No núcleo periférico, aparecem-nos os elementos, *morte, inveja, cultura, sofrimento, ignorância e poder*.

No quadrante inferior esquerdo (zona de contraste) estão os termos, *tradição,*

maldição, prejudicial, oculto, sobrenatural, negro, prática e falta.

Na segunda periferia, quadrante inferior direito, estão localizados vários termos, tendo alguns, frequências nulas, como: *espiritismo, pobreza, mito, quimbandeiro, ritual, destruição, ganância, separação, inexistente*. Esses elementos, assim distribuídos pelos quatro quadrantes, mostram-nos os vários sentidos que os estudantes universitários atribuem a essa forma de crença mística.

No provável núcleo central, a palavra “*maldade*” é enfatizada por pressupor a ligação muito estreita entre o acto de feitiçaria e a maldade. Esta asserção é corroborada por autores que se centram nos estereótipos e preconceitos relativos à cultura feminina e da mulher (Przybylski, 2010), que analisam os seus símbolos e práticas (adivinhações e acusações de feitiçaria) (Neto, 2006) e os que estudam os discursos dos média relativos a nossa contemporaneidade (Brasiliense, 2009).

O termo “*magia*”, o segundo elemento do provável núcleo central, é susceptível de interpretação como algo relativo ao mundo do ocultismo e do espiritismo.

A prática da feitiçaria em certas comunidades, geralmente realizada por curandeiros, esteve sempre ligada à magia, dando poder aos que a exercem como, por exemplo, os curandeiros (Strauss, 1975).

A palavra “*força*” aparece-nos no sentido de se conceber o feitiço não como algo estático, mas como uma representação dinâmica. Trata-se de forças ocultas com o poder de agir, através da invocação, na mudança de comportamentos ou mesmo aspectos relativos à natureza. Cientificamente, estamos diante do que Ferreira (1986) considera uma “concepção irracional” (p.1064).

A palavra “*crença*” indica a ênfase dada nas convicções ou na opinião formada de um indivíduo sobre algo. No entanto, a crença, ou seja, acreditar em algo pode implicar igualmente o seu descrédito segundo as experiências que se vão acumulando (Rowley, 2007).

Os termos “*bruxaria e medo*”, igualmente integrantes do provável núcleo central, estão, de modo intrínseco, associados entre si. Para Cardoso (1969), centrando no mundo infantil onde a bruxaria é fantasiada e com medos à mistura, trata-se de uma forma de violência para a criança.

Em síntese, pode dizer-se que esses resultados indicam uma destacada saliência dos elementos *maldade, magia, forças, crenças, bruxaria* nas representações sociais de feitiço, o que, relacionado com o elemento *crença*, está em consonância com o que preconizamos mais atrás.

Os elementos periféricos podem ser vistos nos três outros quadrantes. Estes ajudam-nos a compreender outros sentidos, quiçá mais amplos, que os estudantes universitários atribuem a essa crença. O sistema periférico, de acordo com Abric (2003), protege o núcleo central, actualizando-o e contextualizando-o sob o ponto de vista normativo. Assim, os elementos periféricos, para além de se diferenciarem em função das experiências do dia-a-dia, relacionam a realidade social, concreta com o sistema central. Radica, nesta linha de ideias, a sua importância como o lado prático das representações sociais sobre o feitiço. No quadrante superior direito, aparecem as palavras “*morte*”, “*inveja*”, “*cultura*” “*sofrimento*”, apenas para citar algumas. Elas apresentam-se como a concretização do núcleo central no âmbito das relações sociais. Conforme Abric (2003), os termos que aparecem nesse quadrante prescrevem e regulam determinados comportamentos. Os termos “*tradição*”, “*maldição*”, “*prejudicial*”, “*oculto*”,

“sobrenatural” “negro”, “prática” e “falta” podem ser vistos no quadrante inferior esquerdo, constituindo, portanto, a zona de contraste.

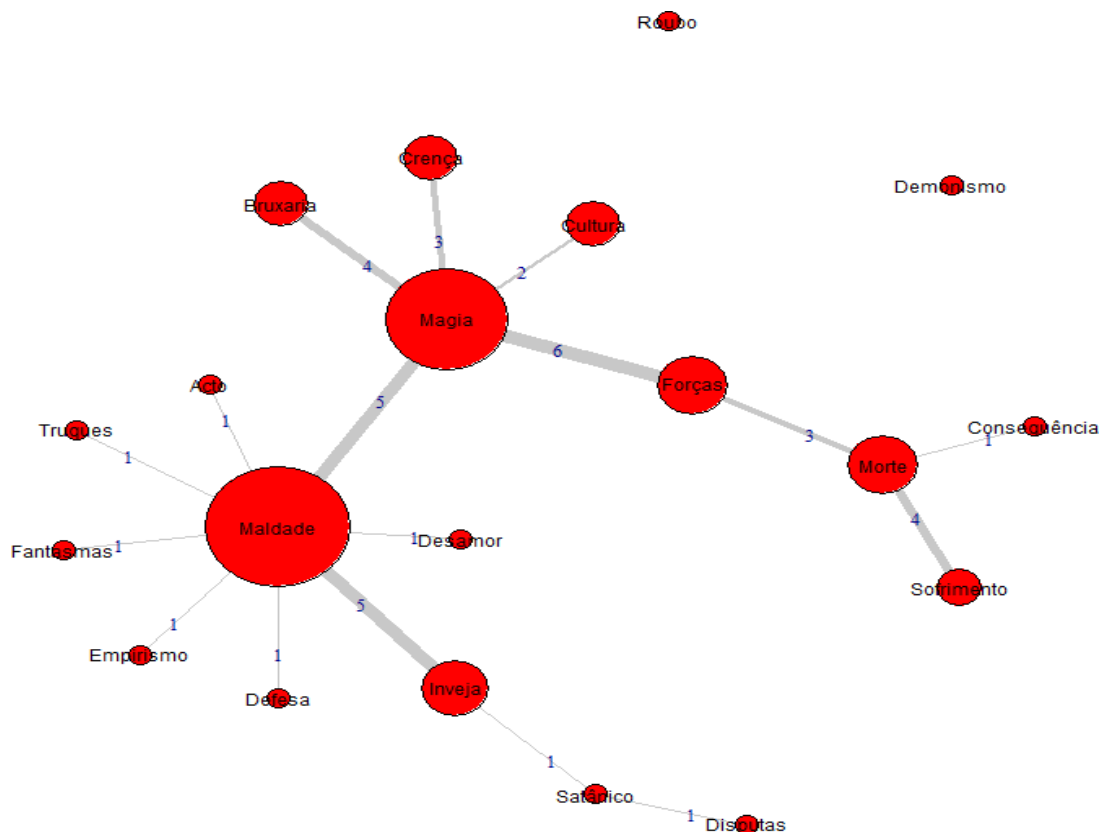
De acordo com Abric (2005), as palavras que aparecem neste quadrante alteram os termos do núcleo central e denotem as variações sofridas pelas representações em função dos subgrupos. Para o nosso estudo, e como se pode observar, um dos elementos contrastante está plasmado nos termos, “tradição” e “prejudicial”.

Por último, no quadrante inferior direito aparecem-nos, apenas para citar algumas, as palavras, “espiritismo”, “pobreza”, “mito”, “quimbandeiro”, “ritual”, “destruição”, “ganância”, “separação” e outras. Para Abric (2005) os elementos presentes neste quadrante são os mais susceptíveis de mudança. Também revelam igualmente as agressões que se sofre em função dos elementos que se encontram no núcleo. A título de exemplo, podemos referir o termo “magia”, constante no núcleo central e “destruição” que aparece nesse quadrante.

Outra análise importante é a da árvore máxima de similitude, conforme se vê mais abaixo na ilustração nº5.

Podem notar-se, na árvore, a polarização das palavras à volta de dois termos, “magia” e “maldade” tal como sucedeu na árvore referente ao género. Uma questão considerada por nós, pertinente na árvore, tem a ver com os termos distantes das duas palavras polarizadas. Estas simbolizam, para nós, elementos pouco ou quase nada relacionados com as representações sociais sobre o feitiço por parte dos estudantes universitários. É o caso dos termos “roubo”, “truques”, “fantasmas”, “disputas” e “demonismo”.

Ilustração 5 - Árvore de máxima similitude relativa a análise global da representação social sobre o feitiço



Os resultados a que se chegaram indicam a relevância dos elementos centrais (*maldade, magia, forças, crenças, bruxaria e medo*) e periféricos (*morte, inveja, cultura, sofrimento, ignorância e poder*). Tais elementos podem ser tomados em conta na mudança das crenças e, em última instância, na mudança de atitudes em relação à representação social do feitiço. A partir desses resultados podemos afirmar que os estudantes universitários apresentam uma visão e um discurso racional sobre o “feitiço”, embora, na prática, vivam atemorizados com os seus efeitos. Propomos, portanto, a partir desses resultados, a realização de investigações no âmbito da Psicologia Social, Antropologia e Sociologia para se aprofundar este tema.

Uma das razões tem a ver com facto de os conhecimentos prévios dos estudantes, onde se podem incluir as crenças místicas, poderem interferir na formação do pensamento científico e mesmo na aprendizagem dos conceitos escolares.

O nosso estudo também indica a necessidade de olhar para as representações sociais sobre o feitiço na perspectiva de género.

Por fim, destaca-se a necessidade de se dar continuidade aos estudos, inquirindo cada participante sobre o porquê da escolha das palavras evocadas. Poder-se-á, para o efeito, recorrer à análise de conteúdo para fazer emergir outros elementos e significados da representação social sobre o feitiço, que este estudo não pôde revelar.

Referências bibliográficas

Abric, J. C. (2003). L'étude expérimentale des représentations sociale. In *Les représentations sociales* Paris: Presses Universitaires de France, 203-223. <https://doi.org/10.3917/puf.jodel.2003.01.0203>

Abric, J. C. (2005). A zona muda das representações sociais». In: Oliveira e Campos (orgs). *Representações sociais, uma teoria sem fronteiras*. Museu da República, 23-34.

Ander-Egg, E. (1978). *Introducción a las técnicas de investigación social: para trabajadores sociales*. 7.ed. Humanitas.

Aristóteles, B. N. (2006). De divinações xamânicas e acusações de feitiçaria: imagens Wauja da agência letal. *Mana*, 12(2), 285–313.

Bartholomew, D. J., Moustake, I; Steele, F.; Galbraith, J. (2002). *The Analysis and Interpretation of Multivariate Data for Social Scientists*. Chapman & Hall/CRC.

Brasiliense, D. R. (2009). Os vestígios da monstruosidade na feitiçaria e na loucura e os discursos contemporâneos da mídia sobre os sujeitos criminosos. *Fronteiras-estudos midiáticos*, 11(2), 123–136. <https://doi.org/10.4013/5048>.

Bumba, F. (2006). Feitiçaria continua a fazer vítima. *Jornal Apostolado*. <http://www.angonoticias.com>, consultado no dia 09 de Agosto de 2018.

Capita, B. (2011). Poder e riqueza à base de magia. *Jornal de Angola* (Luanda), 16 de Janeiro.

Cardoso, O. B. (1969). *Fantasia, violência, e medo na literatura infantil*. Conquista.

Chicoadão (2005). *As origens do fenómeno Kamutukeleini e o direito costumeiro*

ancestral angolense aplicável. Instituto Piaget.

Claude, F. (2001). Estrutura e dinâmica das representações sociais. In Jodelet, D. (Orgs.), *Representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 173-186. <https://doi.org/10.1590/1807-03102016v28n2p407>

Comte, A. (1975). *Auguste Comte and positivism: the essential writings*. London, Transaction Publishers.

Dias, A. (2008) Caso das feiticeiras é levado aos tribunais. (Fonte: Rádio Nacional e Jornal de Angola.) <http://www.angonoticias.com/Artigos/item/20221/> consultado no dia 09 de Agosto de 2018.

Everitt, B. (1984). *Introduction to latent variable models*. London: Chaman and Hall. Fernandes, O. (2015). A mayombola como arte sobrenatural de enriquecimento: considerações sobre a mercantilização do oculto. *Mulemba*, 5(9), 101-128. DOI:[10.4000/mulemba.365](https://doi.org/10.4000/mulemba.365)

Ferreira, A. B. de H. (1986). *Novo dicionário da língua portuguesa*. 2.ª edição. Rio de Janeiro. Nova Fronteira, p.1064.

Guimarães, R. L. Travassos, L. E. P. Góis, A. J., Varella, I. D. (2011). Cavernas e religião: os rituais de matriz africana na gruta da Macumba e na gruta do Feitiço, Lagoa Santa, Minas Gerais. *Raega - O Espaço Geográfico em Análise*, (23), 263-288. <https://doi.org/10.29327/4313651>

Guimelli, C., & Rouquette, M.L. (1992). Contribution du modèle associatif des schèmes cognitifs de base à l'analyse structurale des représentations sociales. *Bulletin de Psychologie*, 45(405), 196-202.

Guimelli, C. (2003). La déviance vue par les instances chargées du maintien de l'ordre. In Jean Claude Abric (Org.) *Exclusion sociale, insertion et prévention*. Toulouse: Érès, 125-136.

Hill, A. Hill, M. M. (2012) *Investigação por questionário* (2a ed. rev. e corrigida). Lisboa: Edições Sílabo.

Michel, M. G. (1999). L'évolution des marques. Approche par la théorie du noyau central. *Recherche et Applications en Marketing*, (14), 33-53.

Moscovici, S. (1978). *A Representação social da psicanálise*. Rio de Janeiro, Zahar. Przybylski, M. P. (2010). A figura feminina e o estereótipo da maldade: o exemplo de "La Corriveau". *Anuário de Literatura*, 15 (2), 78-94.

Rateau, P. (2000). Idéologie, représentation sociale et attitude : étude expérimentale de leur hiérarchie », *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 13, (1), 29-57.

Ratinaud, P. (2009). Iramuteq : Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires. www.iramuteq.org, consultado no dia consultado no dia 09 de Agosto de 2018.

Ribas, Ó. (2009). *Ilundo*. Mercado de letras.

Rowley, A. (2007). *Leadership Therapy: Inside the Mind of Microsoft*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

- Simões, A. (2015). *O feitiço da rama de abóbora*. Leya para o GRECIMA.
- Strauss, C. L. (1975). *Antropologia Estrutural*. Tempo Brasileiro.
- Verges, P. (1991). Représentations sociales de leconomie: une forme de connaissance. In: Jodelet, D. (orgs.), *Les représentations sociales*. (2 ed.). Paris: PUF, 387- 405.
- Verges, P. (1992). L'évocation de l'argent: une méthode pour la définition du noyau central de la représentation. *Bulletin de Psychologie*, 45 (405), 203-209.
- Vogel, M. (2016). Influências do PIBID na Representação Social de licenciandos em Química sobre ser “professor de Química”. *Tese de Doutorado* – Faculdade de Educação, Instituto de Física, Instituto de Química e Instituto de Biociências – Universidade de São Paulo.
- Wolter, R. P. Wachelke, J. (2013). Índices de distribuição de evocações: Raridade, diversidade e comunidade de corpora de representações sociais. *Revista de Psicologia: Teoria e Prática*, 15, 119-129.
- Zika, C. (1989). Fears of flying: representations of witchcraft and sexuality in early sixteenth-century Germany. *Australian Journal of Art*, 8, (1), 19-47.

SOBRE OS ORGANIZADORES

DOMINGOS BOMBO DAMIÃO

Possui Licenciatura em Psicologia pela Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Agostinho Neto. Tem experiência na área de Ensino, Psicologia, Gestão, Administração e Pesquisa. Actualmente é membro do Conselho Editorial da Academicus Magazine: Revista Multidisciplinar e da Editora Científica Digital. Trabalhou no Complexo Escolar Privado Fisiocrata, Complexo Escolar Privado Lapidar e no Complexo Escolar Patrícia de Rosas.

LUKAMBA J. JOAQUIM

Licenciado em Psicologia Criminal e Mestrando em Ciências Jurídico-Criminais pela Universidade Agostinho Neto, actualmente exerce a profissão de Psicólogo na Clínica de Psicologia Humanista e Co-Locutor do Programa "Espaço Mental" na Rádio Nova 102.5 FM.

BRUNO APOLINÁRIO PINTO DALA

Licenciado em Psicologia, Mestre em Publicidade e Marketing. Actualmente trabalha como professor universitário, lecionando as cadeiras de Metodologia de Investigação Científica, trabalha como pesquisador e é o coordenador da Academicus Magazine: Revista Mutidisciplinar.

MARCOS VITOR COSTA CASTELHANO

Graduado em Psicologia pela UNIFIP, sendo especialista em Saúde Mental - FAVENI.

ANNA CAROLINA DE MEDEIROS GOUVEIA SOUTO

Professora Universitária e Advogada. Bacharela em Direito pelas Faculdades Integradas de Patos – FIP. Especialista em Direito Público com ênfase em Gestão Pública. Membro do grupo de pesquisas Ética, Direitos Humanos e Alteridade. E-mail para contato: annagsouto@gmail.com.

GUSTAVO HENRIQUE QUEIROZ DOS SANTOS

Professor Universitário e Advogado. Bacharel em Direito pela Faculdade de Integração do Sertão – FIS. Mestre em ciências jurídicas pelo PPGCJ – Programa de pós-graduação

em ciências jurídicas da Universidade Federal da Paraíba (Bolsista CAPES durante o mestrado). Doutorando em ciências jurídicas pelo PPGCJ – Programa de pós-graduação em ciências jurídicas da Universidade Federal da Paraíba. Vice-líder do grupo de pesquisas Ética, Direitos Humanos e Alteridade. E-mail para contato: ghenriquequeiroz@gmail.com.