

GUERRA À CANDONGA E SUAS ORIGENS

❖ Cabo Delgado dá passos significativos

Por Albano Naroromele

A turbulenta cena que se desenrolava a poucos metros da 1.ª Esquadra da PPM em Pemba teria sido uma das mais divertidas da minha vida, se os rostos sorridentes e inocentes dos participantes carecessem daquela severa denúncia de uma questão má.

Naquela tarde, um grupo de jovens dos seus 10 a 15 anos, interrompeu o seu programa num dos campos de futebol situado algures no subúrbio periférico da cidade, para interpelar um garoto da mesma idade que defendia como sua a propriedade de cinco patos à venda ao preço de 500,00 MT cada.

O pequeno-comerciante forneceu agilmente exemplos de preços ainda mais exorbitantes na venda de latinhãs de amendoim, farinha de milho, peixe frito, expostos às intempéries dos bazares debaixo de cajueiros. Contudo nenhum dos seus interlocutores se deixou levar pela artimanha, com a agravante de que o interpelado não se recordava perfeitamente do local de proveniência das aves e nem tinha residência fixa na cidade.

«Eh! sócios: isto é 'candongá'» — denunciou triunfante um deles que propôs imediatamente a entrega do problema à polícia.

E o grupo arrastou-se com o pequeno «candongueiro» e o seu material ao meio, em direcção à 1.ª Esquadra, entoando uma canção improvisada, cuja letra aludia ao combate à «candongá».

Soube mais tarde que este tipo de combate está a ser estimulado por uma decisão das estruturas provinciais do Partido e Estado, as quais declararam, recentemente, uma guerra aos candongueiros.

Mas o combate contra os traficantes de produtos de primeira necessidade, anunciado pelo Governador Armando Panguene numa reunião por si orientada, resultou no levantamento de um rigoroso inquérito sobre as diversas formas de manifestação daquela perniciosa prática, não constitui medida para sanar apenas uma situação simples como parece a história que acabamos de registar.

Em Cabo Delgado, a «candongá» está a atingir proporções alarmantes, revelando até tendências nítidas para estender o seu domínio aos distritos e aldeias e enraizar-se.

Na presente campanha de comercialização agrícola, a situação torna-se ainda mais desconcertante, de tal maneira que a AGRICOM já disse: **Não se consegue controlar o plano com «candongueiros».**

De entrevista, este encontro com os responsáveis da Comercialização, passara subitamente para uma palestra, que podia ser subordinada ao tema: «'Candongá', um torpe parceiro da AGRICOM.»

Os diversos dados registados no limitado espaço do quadro preto à minha frente eram frequentemente substituídos por novos exemplos — normalmente mais teóricos do que práticos — empenhados em elucidar cada vez melhor as causas e consequências da «candongá», à parte os variados moldes de combate a este mal.

Os que desviam produtos não são elementos intervenientes na campanha — estão convencidos os responsáveis da AGRICOM, que esclarecem — **são indivíduos que vivem com a população, não têm profissão, mas querem dinheiro. Vão às lojas e compram, às escondidas, alguns produtos a preços elevados e depois revendem-nos ao dobro.**

Os artigos adquiridos através da «porta-do-cavalo», caminham por circuitos ilegais sofisticadamente montados para darem entrada no mercado paralelo. Aqui, os vigaristas, munidos dos seus produtos e dinheiro suficiente para suportar os preços, conseguem convencer os camponeses que os preços de 15 a 30 meticais o quilo de milho, de amendoim ou feijão, são mais justos do que os praticados pela Comercialização.

Um parêntesis: se os «candongueiros» compram produtos às escondidas, significa que alguns comerciantes estão comprometidos no «negócio». Logo, este é dirigido de longe pelos grandes burlões (estes intervêm na campanha) vivendo nas aldeias apenas os «assalariados» da «candongá».

O facto de os prevaricadores vi-

verem com a população, confere-lhes uma grande vantagem que a AGRICOM não tem e não terá, se a perspectiva de formar para o ano elementos permanentes seus nas comunidades, não passar de uma pura ameaça àqueles incômodos parceiros.

Além disso, a escassez de abastecimentos às comunidades rurais e urbanas, constituindo simultaneamente a principal causa e estímulo da «candonga», afecta também instituições oficiais, tais como centros educacionais em regime de internato. Estes estabelecimentos, fiéis ao princípio de contar com as próprias forças, e ao abrigo de uma credencial carimbada e assinada pelas estruturas competentes, recorrem às aldeias.

Aqui, as Cooperativas de Consumo vendem o milho que adquiriram ao camponês ao preço de 15 meticais, o quilo. Evidentemente que este último negócio deve observar margens de lucro ou coisas no género.

— **Portanto, vocês também se deixaram levar?** — fiz esta pergunta ao presidente da Cooperativa de Ntamba, no distrito de Palma, durante uma visita ao armazém com largas dezenas de sacos daquele produto. Na altura, ainda não tinha iniciado a Campanha de Comercialização Agrícola, e como é que agora vocês vão convencer o camponês a vender-vos o milho ao preço legal, que é baixo em relação ao ilegal?

Os cooperativistas ficaram por discutir o assunto: eles são um dos maiores intervenientes na campanha.

Mas a coisa não pára aqui. Ao longo dos preparativos da campanha houve empresas ou instituições do Estado que igualmente credenciadas, se descolaram a Mueda, onde, após o «visto» oficial das estruturas locais, percorreram aldeias para comprar milho e outros produtos. Ai, uma vez exibida a licença para o efeito, os camponeses impuseram os preços, sem qualquer discussão.

Estes pormenores têm uma atenuante (AGRICOM não os mexeu na entrevista), se tivermos em linha de conta que os mesmos visaram a resolução legal de um problema grave. Não foram, porém, legais os preços praticados. Creio no entanto que não existem «candongueiros credenciados» aqui, como se apregoa vulgarmente por aí: Talvez chamar-lhes, segundo os camponeses a **outra brigada de comercialização**.

Está fechado o parêntesis e os responsáveis da AGRICOM prosseguem com a entrevista: **A candonga desacredita o Estado, transgride uma lei. Os candongueiros compram produtos para consumo. Depois vendem nas zonas onde mais se necessitam. Mas não compram o gergeim, o girassol, a cera, o rícino e a calomba.**

No quadro preto, os exemplos anteriores estavam agora substituídos por alguns números, porque acabávamos de nos debruçar sobre as implicações que advêm da existência de mais dinheiro nas aldeias (devido aos preços exorbitantes dos produtos) contra menos artigos de primeira necessidade.

Isso provoca a inflação — alerta um dos interlocutores, acrescentando que as populações não se apercebem da situação, uma vez que a ignoram pura e simplesmente: **Posso dar um exemplo: como os candongueiros não conseguem comprar e escoar tudo numa vez, a população guarda os seus produtos até que outros burões apareçam.**

No entanto, o combate agora aceso, promete algumas derrotas ao mercado paralelo, mesmo nos períodos em que a AGRICOM é obrigada a observar com rigorosidade alguns conceitos inerentes à qualidade dos produtos a adquirir, nomeadamente a humidade.

A agudização da vigilância é notória nos postos de controlo rodoviário, onde já se combateu a confusão e a arbitrariedade em distinguir o produto da «candonga» e aquilo que está longe disso.

Mas, já se sabe, para acabar com a «candonga» é preciso maior produção nas machambas estatais e cooperativas — opinam os entrevistados.