

## O GARIMPEIRO NO MERCADO DE ROUPAS DE SEGUNDA-MÃO NO COMÉRCIO INFORMAL EM JUIZ DE FORA

*Ronan de Almeida Siqueira*<sup>1</sup>

### RESUMO

Esta pesquisa trata de um tema contemporâneo pouco explorado dentro do contexto do consumo, que são as práticas e relações sociais distintas dos padrões clássicos do mercado formal dos objetos novos. A partir da minha participação no âmbito comercial das roupas de segunda mão no comércio na cidade de Juiz de Fora – MG, destaco a importância da atividade do garimpeiro de roupa, que se apresenta como peça fundamental para a circulação de mercadoria específica e produção do valor das roupas usadas. Esta pesquisa pretende revelar características que delimitam essa atividade, enquadrada na pluralidade dos trabalhos informais, que adota práticas específicas no comércio. A investigação deste tema é uma tentativa de ultrapassar as noções convencionais do mundo da moda e vestuário, na medida em que o personagem social atua diretamente na separação, distinção, e classificação de produtos para a revenda. Sua atuação é responsável pela qualificação do produto e a reinserção de roupas no mercado.

**PALAVRAS-CHAVES:** Consumo, mercado informal, moda, brechó, garimpeiro

### THE SECOND-HAND CLOTHING THRIFTER IN THE INFORMAL TRADE MARKET IN JUIZ DE FORA

### ABSTRACT

This research deals with a contemporary theme little explored within the context of consumption, which are practices and social relations distinct from the classic patterns of the formal market for new objects. From my participation in the commercial field of secondhand clothes in the city of Juiz de Fora - MG, I emphasize the importance of the *thrifter* activity, which presents itself as a fundamental piece for the circulation of specific merchandise and value production of used clothes. This research intends to reveal characteristics that delimit this activity, framed in the plurality of the informal works that adopts specific practices in the commerce. The investigation of this theme is an attempt to surpass the conventional notions of the world of fashion and clothing, insofar as the social character acts directly in the separation, distinction, and classification of products for the resale. Its performance is responsible for the qualification of the product and the reinsertion of clothes in the market.

**KEYWORDS:** Consumption, informal market, fashion, thrift stores, thrifter

---

<sup>1</sup> Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal de Juiz de Fora, (UFJF – PPGCSO). 36036-900, Juiz de Fora - MG, Brasil. Bolsista da CAPES, Ministério da Educação do Brasil, Brasília – DF 70040-020. Email: [nanderonan@gmail.com](mailto:nanderonan@gmail.com)  
Trabalho realizado para a conclusão de curso, para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Sociais, orientado pela Professora Rogéria Campos de Almeida Dutra.

CSOnline – Revista Eletrônica de Ciências Sociais, Juiz de Fora, n. 24 (2017) Dez., pp. 1-309.

## **Introdução**

A natureza da vida urbana pode ser associada às dinâmicas existentes no mercado, determinada pela produção e fluxo de mercadorias bem dispostos no cenário citadino. Não apenas a enorme segmentação do mercado se destaca, pelas necessidades mais comuns as mais particulares de seus habitantes, mas personagens sociais e grupos bastante diferentes entre si que promovem sua circulação. Eles desenvolvem práticas diárias que compõem a vida coletiva, estendendo suas relações entre experiência e oportunidade de socialização urbana.

No comércio de roupas usadas existem práticas e relações sociais bem características, diferentes de outros setores, cuja centralidade é a negociação de produtos, para além dos padrões clássicos do mercado formal dos objetos novos. Nesse âmbito, o ‘garimpeiro de roupa usada’ tem uma efetiva participação para o fluxo de mercadorias, a criar um nicho de mercado específico.

Por isso, esta pesquisa pretende revelar características que delimitam essa atividade, enquadrada na pluralidade dos trabalhos informais, que adota práticas específicas no comércio das roupas usadas. A investigação deste tema é uma tentativa de ultrapassar as noções convencionais do mundo da moda e vestuário. Para isso, é importante empregar o olhar à vida social dos objetos, da mesma forma como é dado por esse personagem. Sua atividade nesse universo não é somente fundamental para a circulação de mercadorias, ela é responsável pela ressignificação e valorização das mesmas, que extrapolam a compreensão tradicional do ciclo de vida dos produtos, como a compra, o consumo e o descarte.

Como método típico das pesquisas qualitativas, cuja capacidade é abranger horizontes mais amplos de modos de vida, sem extraí-los de suas rotinas e práticas diárias, a observação participante foi fundamental para que seus códigos ficassem mais nítidos. Minha aproximação com o mundo particular das mercadorias de segunda mão, em especial as roupas usadas, possibilitou a compreensão comercial desse produto. Ainda, a partir das negociações e relações estabelecidas entre comerciantes, vendedores e seus consumidores “finais” serão apresentadas, a fim de exaltar sua importância na participação no comércio. Dentro dos espaços de circulação e comercialização de mercadorias foi possível indentificá-los, bem como fazer um mapeamento de suas estratégias que impulsionam o comércio informal da roupa usada.

É importante destacar que esta pesquisa não adentra no horizonte teórico da moda. O objetivo dessa pesquisa é fundamentado no que se caracteriza como a expansão da cultura de memória, impulsionada através da acumulação e circulação material e visual do passado (JENSS, 2015). A potencialidade de revenda da roupa usada, pela qualidade e principalmente pelo seu caráter estético temporal, “a roupa memória”, resultou o destaque dado para esse personagem.

Como o explorador de metais e pedras preciosas, o termo garimpeiro, dentro do mundo dos usados, é empregado popularmente para classificar as pessoas que desenvolvem a atividade de selecionar, encontrar uma raridade no meio a tanta roupa. A função vai além de resgatá-las, dos bazares filantrópicos e instituições de caridade, a partir de sua utilidade primeira de cobrir e proteger o corpo. O sentido desta está na peculiaridade do olhar empregado para encontrar o que classificam como ‘roupas especiais’. Eles estão sempre a procura de peças de vestuário que apresentam em sua materialidade uma característica única, desde para colecioná-las como para a revenda.

Uma das maiores expressões dos bazares é a disposição da ampla variedade de estilos de roupas que são doadas. Nesses espaços a circulação de roupas é constante e geralmente são vendidas por preços ínfimos. Algumas podem ser enquadradas dentro da categoria dos exclusivos, pela marca temporal em sua estética. A atividade autônoma dos garimpeiros cria um nicho específico de mercado, sendo o personagem principal e responsável pela “vida social” e revalorização destes bens materiais.

Bazares, brechós, feiras-livres que comercializam este tipo de mercadoria foram explorados para a produção de dados, o que tornou possível a aproximação e identificação dos garimpeiros de roupas e outros personagens envolvidos em suas rotinas. Fruto da divisão do trabalho e crucial para classificação de roupas de segunda mão, a atividade é importante para a manutenção e existência do mercado.

Meu interesse pela informalidade no mercado e suas extensões, além da própria característica marginal na comercialização de produtos, foi estimulado pela cultura do consumo que tem muito conduzido nossas maneiras de pensar. Uma realidade que tem sido dada por meio da lógica do valor das mercadorias e da superprodução, frutos das transformações ocorridas na sociedade capitalista nos últimos 50 anos. Como a roupa de segunda mão tem se apresentado como fonte de aquisição de vestuário para alguns setores da sociedade, ela desempenha um papel específico na economia geral.

Como todo trabalho antropológico, a aproximação e participação dentro dos universo pesquisado – bazares e brechós - foram fundamentais para conhecer as pessoas

que desempenham essa atividade como fonte exclusiva de renda, o que me rendeu este trabalho. Percorri primeiramente as instituições filantrópicas, pois são os locais onde a maioria de nossas roupas usadas são destinadas.

Muito diferente dos brechós, onde as roupas encontram-se restauradas, limpas e organizadas, os bazares são lugares onde encontramos uma diversidade funcional e estética muito grande de roupas. Levando em consideração essa característica, esses espaços oferecem uma grande oportunidade para garimpeiros de todos os tipos. Ainda que a diferença entre eles seja dada pelo interesse em uma categoria específica de produto, como os garimpeiros de roupa para bebês, os garimpeiros de roupas exóticas e fantasias, os garimpeiros de livro, móveis e assim por diante, a atividade se baseia na busca e frequência de suas participações nesses lugares. Como cada um dos itens a venda é único (dificilmente e quase improvável de acontecer é a existência de produtos feitas em série, salvo quando algum doador é proprietário de um confecção, que “desova” sua ponta de estoque e peças com defeitos), não existe variação de tamanho e cor de um mesmo modelo, por não se tratar de produtos fabricados em série. Portanto, a participação frequente dos garimpeiros nos bazares aumenta sua possibilidade de encontrar o seu tesouro.

### **A Roupas de Segunda Mão e seus Lugares no Comércio Informal**

Bazares e brechós são estabelecimentos que participam do mesmo setor informal de comércio. Os bazares são, geralmente, estabelecimentos associados às instituições de serviços sociais filantrópicos, vinculados ou não a uma instituição religiosa. Dado que eles são principalmente criados por essas organizações e por se tratar que seu produto já teve seu imposto coletado originalmente, os bazares são setores institucionalizados e seu lucro financeiro se converte especificamente para a manutenção da própria instituição. As roupas para a venda nesses locais são roupas descartadas pelas pessoas e o cliente predominante é a população de baixa renda, que em tais lugares encontram a oportunidade de adquirir roupas de boa qualidade por preços bem reduzidos. Geralmente os funcionários desses estabelecimentos são senhoras e senhores que trabalham como voluntários, e que fazem destes locais um importante espaço de convivência e socialização. Não apenas roupas são encontradas nesses espaços, eles se estendem para todos os demais artigos domésticos, incluindo livros, móveis e aparelhos eletroeletrônicos.

Os brechós, por sua vez, são lojas particulares geralmente criadas para atender um público específico. Eles também fazem a comercialização de objetos usados mas são precisamente voltados para fins lucrativos privados, e limitam-se às roupas, calçados e acessórios. Assim como os sebos<sup>2</sup> que organizam os livros de acordo suas categorias, os brechós são mantidos e constituídos como um nicho de mercado, distinto dos bazares pelo seu caráter comercial. Eles atraem um público mais alternativo, que procuram compor seu vestuário com artigos únicos e originais. Bazares e brechós são semelhantes pelo tipo de produto à venda, mas nesses últimos, eles e encontram determinados segundo um estilo particular. Como os bazares aceitam doações vindas de todos, entre o bazar e o brechó encontramos o garimpeiro, responsável pela classificação e circulação de artigos. Para além, entre bazar e brechó, um modo de vida atrelado ao estilo adotado do próprio garimpeiro.

Nessas duas segmentações do comércio de roupa usada, os clientes são diversos, como as pessoas que buscam roupas de marca por um preço bem acessível; figurinistas de teatro, fashionistas e artesãos que encontram suas matérias primas para a produção de outros empregos que são destinadas a roupa; estilistas, produtores de moda e “costumizadores<sup>3</sup>”, que transformam as roupas usadas em peças novas, ressignificando-as à essência dos artigos novos: calças jeans que são transformadas em outras peças de vestuário como bermudas, shorts, saias e acessórios como bolsas, mochilas, colares, pulseiras etc.; e, trabalhadores que desgastam muito a roupa devido suas profissões, como é o caso dos mecânicos, pintores e pedreiros.

Muitos dos bens materiais possuem vários ciclos de vida útil e social e a roupa tem como qualidade essa propriedade de ser transformada facilmente. Quando deixam de ter utilidade para um, elas são descartadas, doadas diretamente a outros indivíduos. Mais comumente, elas são destinadas às instituições de caridade e filantropia, simbolizando uma “boa ação” para quem as doam. Nesses espaços altruísticos, elas são reutilizadas e readquirem uma nova vida útil, primeiramente beneficiando os acolhidos pela instituição. Por receberem grandes volumes de roupas que supera a necessidade de vestir seus internos, o armazenamento pode se tornar um grande problema. Nesse

---

<sup>2</sup> Os sebos são livrarias que vedem revistas e livros usados, antigos e raros. A origem do nome dado pode decorrer de que o termo em Portugal é sinônimo de apostila e caderno, ou que ele seja uma metonímia, a partir da ideia irrefutável de que livros muito manuseados ficam ensebados, sujos e engordurados.

<sup>3</sup> Customização é uma palavra muito usada no âmbito da moda, que consiste em fazer uma modificação na roupa ou a criação de alguma outra coisa a partir da mesma.

sentido, elas se transformam em produtos para os seus bazares, em seus próprios estabelecimentos, sendo convertidas em dinheiro mais uma vez. Para facilitar a limpeza do espaço para novas doações, estimulando a venda, elas acabam promovendo a circulação deste produto a preços irrisórios.

Muito além de proverem aos indivíduos acesso a bens, que em outras ocasiões estariam fora de seus alcances, os bazares se apresentam com um terreno fértil para a atuação de personagens urbanos que estão sempre à procura de “tesouros” no meio de tanta roupa, seja para uso próprio ou principalmente, no âmbito desta pesquisa, para fazer comércio. A prática dos garimpeiros de roupa tem como característica marcante valorizar produtos usados e promover a circulação de bens nesse mercado específico, já que é o responsável pela seleção e distribuição. Eles as classificam a partir de um olhar que extrapola a visão simples da roupa usada.

Como observado, as roupas passam por uma pequena triagem e por uma orientação baseada por sua utilidade e não pelo seu valor estético e simbólico, diferenciando, dessa maneira, das roupas vendidas nos brechós. Nesses estabelecimentos, uma vez que já passaram por uma seleção minuciosa – garimpada, elas se apresentam de forma que se aproximam das demais lojas do mercado formal: é notável a preocupação com a estética dos objetos, o que faz com que o preço seja mais alto que nos bazares.

Segundo Nina<sup>4</sup>, uma jovem garimpeira, que além de ser proprietária de um brechó virtual online trabalha em mercados e feiras específicas do gênero na cidade, ressalta que *“é preciso considerar a especificidade da peça, partindo a princípio do material que ela fora confeccionada, a modelagem e o acabamento.”* De acordo com essa participante, a limpeza e a restauração da roupa, quando necessária, é um segundo estágio. A conservação da peça pode ser decisiva para sua aquisição, o que mantém a genuinidade da mesma. A identificação da peça se dá segundo a moda específica do período que ela fora criada, portanto, é preciso estar *“antenado”* (termo que Nina utiliza como forma de conhecimento do mundo da moda) para particularidades deste mercado.

Os garimpeiros desenvolvem uma atividade de manutenção dos brechós, sejam esses próprios dos mesmos garimpeiros que as escolheram ou não, assunto que abordarei ao longo deste trabalho. No intuito de dar visibilidade a este ator social procurei situá-lo no contexto comercial de sua produção, ou seja, nas tramas que envolvem o consumo. A organização e divisão do trabalho, particularmente no contexto

---

<sup>4</sup> Os nomes dos participantes são fictícios para a preservação de suas identidades.

urbano, possibilita a especialização de atividades criativas na busca de estratégias de sobrevivência (Park, 1979). Levando em consideração que a economia é uma prática essencial e simbólica das sociedades complexas, ela representa uma estrutura fundamentalmente determinante nas relações capitalistas de produção e consumo (Comaroff e Comaroff, 2000).

A economia capitalista produz e explora, cada vez mais, as desigualdades sociais para manter-se em constante desenvolvimento. Nos centros urbanos, onde a aglomeração humana se condensa pela necessidade de sobrevivência, os indivíduos são coagidos a encontrar maneiras de viver, usando a criatividade que ultrapassa as dimensões admitidas e legitimadas pelo "trabalho formal". O papel que o garimpeiro desempenha é geralmente encarado como um tipo de *hobbie* lucrativo, por adequar-se ao estilo de vida próprio do indivíduo que realiza tal função. Por exemplo, Nina e os demais entrevistados nessa pesquisa começaram a exercer a atividade pelo apreço e uso destes produtos, como parte essencial de seus guarda roupas.

A moralidade que se emprega sobre as práticas de consumo em mercados informais são mais notáveis no consumo de roupas. Primeiramente, porque ela tem toda uma conotação de temporalidade, de um produto usado e, por tratar-se de um bem pessoal capaz de transparecer sobre o corpo a individualidade competitiva pela distinção.

### **Garimpo Pobre e Garimpo Rico**

Bazares e feiras livres são exemplos que tomo como partida para a explicação de tipos específicos de garimpo de roupa, que representam uma ordem dentro da prática de separação de roupas. Nestes setores do comércio, como explicado, elas ganham uma nova vida, a reinserção no mercado de compra e venda. No entanto, elas quando chegam aos brechós foram garimpadas de lugares que contém roupas previamente selecionadas umas das outras, roupas que não tem qualquer utilidade, por serem apenas "farrapos e molambos", como descritas por voluntários de bazares. Nestes, há o início de um garimpo que se desenrola, que se desdobra em diversas etapas diferentes e destinadas ao mercado que elas são redistribuídas, como antes em lojas primárias de artigos novos.

O garimpo pobre é a primeira etapa de seleção que ocorre nos bazares. As pessoas que as selecionam as peças, desenvolvem a atividade de primeira ordem, de separação segundo sua utilidade de primeira instância, o útil do não útil, "*roupas que*

não dão nem para colocar serem utilizadas como pano de chão”, classificou um feirante da grande feira de domingo, na avenida Brasil, em Juiz de Fora.

*“Não tem como colocar estas roupas aqui no stand, continuou, o resto a gente põe, é tudo roupa, tem gosto pra tudo! Tem coisa velha que a gente trás e pensa que não vai vender e são as primeiras que saem, nunca sei o preço que coloco, vou mesmo pela conservação, pelo que vejo que as pessoas usam mais. Também dou o preço pela cara da pessoa, é normal isso aqui na feira, a gente sempre negocia.”*

Uma garimpeira revelou a mesma relação sobre a negociação das peças em bazares e feira. Segundo esta, a barganha sempre acontece:

*“Não existe fazer garimpo sem chorar o preço. Imagina! Você vê uma peça dos anos 70, com pequenos defeitos de uso e conservação. É claro que vou chorar no preço! Vou desprezar a roupa por “n” motivos antes de adquiri-la, mas ela será uma peça cara quando colocadas no meio das outras [roupas do estilo] vintage também. É assim que a gente faz garimpo: a gente sabe que alguém vai dar valor para ela e que também vai negociar com a gente. Só que dá para ver que a pessoa tem um estilo, coisa que não acontece nos bazares e na feira. As pessoas que vendem roupas nesses lugares não tem muita noção de moda.”*

Essas duas práticas distintas de separação das roupas e olhares sobre as mesmas traduzem os tipos de garimpo observados. O garimpo rico, nestas condições, é referido aos garimpeiros que possuem brechós ou pessoas que fazem a transição dentro destes mercados mais “pobres” para os mais “ricos” e mais específicos. Um tipo mercado que compõe certos estilos, que atendem grupos da segmentação da moda. A distinção e valorização empregado ao objeto pelo olhar estético e sua temporalidade. Em suma, o poder que as mercadorias exercem sobre as pessoas, coisificando as relações entre elas.

### **Trabalho Formal e Trabalho Informal**

Como medida para classificar e quantificar a classe trabalhadora, esta foi dividida entre sujeitos que têm vínculo empregatício (empregador-empregado), que possuem um trabalho formal e aqueles que trabalham na informalidade. Bendassolli e Coelho-Lima (2015) citando dados do IBGE (2014), apontaram uma estimativa de que no Brasil, 27% da população economicamente ativa (PEA) trabalham na informalidade, não possuem vínculos oficiais com seu empregador.

A formalidade do trabalho no Brasil está intimamente ligada à comprovação na carteira de trabalho e contribuição à Previdência Social, conforme o Ministério do Trabalho, que estipula o cumprimento de jornada de trabalho e responsabilidade do empregador em garantir os direitos trabalhistas.

O termo “trabalho informal” inicialmente aparece nas pesquisas de Hart sobre o mercado no Quênia em 1973, a partir da classificação dos trabalhadores que não determinavam os mesmos modelos ou padrões de trabalho, implementado pelo sistema de produção de massa: o fordismo, que iniciou a formalização dos trabalhadores junto ao Estado, dando lhes direitos e deveres, como a jornada de trabalho definida e salários. Segundo Dalbosco (1999 apud GONDIM et al. 2006), o trabalho informal é decorrente da inabilidade da máquina de produção de absorver a demanda de trabalhadores, dessa maneira, os indivíduos precisam desenvolver suas atividades autonomamente, sendo classificados “informais”.

A questão da formalidade/ informalidade no trabalho é uma discussão que vem extrapolando conceitos e suscitando debates, na medida em que esta classificação não contempla a complexidade desta realidade. Ela está associada ao processo de mundialização do capitalismo, estando as atividades formais e informais em relação de complementariedade. “A informalidade não nasce como universo paralelo ao trabalho formal. O fenômeno da informalidade responde, em parte, pela dinâmica do próprio capitalismo.” (Bendassolli e Coelho-Lima, 2015: 388)

Entretanto, apesar da informalidade estar associada em grande medida ao subdesenvolvimento e à pobreza, atividades consideradas informais são bastante diversificadas. A atividade de *freelancer*<sup>5</sup>, por exemplo, confere prestígio e posição social para o indivíduo, estando relacionada a um conhecimento técnico e especializado, um tipo de trabalho que o empregado não possui vínculos fixos de longo prazo com o empregador. Em contrapartida, os trabalhadores que fazem “bicos” (“quebra galho”) ainda que se já necessário um conhecimento mínimo do trabalho, não são tão específicos, Este tipo enquadra-se a uma função ordinária dada, sendo identificadas como trabalho sem qualificação e prestígio. No entanto, ambos são considerados trabalhadores autônomos frente a administração previdenciária uma vez que, não são registrados em carteira de trabalho, portanto, profissionais liberais.

Ainda, retornando a questão das relações de complementariedade entre os setores formal e informal da economia, evidencio a relação entre os revendedores de cosméticos catalogados e as empresas que os produzem. Entre eles não existe absolutamente nenhum tipo de vínculo empregatício formal. Os revendedores diretos

---

<sup>5</sup> O termo ‘freelancer’ (ou freela, como é comumente utilizado) referencia um tipo de trabalhador autônomo que não está regularmente vinculado a um empregador e/ ou empresa diretamente por longo período de tempo.

representam um tipo de informalidade no mercado, pois não cabe às empresas estipular hora nem jornada de trabalho. Não há como tal atividade ser controlada e, por esse motivo, as empresas não pagam seus revendedores pelas horas trabalhadas, apenas comissão proporcional pela quantia vendida. Seus revendedores não são registrados formalmente como empregados, no entanto, as empresas são formalizadas e muitas delas estão no mercado há décadas. Os revendedores dependem das empresas e estas, por sua vez, dependem de seus revendedores, para que o comércio seja realizado e mantido.

O dinamismo da informalidade no trabalho se estende até mesmo dentro da formalidade, como é o caso desse tipo especial de trabalhador. Seu próprio círculo social dentro do trabalho formal favorece desempenhar uma função informal. Como sugere Noronha (2003), pode-se dizer que estes fazem parte de uma combinação entre a formalidade e informalidade de trabalho, caracterizada pela novo conceito: a “nova informalidade”.

Nestes múltiplos contextos, o garimpeiro de roupas de segunda mão apresenta-se como um trabalhador informal, mediador de roupas entre bazares e brechós, produtores de estilos, entre outros como veremos a seguir. O que se depreende é que nas relações de trabalho informais existem, assim como nas formais, categorias e subcategorias, que podem ter múltiplas interpretações.

### **Consumo de Roupas Usada**

O consumo de produtos usados encontra-se dentro de uma segmentação específica e particular do mercado, geralmente fora do eixo indústria e das lojas de varejo, pertencentes aos espaços informais da atividade comercial. Em oposição às formas clássicas das práticas comerciais, a existência desse setor de mercado é responsável pelo segundo (ou mais) ciclo de vida de bens materiais de consumo. Sabendo-se que os bens são responsáveis pela comunicação, criação de identidades e estabelecimento das relações pessoais nas sociedades moderno-contemporâneas, como apresentado por Douglas e Isherwood (2006), os bens materiais atuam na organização social como poderosos elementos de inclusão e exclusão do indivíduo à sociedade. Portanto, eles estão associados à forma pela qual os indivíduos se orientam e estabelecem seus limites e posições sociais, num modo de comportamento que segue à fixação dos padrões e, até mesmo, às obrigações sociais.

A atuação dos garimpeiros vem contribuindo notoriamente para a difusão dos brechós no mercado, sua difusão e popularidade vem crescendo dia após dia. O estudo das práticas de consumo leva em consideração as diferenças das sociedades, uma vez que elas possuem diferentes formas de organização e projeção dentro do tempo e do espaço. A diferença entre regras oficiais e práticas adotadas neste comércio, desenvolvida e estimulada pelo garimpeiro, levanta diversas perspectivas e escolhas utilizadas, que orientam o ponto de vista dos atores de compra e venda.

Roberta, uma outra participante que comercializa roupas, meio a outros objetos e, que trabalha neste nicho de mercado há mais de 20 anos, em sua fala, destacou que começou a usar roupas de segunda mão não só por uma questão financeira, pelo *“preço quase que de graça”*, mas pela exclusividade da peça.

*“Onde você conseguiu isso?” “Você precisa me levar nesses lugares!” “Quando você achar algo legal que não sirva em você, pega pra mim!”*, Roberta conta que perguntas desse tipo feita por amigos e pessoas de seu círculo de amizades estimulou a no processo de exercer a atividade de garimpo. *“Parecia que todo mundo queria! Era uma coisa!!! Você se destaca no meio dos outros.”*

O consumo de roupas está intimamente conectado á expressão estética de seu usuário, podendo ser compreendido a partir da perspectiva de Bourdieu (2007), sobre o consumo e as práticas dos agentes que buscam a distinção na hierarquia social dada pelo gosto. Para este autor os hábitos e a maneira como são usados os bens conferem significados simbólicos e desempenham um papel direto na construção da identidade. Os valores atribuídos às diferenças materiais colocam os bens numa ordem de hierarquia dentro do sistema de trocas e relações mercantis.

Sob a ótica de Arjun Appadurai em *La Vida Social de las Cosas* (1981), a respeito do fetichismo das mercadorias que circulam nas sociedades, considero que estas são produtos que possuem um tipo particular de potencial social, a partir de uma lógica subjacente da vida econômica cotidiana, mesmo se considerarmos a visão de uma sociedade que o gosto pelo efêmero ultrapassa o gosto da durabilidade. Todavia, os garimpeiros fazem com que o que antes fora efêmero – a roupa nova –, ganhe destaque, tornando peças de roupas em mercadoria raras e portanto, exclusivas. Dessa maneira, elas podem ter um fluxo mercantil mais amplo, apoiadas em valores históricos e estéticos, como apresentado por Arjun Appadurai :

una reliquia particular puede tener una biografía específica, pero todos los tipos de reliquias y, de hecho, la classe de cosas llamadas "reliquias" pueden

tener un flujo y reflujo histórico más amplio, em el curso su significado puede cambiar de um modo notable. (APPADURAI 1991: 52)

### **Purificação e Fluxo de Mercadoria**

Desta maneira, minha investigação é uma tentativa de desvendar o fluxo dessa mercadoria dentro da cidade de Juiz de Fora, dos bazares para os brechós, atento às respostas sobre quem são essas pessoas que selecionam, criam e determinam valores para tipos de roupas. Ainda, para que a pesquisa pudesse explicar como se dá o processo de triagem e o olhar empregado para a escolha de roupas nesses espaços em questão, compreender como se dá a precificação foi bastante necessária. Pelo potencial social que desempenham, perguntas como: quem são os consumidores dessas roupas e para onde elas vão também foram abordadas. Se voltarmos à categorização de bazares e brechós, entenderíamos que nos bazares elas teriam um “melhor” fim, já que estes são exclusivamente instituições sociais filantrópicas, em prol dos mais necessitados. As roupas descartadas nesses estabelecimentos podem servir-lhes de algum modo, para uso ou convertidas em fundos pela comercialização, para o auxílio na compra de alimentos, remédios e outros gastos.

Pelas experiências da precificação e relação mercantil, verifiquei que a passagem das roupas usadas no comércio de segunda mão readquirem valor financeiro que pode ser classificado como um “ritual de purificação” observado por Mary Douglas (1976). Ela aborda as questões sobre a liminaridade e as fronteiras dos padrões existentes na organização das sociedades ocidentais, pelas dicotomias de pureza/impureza, sagrado/profano, saúde/ doença e códigos de higiene e sujeira, que simbolizam a ordem e a desordem, respectivamente. Essa autor demonstra que as categorias sociais invadem todos os tipos de experiência, sendo elas fonte de nossos códigos morais, que mudam e definem sistematicamente as sociedades. Sobre a perspectiva das práticas de higiene e noções de limpeza como valor cultural normatizado, Douglas destaca que tais práticas são princípios de orientação são capazes de classificar a posição social do indivíduo, por meio de sua conduta e percepção entre a ordem e a desordem.

Tendo em vista a ação dos garimpeiros, que utilizam princípios de classificação no processo de seleção, revitalização e higienização das roupas, eles conferem uma posição simbólica extremamente importante às preocupações sobre impureza, poluição e doença. A roupa usada resgatada pelas mãos dos garimpeiros “renasce” para um novo ciclo na vida social dos objetos, readquirindo valores simbólico e econômico.

O objetivo geral que comunica um rito é assegurar a transformação do estado, a separação entre as esferas do sagrado e profano. De acordo com Van Gennep (2011) sobre os ritos de passagem, eles têm uma expressão comunicadora de separação, de ordenação, agregação. Assim como, as diversas formas de ritos que possuem uma finalidade especial e atual. Em suas palavras, “os chamados ritos purificação, os quais podem ser uma simples suspensão do tabu, e por conseguinte retirar somente a qualidade impura, ou podem ser ritos propriamente ativos, que dão a qualidade da pureza” (GENNEP 2011:30).

No escopo desta abordagem, não é apenas a questão que tange a aparência, a limpeza e a conservação da peça mas, o processo de ressignificação criada por esses atores. A composição de um mercado legítimo onde é possível encontrar estes objetos reunidos, agrupados, criando um espaço peculiar de mercadoria que ganha atenção e apreço ao longo do tempo. O discurso dos garimpeiros acompanhados encontram-se resumidos neste depoimento, ressaltado por Roberta:

*“O mercado vintage cresceu demais nos últimos anos. O mercado de roupa de segunda mão em geral, na verdade. É bem mais difícil, hoje, encontrar peças boas e bem conservadas. Muitas pessoas fazem esse tipo de negócio, hoje. Antes, elas tinham de sobra nos bazares.”*

### **O Vintage**

A respeito das peculiaridades do capitalismo, o pastiche e a nostalgia são essenciais de produção e recepção de imagens. Eles fazem com que essa distinção seja efetuada e tomada como processo de orientação para esses atores no desenvolvimento de sua atividade:

Os próprios americanos já não estão bem no presente quando tropeçam nas megatecnologias do século XXI com roupagens de *film noir* dos anos sessenta, de jantares dos anos cinquenta, de moda dos anos quarenta, de casas dos anos trinta, de danças dos anos vinte e assim por diante, *ad infinitum*. (APPADURAI 2004:47)

A atividade do garimpeiro de roupas e acessórios é fundamental para a circulação desta mercadoria, na medida em que atua diretamente na separação, distinção e classificação das peças para a revenda. Sua atuação é responsável pela qualificação do produto e sua reinserção no mercado e no mundo da moda, tendo em vista que, nas últimas décadas, o comércio de roupas usadas tem ganhado bastante visibilidade.

O circuito de certa categoria de roupas de segunda mão, por exemplo, as classificadas como *Vintage* (clássico, antigo e de excelente qualidade – roupas de época, ou roupa memória) depende diretamente da atividade deste ator, que as transformam

em “roupas novas” sob uma esta classificação. Através dele este tipo de mercadoria tem a possibilidade de extrapolar o destino de consumo, usualmente as populações marginais, para atingir setores mais abastados da sociedade. Podemos considerar, portanto, o garimpeiro como mediador social, conectando circuitos de comércio e pessoas de diferentes posições sociais. De acordo com os enfoques de Gilberto Velho (2001), em situações específicas, como é pretendido no presente estudo, o garimpeiro é capaz de transitar entre grupos, formalizar relações e estabelecer códigos, na medida em que transmite informações, novos costumes, hábitos, bens e aspirações entre os diferentes mundos, estilos de vidas e experiências.

A roupa é um bem que compete a posição de maior destaque dentre os bens pessoais. Além de tocar o corpo, ela ainda se mostra para fora em direção aos outros, como uma segunda pele. Muito além de cobrir o corpo e esconder nossas “vergonhas”, elas apresentam a capacidade de caracterizar a identidade dos sujeito, a atividade que desenvolve, situações cotidianas, o grupo que pertence, valores atribuídos e distinção dada pelas pessoas dentro de uma construção social empregada, como definiu Sahllins em *Cultura e Razão Prática* (1996), sob a classificação econômica dos bens materiais e padrões alimentares.

Dos bazares para os brechós as roupas categorizadas como *vintage* ganham outra “vida”, passando simbolicamente por uma purificação e sendo mediadas pela ação do garimpeiro. A precificação é a forma pela qual se torna possível agregar valores simbólicos de autenticidade, estilo e distinção. As roupas usadas, portanto, neste âmbito do comércio informal dos brechós e feiras de artigos *vintage*, transformam-se em roupas ‘novas’, prontas mais uma vez para a circulação. Como a roupa de segunda mão é uma importante fonte de aquisição de vestuário para alguns setores da sociedade, ela desempenha um papel importante e específico na economia geral, tendo a prática de comércio estimulado pela valorização e fetichismo da mercadoria. Como uma informante revelou: “*no meu ponto de vista, existem roupas que não servem nem para dormir, assim como muitas pessoas descartaram suas roupas vintage pelo mesmo motivo para elas. É tudo uma questão de gosto, do olhar sobre a peça.*”

Vale a pena destacar, de acordo com a garimpeira Nina, que existe uma confusão muito comum entre os termos *vintage* e “retrô”. Este último termo vem do prefixo latino retro, que significa um movimento em direção ao passado – “para trás” -, um retrocesso, que denota apenas a essência do antigo mas não suas propriedades temporais. No entanto, o estilo retrô não é o *vintage*, pois pode ser criado no presente sob os moldes de

roupas do passado. O estilo retrô é, dessa forma, uma lembrança temporal e não a temporalidade material do produto. Utilizando as palavras da garimpeira: “*o vintage é retrô mas o retrô nem sempre é um vintage.*”

### **Considerações Finais**

Os dados coletados no trabalho de campo, nas entrevistas com garimpeiros e com funcionários de bazares e brechós, durante o desenvolvimento dessa pesquisa, foram imprescindíveis para compreender o modo, o estilo de vida e práticas adotadas pelos garimpeiros.

Em uma instituição social que cuida de idosos, no bairro Vila Ideal, no Abrigo Santa Helena, conheci uma pessoa cuja sua função era dedicada a triagem das roupas doadas, no que diz respeito a sua primeira ordem. A necessidade da casa ter uma pessoa que executa tal atividade é bastante necessária como fora percebido, uma vez que, o volume de roupa que chega é bem grande e frequente. Numa sala de aproximadamente 40 m<sup>2</sup>, as prateleiras de aço formam corredores com roupas empilhadas de acordo com suas categorias: calças jeans, suéteres, blusas de malha, casacos de inverno, etc. Os acessórios e objetos são separados e amontoados em grandes volumes. O cheiro de mofo e a poeira no ar é bem característico. Não só por esse motivo que o funcionário usava luvas e máscara de proteção mas, pela conservação e limpeza das roupas que chegam misturadas junto a outros bem pessoais de quem as possuíam. Num grande montante elas nem sempre estão limpos e bem conservados. Os bazares são o lugar onde a roupa usada são separadas com apenas uma orientação, a utilidade física da roupa: o útil do não útil. “*Os bazares são uma espécie de lixão mesmo*”, como expressou este funcionário, Carlos.

As roupas selecionadas por ele são distribuídas e empregadas para o uso dos internos e as demais, em grande quantidade, revendidas no bazar da instituição num prédio anexo, como parte da fonte de renda para a manutenção do abrigo. As que não tem condição de serem reaproveitadas ou voltar para mercado, devido o estado lastimável de conservação e uso, são enviadas para a fogueira, incineradas na própria instituição.

Como resultado de pesquisa de campo, o mesmo funcionário, cuja função é fazer a seleção de roupa para ser revendida no bazar do abrigo, é também responsável por promover esporadicamente seu mercado *vintage* particular, não vinculada a instituição. Dessa maneira, Carlos desempenha dois trabalhos num mesmo, tendo o primeiro como

fonte de produto para o segundo. Seu trabalho formal dentro da instituição, a de separar as roupas úteis das não úteis para o abrigo e seu bazar, ao mesmo tempo, separa as roupas para seu mercado, que referencia o estilo *vintage*. Tendo atuado no ramo de roupas de época por décadas, como enfatizado por ele, selecionar roupas antes dos compradores finais no bazar da instituição, abastecendo seu acervo que expõe no mesmo evento.

Tendo em vista que, os seres humanos adquirem cultura por processos de aprendizagem e socialização e que, a temática sobre o consumo rende grandes investigações nos estudos antropológicos, esta pesquisa teve uma abordagem sobre os processos culturais que produzem personalidades, dando visibilidade a agentes sociais. Por meio de suas atividades tidas como informais, eles reformulam as relações entre grupos sociais distintos, numa posição de mediador. Ainda, a pesquisa revela um panorama das atividades do comércio de produtos de segunda mão, a partir do acompanhamento das atividades ordinárias em bazares e brechós. As motivações que levam os garimpeiros e consumidores na busca por esses objetos são os motivos que lhes dão novos significados estéticos e simbólicos. Com uma investigação de um nicho especializado da sociedade de consumo, no sistema informal do mercado, foi possível perceber que objetos readquirem um outro valor na vida social e que atores sociais são responsáveis para distinção de grupos. Assim como, a utilização da roupa que tem sua referencia na memória e, desta forma, sua (re)valorização. A visão sobre a dinâmica do processo de construção e reconstrução dos significados culturais dos bens de consumo, criadas pelas atividades, práticas e performances comerciais, estabelecem relações de pertencimento e identificação, sobretudo, a posição de atores sociais que produzem para a diversidade estética humana.

Tempo e espaço são fatores relevantes para o processo de valorização e precificação das roupas do estilo *vintage*. Bem como, as relações de compra e venda no mercado informal de bazares para os brechós, que apresentam-se de forma bastante singular, no que diz respeito a categorização e o valor comercial. O ritual de compra e venda e as práticas de relacionamento entre sujeitos e objetos, na economia diária, fortalecem vínculos sociais mais estreitos entre os indivíduos.

Hoje, com a extraordinária popularização dos bazares, como fonte de produto até para os mais sofisticados brechós, a ação dos garimpeiros instala-se dentro de conjunto complexo de elos sociais e redes de relações. Em suas redes contínuas de relação social, dada pela ressignificação de produtos às técnicas de comercialização, amplifica

os aparatos e tramas da modernidade capitalista. Na medida que o estilo *vintage* vem sendo explorado cada vez mais pela moda, hoje adotado por muitos indivíduos, cresce no sentido explicado: dos bazares para os brechós, pela resignificação de bens. Muitas pessoas tem participado cada vez mais dessa esfera, na medida que seu modo de vida, como estratégia de vida nas cidades, está intimamente relacionado a um estilo de vida particular. Muito além do valor econômico, destaca-se a dimensão simbólica que as roupas proporcionam esteticamente.

### Referências Bibliográficas

APPADURAI, Arjun. La vida social de las cosas: Perspectiva cultural de las mercancías. Editorial Grijalbo: México, D.F., 1991.

\_\_\_\_\_. Dimensões culturais da globalização: A modernidade sem teias. Portugal: Teorema, 2004.

BAUMAN; Zygmunt. Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BENDASSOLLI, P. F., & COELHO-LIMA, F. Psicologia e trabalho informal: a perspectiva dos processos de significação. (Psychology and informal work: the meaning-making perspective). *Psicologia e Sociedade*, 27(2), 382-392.

BOURDIEU; Pierre. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk. 2007.

CASTELLS; Manuel. A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política. Imprensa Nacional: Casa da Moeda, 2005.

COMAROFF, Jean & COMAROFF, John . “Millennial Capitalism: First Thoughts on a Second Coming”. *Public Culture* 12(2), 2000.pp. 291-343. Disponível em: <https://eclass.aegean.gr/modules/document/file.php/SA200/Comaroff%20%26%20Comaroff%202000.pdf>. Acesso em: 09 Abril 2016.

DOUGLAS, Mary. Pureza e perigo. São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.

SEP

DOUGLAS; Mary e ISHERWOOD; Baron. O mundo dos bens. Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

GONDIM, Sônia Maria Guedes et al . Carteira de Trabalho, artigo de luxo: o perfil psicossocial de trabalhadores informais em Salvador, Bahia. *Estud. psicol.* (Natal), Natal, v. 11, n. 1, p. 53-64, Apr. 2006. Available from:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-294X2006000100007&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-294X2006000100007&lng=en&nrm=iso)>. access on: 02 June 2015.  
<http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2006000100007>.

- HANSEN, Karen. The world in dress: anthropological perspectives on clothing, fashion, and culture. *Annual Review of Anthropology*. Vol. 33: p. 369-392. October 2004.
- HANSEN, Karen Tranberg. *Salaula: the world of secondhand clothing in Zambia*. University of Chicago Press, 2000.
- HART, Keith. *The Journal of Modern African Studies* I , pp. 61-89. Informal. Income. Opportunities and Urban. Employment in Ghana, 1973.
- HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 1992.
- JENSS, Heike. *Fashioning Memory: vintage style and youth culture – Dress and Fashion Research*, London: Bloomsbury Academic, 2015.
- LIMA; Diana N. O. *Sujeitos e objetos do sucesso. Antropologia do Brasil emergente*. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.
- MARX, Karl. *O capital: crítica da economia política*. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.
- NORONHA, E. G. (2003). “Informal”, ilegal, injusto: percepções do mercado de trabalho no Brasil. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 18(53), 111-129.
- PARK; Robert E. *A Cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. O fenômeno urbano; organizador: Otávio Guilherme Velho*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.
- PARPART. Jane L. Review of Hansen, Karen, *Salaula: the world of secondhand clothing and Zambia*. H-SAfrica, H-Net Reviews. September, 2001.
- SAHLINS; Marshall. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996.
- SANTOS, Milton. *O espaço dividido. Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. 2o Ed. São Paulo: EDUSP, 2008a.
- VAN GENNEP, Arnold. 1978. *Os Ritos de Passagem*. Petrópolis: Vozes, 1978.
- VELHO, Gilberto e KUSCHNIR, Karina. (org.) *Mediação, Cultura e Política*. Rio de Janeiro: Aeroplano. 2001.