

Juventude, moda e criatividade: o mundo da roupa em segunda mão e a emergência dos “nhonguistas”* em Moçambique

Por Lina Jéssica Isaías Cuambe

1. Contextualização

Em muitas cidades de Moçambique, há um movimento silencioso que está a transformar a forma como os jovens vivem, consomem e ganham dinheiro. Esse movimento nasce nas ruas, nos bairros populares, nos mercados informais e nas redes sociais. Ele fala de criatividade, sobrevivência, moda e identidade. E como protagonistas, jovens que encontram na roupa em segunda mão não apenas uma forma de vestir, mas um caminho para empreender, afirma-se e sonhar.

Este é o universo dos vendedores de roupa em segunda mão e entre eles, um grupo ganhou destaque pela coragem e pela ousadia, os *Nhonguistas*, jovens intermediários que assumem o controle sobre o acesso a mercadoria, influenciam preços e determinam relações de dependência económica.

Este artigo analisa como os jovens moçambicanos transformam fardos de roupa em segunda mão em oportunidade de negócio, criatividade e autonomia. Para muitos, vender ou comprar roupa em segunda mão não é apenas uma escolha económica, mas um estilo de vida e uma estratégia de sobrevivência num contexto onde o emprego formal é escasso.

2. Como Tudo Começa: O Encanto da Roupa Em Segunda Mão

Nos últimos anos, vestir roupa em segunda mão deixou de ser sinal de pobreza para se tornar uma forma de expressão. Os jovens moçambicanos, passaram a interessar-se por peças únicas, estilos alternativos e, claro, preços acessíveis. Mais do que seguir tendências globais, criam as suas próprias, reinventando a moda a partir do que já existe.

Ao contrário de muitos países europeus, Moçambique não possui uma indústria têxtil forte ou diversificada. A maioria das roupas disponíveis no mercado chega através de doações internacionais, embaladas em sacos vulgarmente chamados “fardos” cheios de peças usadas, provenientes de diferentes partes do mundo. Cada fardo é quase uma “caixa de surpresa”, podendo

* Termo de origem na língua *Xichangana*, derivado de *ngonga* “cintura”, que designa o intermediário informal que facilita vendas, sobretudo em lojas de roupas na Cidade de Maputo. A designação está associada à prática discreta de recepção de comissões (*nhonga*) junto à cintura, fora da vista dos proprietários dos estabelecimentos.

conter desde roupas simples do dia-a-dia até peças de marca, artigos raros ou peças praticamente novas.

É neste contexto que surge um novo tipo de jovem empreendedor, aquele que reconhece valor onde outros veem apenas desperdício. Muitos começam com muito pouco, um pequeno capital, um fardo partilhado com amigos, ou até algumas peças herdadas. Mas, com criatividade e visão, transformam a venda de roupa usada num negócio promissor. As redes sociais têm desempenhado um papel essencial, pois tornaram-se verdadeiras montras digitais onde os vendedores exibem as suas peças, constroem uma identidade visual e atraem clientes de várias áreas do país. Alguns jovens tornaram-se influenciadores dentro do próprio bairro, promovendo o consumo consciente e mostrando que estilo não depende de etiquetas caras.

Este movimento também se reflete no dinamismo dos mercados locais, os mercados da Cidade de Maputo como Xipamanine, Xiquelene e várias praças urbanas tornaram-se espaços de descoberta, negociação e criatividade. Ali, a roupa usada ganha nova vida, ajustada, customizada e reinventada. Cada peça transporta consigo uma história, uma origem e um futuro renovado.

3. A Emergência dos *Nhonguistas*: Jovens que Movem o Mercado

À medida que o comércio de roupa em segunda mão crescia, tornou-se evidente que havia uma peça fundamental a sustentar todo esse processo, os *Nhonguistas*. São jovens que se especializaram em obter acesso privilegiado aos fardos e assegurar que o fluxo de roupas não pare. Embora muitas vezes invisíveis ao olhar público, são eles que garantem que vendedores, bancas e pequenas lojas tenham sempre roupa para vender. Chegar a esta posição não é simples, para se tornar *Nhonguista*, é necessário capital inicial, contactos com fornecedores e, sobretudo, conhecimento prático sobre a qualidade dos fardos. Este conhecimento não se aprende rapidamente e exclui muitos jovens que não tem redes de apoio ou experiência prévia.

Com o tempo, os *Nhonguistas* desenvolveram uma posição central no mercado que lhes permite influenciar a qualidade da mercadoria que circula e os preços aplicados. Assim, o seu poder não resulta de regras escritas, mas do lugar estratégico que ocupam na cadeia. Não actuam como uma associação formal e não combinam valores de forma explícita. No entanto, ao controlarem o acesso aos fardos, acabam por definir individualmente os preços de revenda, tendo em conta a procura, a qualidade da mercadoria e a relação com cada cliente.

Existe concorrência entre os *Nhonguistas*, sobretudo nos grandes centros urbanos, onde disputam fornecedores, melhores fardos e compradores fiéis. Essa competição, porém, convive com formas informais de cooperação. Partilham informações sobre chegadas de mercadoria, ajudam-se no transporte, e em alguns casos, no armazenamento dos fardos. O mercado funciona, assim, num equilíbrio constante entre rivalidade e solidariedade.

Os *Nhonguistas* deslocam-se entre mercados grossistas, armazéns e centros urbanos com grande agilidade. Conhecem pessoas, caminhos e horários. O seu saber nasce da experiência das noites passadas em terminais, dos erros que custaram dinheiro e das negociações feitas em plena rua.

A actividade é exercida maioritariamente por homens, mas há também mulheres a se afirmar como *Nhonguistas*, sobretudo nos contextos urbanos. Embora não existam dados estatísticos precisos, verifica-se que a presença das mulheres tem vindo a crescer, ainda que em menor número, revelando mudanças nas dinâmicas de género dentro do mercado informal. Estes jovens não formam uma cadeia única nem vêm todos do mesmo território. Surgem de diferentes bairros, contextos sociais e trajectória de vida, ligados por uma mesma lógica de sobrevivência e oportunidade.

O quotidiano dos *Nhonguistas* não é simples, as deslocações são cansativas, feitas em transportes superlotados ou improvisados. A mercadoria é muitas vezes guardada em casas particulares, quartos alugados ou pequenos armazéns informais perto dos mercados. Há perdas, cobranças inesperadas e dificuldades constantes no transporte de fardos pesados. Ainda assim, continuam, porque sabem que o seu trabalho sustenta pequenos negócios e garante alimento as suas famílias.

Este cenário revela um ponto essencial, os *Nhonguistas* são, na prática, jovens empreendedores que criam o seu próprio segmento dentro do mercado informal. Assumem riscos, investem, observam tendências e negociam com habilidade. O seu papel tornou-se tão central que muitos vendedores afirmam que sem eles, o negócio simplesmente não funcionaria.

O impacto deste grupo vai para além do aspecto económico. A sua actividade amplia o acesso a roupa a preços acessíveis, influencia comportamentos de consumo e alimenta a criatividade de milhares de jovens. Cada fardo que chega representa uma nova possibilidade de reinvenção individual e colectiva. Representa também um gesto de sustentabilidade, ainda que muitas vezes não intencional, ao prolongar a vida útil das peças e reduzir o desperdício. Neste contexto, torna-se evidente que o surgimento dos *Nhonguistas* não é um fenómeno isolado, é uma resposta directa a falta de emprego formal, as desigualdades económicas e a criatividade que caracteriza a juventude moçambicana.

4. Considerações Finais

A história dos vendedores de roupa em segunda mão e, em especial, dos *Nhonguistas*, revela um retrato profundo da juventude moçambicana, resiliente, criativa e capaz de reinventar caminhos diante de limitações socioeconómicas. Os *Nhonguistas*, com o seu conhecimento sobre os fardos, as rotas de abastecimento e as dinâmicas de negociação, tornaram-se protagonistas de um sistema que, embora marginalizado, sustenta famílias e movimenta parte da economia urbana. A sua actuação expõe tanto as fragilidades das estruturas económicas formais quanto a força transformadora da juventude em contextos adversos.

Mais do que intermediários, são agentes de mudança, ao garantir acesso a mercadoria, dinamização do comércio local, influenciar tendências, promover circulação de renda e reforçar práticas sustentáveis. O seu papel, porém, não está isento de desafios, enfrentam instabilidade e riscos. Assim, compreender, o percurso dos *Nhonguistas* é compreender a vitalidade das cidades moçambicanas e a forma como a juventude continua a criar soluções onde as oportunidades são

escassas. Ao transformar fardos em sustento, roupa usadas em oportunidade e desafios em engenho, demonstram força quotidiana. São um lembrete de que o futuro também se constrói nos mercados e nas mãos de quem ousa criar novos caminhos.