

**Área:** Ciências Humanas

**Projeto:** DO BRECHÓ AO BAZAR: ESTILOS DE VIDA E POLITICAS DE VALOR NO COMERCIO DE ROUPAS USADAS NO CONTEXTO URBANO

**Autores:** ADRIELLE LUCHI COUTINHO BOVE (XXIPIBIC/UFJF, XXVIBIC/UFJF), BRUNO OLIVEIRA GUILHEM (XXIPIBIC/UFJF, XXVIBIC/UFJF); RONAN DE ALMEIDA SIQUEIRA (XXIPIBIC/UFJF, XXVIBIC/UFJF); ROGERIA CAMPOS DE ALMEIDA DUTRA (ORIENTADOR)

**Resumo:**

Este projeto traz como proposta a investigação do circuito comercial de roupas usadas na cidade de Juiz de Fora, particularmente nos bairros centrais desta cidade, procurando compreender os diferentes contextos no qual ele se realiza, seus consumidores potenciais, bem como os significados conferidos a este tipo específico de mercadoria. As “culturas de segunda mão” (Gregson & Crewe, 2003) se definem como as atividades de comercialização e consumo de bens que extrapolam a esfera do mercado e suas trocas situados nos shopping centers, lojas de departamento ou estabelecimentos comerciais formalizados. Remetem ao campo dos espaços marginais das trocas comerciais na medida em que operam com mercadorias/valores que se distanciam dos padrões clássicos definidores de um produto do mercado: a questão da propriedade de um produto “novo”, construído a partir de padrões abstratos que vão ter vida a partir de sua apropriação pelo consumidor, sendo ele único em seu desfrute.

Conhecer os motivos pelos quais estes estabelecimentos são visitados por seus consumidores revela de alguma forma suas percepções acerca do mundo de bens, particularmente dos componentes de vestuário em geral. Frequentar um Brechó pode associar-se à procura de um produto barato, à emoção da descoberta de algo inesperado e único, ou o exercício da distinção, nos termos de Bourdieu (2007). “Fazer vintage” define-se pela prática de compor seu vestuário a partir de peças antigas, estilos de roupas das décadas passadas, que são descartadas exatamente por serem “ultrapassadas”, mas que são ressignificadas por um determinado público, que investem na apresentação de si baseando-se em outros parâmetros. Por outro lado, sabe-se que o Bazar de Caridade se sustenta a partir do consumo de representantes das classes populares, muitas vezes uma forma de compor o vestuário fundamentando-se num conjunto de critérios resultantes da equação preço, utilidade, oportunidade, e por que não, distinção.

Como estratégia de investigação destaca-se a observação participante neste universo onde a busca de convivência regular com estes comerciantes traz a familiaridade necessária para conhecer esta realidade. Juntamente a esta aproximação, fundamentada na etnografia destas práticas comerciais e negociações estabelecidas nestes espaços produzidos na cidade, serão realizadas entrevistas semi-estruturadas de forma a se apropriar do universo dos vendedores e consumidores neste cenário.